



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国服装市场供需 预测及投资方向研究报告

一、调研说明

《2013-2017年中国服装市场供需预测及投资方向研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/224944.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

2012年全年对于服装行业都是"冬季",自2011年四季度开始,服装企业生存环境遭受到了很大考验,高库存常常见诸报端。2012年,惊人消息更是不断。有媒体感叹,"库存衣"国人三年也穿不完!就当前服装行业整体而言,由于缺少外贸和内需的拉动,库存积压现象的确严重。国家统计局数据显示,中国服装行业规模以上企业2012年前三季度产成品存货2569.66亿元。库存是服装作为季节性终端产品在经营过程中所体现的行业特性。究其原因,对市场的预测信息和实际情况不符,造成销量低于预期而导致库存增加;在资本市场的压力下,部分服装品牌存在一味追求速度的做法,开店、生产速度都大幅提高,但其单店平效下滑,造成库存增加;部分企业的物流管理水平、信息管理水平等也不够完善,也在一定程度上造成市场反应速度较慢,从而产生库存积压。

据海关统计,我国服装出口数量已连续13个月呈负增长的局面,2012年1-9月,每月降幅分别为6.44%、11.4%、3.65%、5.28%、3.79%、3.6%、4.53%、4.26%和2.9%,呈下滑局面。出口金额增速也持续下降,至2012年9月,累计增长幅度已降至1.35%。成本推动价格上涨,对出口数量产生较大的挤出作用,造成出口金额增幅大大低于价格增幅,但价格上涨增幅逐月收窄,已从2012年1月的11.14%同比增幅下降至9月的3.04%。出口下滑主要有两个方面的原因,一是国际市场的低迷,尤其是欧洲市场。从2011年下半年以来,欧洲的服装零售市场基本上都在正负数之间徘徊,1-9月份负增长14.16%,向下拉动4个百分点。另外一方面就是国内的要素成本的持续上升,很多定单在向东南亚这些新兴市场经济体转移,2012年我国出口型企业,尤其是中小型企业面临着前所未有的困难和挑战。在出口下滑的同时,国内市场又如何呢?根据中国纺织品进出口商会的最新数据,11月份,全国百家大型零售企业服装零售额同比增长23.1%,而这是年内首次增速超过20%。其实,面对出口形势的不乐观,大多服装企业已经将目光转向国内市场。但是如今国内市场需求已经不同以往,消费者开始追求设计、功能、健康的生活方式,消费已经升级。这就需要服装企业面对着国内消费变化带来的挑战。另外,大量的国际品牌涌入中国市场,市场的竞争在加剧,中国自主品牌在市场上受到了一定的冲击,国际国内两个市场的变化和产业本身一些要素的变化,使服装行业走到了一定要转变的时候。2012年服装行业是在困难中发展,也是发展中的困难。但是面对着中国这样有巨大潜力,可以赋予无穷想象空间的市场,服装企业应该对未来中国的市场充满信心。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国服装市场供需预测及投资方向研究报告》共十四章。首先介绍了中国服装行业的概念,接着分析了中国服装行业发展环境,然后对中国服装行业市场运行态势进行了重点分析,最后分析了中国服装行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国服装行业有个系统的了解或者想投资该行业,本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录

第一章 我国服装行业发展现状分析

第一节 我国服装行业分类和特点

一、我国服装行业的分类情况

二、我国服装行业的特点

第二节 我国服装业发展概况

一、近年服装业快速发展

二、服装企业中民营企业是主体

三、我国服装业将进入海外扩张时代

四、中国服装产业发展的第二次浪潮

五、产业集群成为服装业跨越性发展的重要特征

第三节 2012年我国服装业发展情况分析

一、2012年中国服装行业运行质量分析

二、2012年中国服装行业发展环境分析

三、2012年中国服装行业内需市场分析

四、2012年中国服装行业出口市场分析

五、2012年中国服装产业全年大记事

第四节 2012中国服装行业发展趋势分析预测

一、国际市场保持稳定，中国产业在竞争中调整结构

二、内需平稳快速增长，“品牌战略”引领航程

三、资源供需矛盾更为突出，产业调整转型升级加速

第二章 2012年中国服装业运行情况分析

第一节 “十一五”纺织服装行业运行情况回顾

一、行业发展总体保持较快增长

二、投资区域结构调整步伐持续加快

- 三、内需市场对行业支撑作用明显增强
- 四、国际竞争力继续提升，出口结构持续优化
- 五、经济运行效益和质量进一步提升
- 六、产业结构调整取得明显成效
- 七、技术进步与劳动生产率进一步提升

第二节 2012年我国服装行业经济运行情况分析

- 一、2012年我国服装行业总体情况
- 二、2012年我国服装行业投资情况
- 三、2012年我国服装行业出口情况
- 四、2012年我国服装行业内需情况

第三节 2012年我国服装行业经济运行特点分析

- 一、产业转型升级由被动走向自觉
- 二、劳动力短缺加速产业区域结构调整
- 三、集约化发展下资源整合、资本运作、国际合作皆为要点
- 四、品牌推进更上一层楼，品牌生态见雏形

第三章 2011-2012年中国纺织服装制造业经济运行数据分析

第一节 2010-2012年中国纺织服装制造行业总体数据分析

- 一、2010年中国纺织服装制造行业全部企业数据分析
- 二、2011年中国纺织服装制造行业全部企业数据分析
- 三、2012年中国纺织服装制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析

第四章 2012年中国纺织服装业发展情况预测

第一节 2012年中国纺织服装业发展环境分析

第二节 2012年中国纺织服装业发展情况预测

- 一、2012服装消费需求推动产业创新
- 二、2012服装内需将继续成行业发展强大驱动力
- 三、2012年中国纺织服装业面临产业升级
- 四、2012年中国纺织服装业应积极转型

第五章 2012年纺织服装业主要细分产品市场分析

第一节 女装

- 一、中国女装行业现状分析
- 二、女装品牌诸侯争霸 同质化成女装发展瓶颈
- 三、中国女装：“三多三少”现状之浅析
- 四、女装消费主体分析
- 五、中国女装品牌竞争进入“细分时代”
- 六、我国成熟女性服装市场发展现状分析
- 七、2012年中国女装发展情况分析
- 八、2012年中国女装发展态势预测
- 十、中国女装消费市场的发展潜力及趋势
- 十一、女装消费趋势及企业策略

第二节 男装

- 一、我国男装产业状况分析
- 二、男装产业集群的分布
- 三、我国男装市场竞争现状
- 四、男装品牌发展新模式：零售商品品牌
- 五、2012年中国十大男装
- 六、2012年中国男装发展态势预测

第三节 童装

- 一、2012年童装产业运行基本概况
- 二、深度剖析童装战略营销模式
- 三、儿童服装标准更新2011年8月1日起正式实施
- 四、2012年童装市场发展趋势展望
- 五、2012年中国童装发展态势预测
- 六、时尚类童装品牌市场空间渐大

第四节 内衣

- 一、中国内衣行业市场分析
- 二、中国内衣市场品牌竞争格局
- 三、都市女性内衣趋于高档
- 四、我国内衣行业存在的问题
- 五、2012年内衣市场的新亮点
- 六、2012年内衣市场发展趋势展望
- 七、完善功能性修正型内衣国内市场前景广阔

第五节 运动服装

- 一、我国运动服装市场现状与对策研究
- 二、我国首个运动服装标准助力产业整合
- 三、2012年运动服前十位品牌市场占有率
- 四、运动服装市场商机无限

第六节 羽绒服装

- 一、中国羽绒服产业大势分析
- 二、我国羽绒服装质量检验标准与国外差距分析
- 三、2012年羽绒服装全国及各省市产量
- 四、透视中国羽绒服行业
- 五、2012年我国羽绒服企业发展策略

第七节 休闲服装

- 一、闽派服装领跑休闲服装产业
- 二、休闲服装进入卖场竞争阶段
- 三、休闲裤地方标准出台
- 四、外资品牌加速扩张 中国休闲服装求解产业升级路径
- 五、我未来十年国休闲服装产业发展趋势解析

第八节 职业装

- 一、我国职业装市场分析
- 二、中国职业装行业在变化中求创新求发展
- 三、品牌化是职业装的发展趋势
- 四、2012年衬衫全国及各省市产量

第六章 中国服装业进出口分析

第一节 2012年全国纺织品服装进出口概况

第二节 2012年纺织服装出口情况分析

- 一、2012年我国纺织服装出口的主要特点
- 二、2012年我国纺织服装行业出口显著增长的主要原因
- 三、当前我国纺织服装出口面临的主要问题
- 四、2012年纺织品服装出口情况

第三节 2012年全国纺织品服装出口市场特征分析

- 一、一般贸易出口增长迅速，占比提升
- 二、对主要市场出口全面增长，市场份额持续攀升
- 三、全国三分之二的企业出口实现增长，民营企业最具活力
- 四、纺织品出口增速超过服装，出口商品价格整体上涨
- 五、全国各省市出口均现增长，中、西部省市反弹更为迅速
- 六、主要商品出口量价齐升

第四节 2012年我国纺织服装出口预测

第七章 我国服装出口主要竞争对手分析

第一节 印度服装市场分析

- 一、印度服装业发展概况
- 二、印度服装业与中国出口竞争力、结构的对比
- 三、2012年印度2%重点市场计划有助于稳定服装出口
- 四、2012年2月份印度的服装出口情况

第二节 巴西服装市场分析

- 一、巴西纺织服装业向世界进军
- 二、巴西纺织和服装工业准备在世界市场发挥重要作用
- 三、巴西纺织服装企业将阿联酋作为2012出口市场

第三节 泰国服装市场分析

- 一、2012年泰国服装出口预测
- 二、2012年泰国服装制造商因劳动成本高而向海外转移

第四节 越南服装市场分析

- 一、越南准备成为世界五大服装出口国
- 二、2012年越南纺织服装出口情况分析
- 三、2012年越南纺织服装出口预计

第五节 韩国服装市场分析

- 一、韩国纺织服装业的现状
- 二、韩国纺织服装业的竞争优势
- 三、韩国纺织服装业竞争力的SWOT分析
- 四、韩国服装品牌进入全球服装市场及其策略

第六节 土耳其服装市场分析

- 一、土耳其的纺织服装工业
- 二、土耳其在全球纺织服装市场中的位置

第八章 我国纺织品服装出口对策

第一节 2012年中国纺织服装类产品贸易保护状况回顾

- 一、2012年政策性贸易保护壁垒高筑
- 二、技术性贸易保护壁垒成为主体
- 三、积极应对提高行业企业话语权

第二节 入世十周年 纺织服装业贸易摩擦不断升温

- 一、我国纺织出口快速增长
- 二、对华贸易保护渐成常态
- 三、加强应对保护意识是关键

第三节 2007年后我国纺织贸易面临的风险和对策分析

- 一、基本情况
- 二、我国纺织服装出口面临的国际环境更加严峻
- 三、中欧协议到期后，中欧爆发大规模贸易摩擦的风险依然存在
- 四、中美协议到期后，中美爆发贸易摩擦的不确定性增加
- 五、纺织服装出口面临长期地不断增多的反倾销调查
- 六、积极的出口管理是规避贸易风险的必要措施
- 七、出口配额管理目的性和针对性强，效果明显
- 八、其它形式的非配额出口管理在短期内作用有限
- 九、实现纺织服装出口贸易转型需要综合的配套政策
- 十、应充分认识近期中国纺织服装企业“走出去”的风险

第四节 2012年我国纺织品服装出口增长预测

第五节 我国纺织服装产品出口绿色壁垒的新趋势与对策

- 一、纺织服装行业绿色壁垒的新趋势与中国企业的状态

二、针对纺织服装绿色壁垒的对策研究

第九章 主要生产省市发展情况

第一节 江苏省

- 一、江苏纺织服装产业集群走入全国前列
- 二、“十一五”江苏服装产业发展回顾
- 三、江苏纺织服装业国际竞争力的探讨
- 四、“十二五”期间江苏省服装行业发展战略
- 五、长三角纺织服装业发展透视：从比较优势到竞争优势

第二节 浙江省

- 一、浙江服装业竞争优势源自产业集群优势
- 二、2011年浙江省纺织服装出口情况分析
- 三、纺织服装产业创意基地落户浙江
- 四、温州本土服装品牌积极开拓全国市场
- 五、温州服装行业结构调整方向及对策
- 六、“十二五”期间浙江省服装行业发展战略

第三节 广东省

- 一、2012年广东服装业市场运行情况分析
- 二、2012年广东服装出口情况分析
- 三、2012年深圳服装业实现产值1500多亿元
- 四、“十一五”广东服装业：产业集群双转移
- 五、2012年广东服装行业面临洗牌格局

第四节 上海市

- 一、上海市服装市场特点
- 二、上海市服装市场品牌特征
- 三、2012年上海百货店服装类商品销售情况
- 四、2012年一季度上海纺织服装出口稳步增长

第五节 福建省

- 一、2012年福建省纺织服装出口快速增长
- 二、福建服装业资本意识觉醒品牌崛起
- 三、2012年石狮纺织服装产业高速增长

第六节 湖南省服装产业发展情况分析

- 一、"十一五"湖南服装产业发展回顾
- 二、湖南纺织服装业以技术创新引领结构优化升级

第七节 其他省市

- 一、2012年河北纺织行业保持较快增长
- 二、2012年山东纺织服装出口创汇同比增长情况
- 三、"十二五"山东服装发展规划

第十章 服装销售渠道与营销策略分析

第一节 2012年我国服装商业发展概况

- 一、2012年的服装商业零售市场分析
- 二、2012年的服装商业销售新趋势

第二节 中国服装销售渠道分析

- 一、我国服装销售渠道的模式
- 二、终端控制能力是中国服装企业及其品牌成败的关键
- 三、服装产业渠道销售之痛
- 四、中国服装产业销售渠道发展策略
- 五、2012年服装流通渠道分析

第三节 服装批发市场分析

- 一、服装批发市场的发展特征
- 二、服装批发市场的三大类型
- 三、服装批发市场按照地区划分的六大板块
- 四、中国大中型服装批发市场一览

第四节 中国服装企业市场营销策略综述分析

- 一、生活水平与服装观念
- 二、实际消费需求的产生
- 三、服装流行的特点
- 四、服装流行的基本规律
- 五、服装流行的基本法则
- 六、服装流行花期
- 七、服装六大属性
- 八、服装二大族类
- 九、女性顾客三大族

十、服装购买三步曲

十一、服装购买的特点

第五节 服装企业的定制营销

一、建立数据库掌握顾客需求

二、用柔性制造提速定制服务

三、敏捷供应链为定制护航

四、用网络提供互动平台

第十一章 中国纺织服装专业市场现状及发展趋势分析

第一节 中国纺织服装专业市场现状及发展趋势分析

一、中国纺织服装专业市场现状

二、2011年《纺织服装专业市场建设及管理技术规范》发布

三、2011纺织服装专业市场：升级换代 自主创新

四、2012年纺织服装专业市场交易分析

第二节 2012中国纺织服装行业年度十大专业市场

一、中国轻纺城

二、中国东方丝绸市场

三、常熟天虹服装城

四、常熟服装城

五、上海世贸商城

六、芦淞服饰城

七、华南城

八、北京大红门服装商贸城

九、中纺中心服装城

十、广州白马服装市场

第十二章 2012年服装业领先企业分析

第一节 雅戈尔集团股份有限公司

一、企业基本概况

二、2012年企业经营情况分析

三、2013年公司发展展望与策略

第二节 红豆集团有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2012年企业经营情况分析
- 三、红豆服装实现质的跃升
- 四、红豆做强"微笑曲线"两端 综合实力大幅提升
- 五、2012年红豆男装发展情况

第三节 海澜集团公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、海澜集团 不断超越自己永远追求卓越

第四节 波司登股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2012年波司登品牌价值情况
- 三、波司登的五次革命
- 四、波司登发展策略分析

第五节 杉杉投资控股有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、杉杉集团多品牌国际化战略
- 三、杉杉集团：踏足新能源 打造消费平台

第六节 青岛即发集团控股公司

- 一、企业发展概况
- 二、青岛即发发展策略分析

第十三章 2013-2017年中国服装业的品牌战略分析

第一节 中国服装品牌发展现状

- 一、中国服装品牌艰辛博弈中的20年
- 二、中国服装品牌生命周期
- 三、国际品牌淹没中国品牌
- 四、我国出口服装自主品牌仅占一成
- 五、"十二五"中国服装品牌发展目标

第二节 本土服装品牌"洋化"现象原因及利弊分析

- 一、洋化现象原因分析
- 二、洋化现象利弊分析

第三节 中国服装品牌发展战略

- 一、中国服装必须走品牌创新之路
- 二、服装品牌的精神
- 三、中国服装品牌化提升瓶颈与破解
- 四、中国服装品牌发展应从细微处做起
- 五、应对国际服装品牌的战略

第四节 服装企业品牌定位策略

- 一、品牌的产品属性定位
- 二、品牌的名称设置
- 三、品牌的消费群体定位
- 四、消费群体的购买习惯定位
- 五、消费群体的文化层次定位
- 六、品牌的风格及文化定位
- 七、品牌的营销定位
- 八、在品牌的定位过程中应注意的问题

第十四章 2013-2017年服装行业发展趋势分析

第一节 2013-2017年服装业发展主要趋势

- 一、国内国际经济发展趋势竞争日趋激烈
- 二、国际贸易环境及变数世界贸易格局将变
- 三、服装外部资源环境分析和内部要素变化趋势梯度转移不可避免
- 四、产业结构调整和产业创新设计能力带动行业创新
- 五、品牌发展和营运趋势市场将成为品牌通路控制者
- 六、产业供应链发展趋势条件更加成熟
- 七、专业化、标准化、科技创新和新营运模式发展趋势
- 八、服装需求、消费和市场趋势个性消费和时尚消费时代
- 九、企业战略发展和现代管理发展趋势

第二节 2013-2017年中国服装产业机遇与挑战

- 一、服装产业面临的机遇
- 二、服装产业面临的挑战
- 三、中国服装业发展的困惑
- 四、中国服装产业发展正经历第二次浪潮

第三节 2013-2017年中国服装行业发展指南

- 一、"十二五"服装行业面临的环境
- 二、"十二五"中国服装行业科技发展指南
- 三、"十二五"服装行业发展重点
- 四、12省区将纺织服装列为"十二五"发展重点
- 五、我国纺织工业"十二五"规划将于近期发布

通过《2013-2017年中国服装市场供需预测及投资方向研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/224944.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。