



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](http://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。