



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国服装行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国服装行业市场分析及发展趋势研究报告》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/47732.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

【描述】 服装行业是纺织业中的支柱子行业，在拉动整个纺织业的经济效益方面起到极其重要作用，也是国内消费市场中的热点，更是我国对外出口贸易获得外汇顺差的主要产业之一。中国几千年传统文化的发展所蕴育的服装文化和独到的服装生产技术赋予了我国现代服装工业迅速发展的强大生命力。加入WTO后，全球化和信息化的发展，促使中国服装行业将不断调整和整合产业结构，并全面提高全行业的综合素质。本研究咨询报告依据中国服装协会、中国纺织工业协会统计中心、中国纺织服装信息网、全球纺织网、国家经贸委、国家统计局、国家海关总署、中国行业研究网等以及国内外相关刊物的基础信息，对我国服装业市场的供给与需求状况、行业发展状况、进出口贸易变化、服装业竞争格局等进行了详细的分析。重点突出了服装业的生产和销售状况，外贸进出口形势、市场供求情况，以及面对国际服装市场竞争变化，中国服装业将采取的应对措施。报告根据服装业细分的主要产品类别，如国内男装、女装、童装、西服、内衣等进行系统地分析，同时就重点省市和领先企业的经济效益、市场策略、竞争优势分别进行了详细论述，是服装生产、贸易、零售、纺织企业等，服装相关单位准确了解和把握目前服装业现状和发展目标，规避风险，进行投资和企业发展、决策的有力助手。 【目录】 第一部分 服装行业综述

第一章 中国服装行业发展回顾和分类、特点 1

第一节 中国服装业发展回顾 1

一、服装业发展的三个阶段 1

二、我国是服装消费大国也是出口大国 1

三、服装企业中民营企业是主体 2

四、产业集群成为服装业跨越性发展的重要特征 2

五、依靠技术进步实现产业升级 3

第二节 中国服装行业分类和几大特征 3

一、2005年中国服装行业的分类情况 3

二、2004年服装行业的重要特征 5

第三节 服装业投资特性分析 6

一、近年服装业快速发展 6

二、赢利能力领先整个纺织业 7

三、提升产品附加值是服装竞争的焦点之一 8

四、进入壁垒/退出机制 11

五、中国服装出口的主要贸易壁垒	13
六、服装业的主要风险	22
七、当前服装业投资的判断和预测	22
第二部分 经济运行与市场需求分析	
第二章 2004年度服装业分析	25
第一节 2003/2004年服装行业经济运行现状分析	25
一、2004服装行业产销情况分析	25
二、2003年行业不同结构的经济效益及产品价格分析	25
三、服装不同产品的企业经济效益分析	27
四、2004年服装零售市场和价格分析	28
第二节 2004年服装行业运行特点分析	36
第三节 2004年服装行业经济运行情况	37
一、2004年我国纺织行业经济运行情况	37
二、2004年我国服装品牌销售方式的变化及趋势	38
第三章 市场需求分析	41
第一节 世界服装市场贸易的特点	41
一、主要出口国与主要进口国之间贸易摩擦增加。	41
二、出口国之间的矛盾进一步激化	41
三、取消配额后服装业的最大敌人是自己本身	42
四、我纺织品服装走向世界的重大障碍	42
第二节 消费者分析	43
一、消费者群体规模及其收入状况简要分析	43
二、内地中产消费者消费特征分析	45
第三节 影响服装需求的其他因素分析	45
一、社会文化	45
二、流行趋势	48
三、服装的基本功能与特征	49
四、商品名称	50
五、商标	50
六、商品价格	51
七、商品广告	52
八、消费者收入	53

第三部分 细分产品市场及外贸分析

第四章 服装行业主要细分产品市场分析 55

第一节 2004年我国服装市场情况 55

一、全国重点大商场服装市场销售情况 55

二、中国男装名城3-5年要实现产值350亿元 57

第二节 男装 58

一、中国男装市场概况 58

二、2004男装品牌市场销售情况 59

三、2004年海派男装极待重振 61

四、浙江男装，雄霸“江湖” 63

四、男装市场趋势 72

第三节 女装 76

一、2004年中国女装市场状况分析 76

二、女装市场发展趋势 80

三、2005年春夏女装流行趋势 83

第四节 童装 86

一、2004年童装市场情况简析 86

二、2004年4月全国大型零售企业童装市场销售情况 90

三、2005/06童装市场流行趋势 92

四、童装市场营销策略研究 94

五、童装市场将成为中国最有增长性的市场 99

第五节 内衣 99

一、中国内衣行业的发展回顾 99

二、中国内衣状况 101

三、中小内衣发展之路 115

四、中国女性内衣纯棉材质成为首选 116

五、全球最大内衣厂将在义乌出现 117

第六节 羽绒服装 118

一、羽绒服装品牌效应闪现 118

二、羽绒服装质量教人难放心 119

三、抗菌、抑菌成为羽绒服装的主流 120

四、波斯登羽绒服一周零售额突破3亿元 121

第七节 休闲服装	121
一、休闲服装成为服装市场的新亮点	121
二、休闲服装市场新特点	122
第八节 职业装	123
一、职业装的作用	123
二、职业装的品种	124
三、职业装是希望的田野，美丽的春天	125
四、我国职业装前景广阔，品牌化是职业装的发展趋势	126
第五章 服装业外贸分析	128
第一节 2004年服装出口分析	128
一、2003~2004年服装进出口情况	129
二、2004年服装进出口月度分析	129
三、不同的商品结构服装出口数量、金额和价格比较	130
四、服装主要出口国家(地区)	131
第二节 2004年服装进口分析	131
一、2004年我国纺织品服装进出口情况	131
二、2004年广东省纺织服装业概况	133
第三节 2005年纺织品服装贸易分析	136
一、2005年1、2月纺织品服装进入释放期	136
二、2005年1月美国进口中国纺织品服装情况	136
三、2005年1-2月我国纺织品服装出口市场前五位情况	141
第五节 加入WTO对中国服装市场竞争格局的影响	143
一、世界经济一体化背景下的内外市场变化	143
二、中国服装市场竞争更加激烈	143
三、市场的重新分配和服装企业的加剧重组	143
四、经营方式的转变和服装人才结构的调整	144
五、加快服装业的调整	145
六、“设限”对服装出口贸易造成的影响	145
七、2005，后配额时代，对中国纺织业是个机会	149
第四部分 区域市场及竞争格局分析	
第六章 服装业重点区域市场与销售渠道分析	153
第一节 中国纺织服装产业集群与竞争力分析	153

一、产业集群概述	153
二、产业集聚和中国服装产业的竞争力	164
三、我国纺织集群试点地区达90家	165
四、综述	166
第二节 广东省	166
一、广东省服装业总体发展概况	166
二、广东省主要服装生产地区分析	169
第三节 浙江省	178
第四节 上海市	206
一、上海服装制造业生产特点和存在的问题	206
二、入世后发展机遇	208
第五节 江苏省	210
一、集群效应造优势	211
二、名牌战略见起色	212
三、外向发展添活力	212
第六节 山东省	214
一、山东服装业特点	214
二、韩国服装七成山东造	215
第七节 服装销售渠道分析	216
一、中国服装销售渠道构成	216
二、国外服装销售渠道对中国服装企业的启发	228
三、未来销售渠道趋势预测	233
第七章 服装业竞争格局分析	239
第一节 世界服装行业竞争格局分析	239
一、世界服装市场竞争日趋激烈	239
二、发达国家把握着世界高档服装市场的控制权	239
三、中国服装市场内外品牌分析	239
第二节 国内服装市场竞争格局分析	244
一、服装产业综合竞争力因素分析和存在的问题	244
二、中国服装市场总体竞争格局	246
三、主要服装领先品牌及市场占有率	248
第三节 我国服装品牌出击世界的策略	257

一、服装行业的竞争要素分析	257
二、入世后服装市场变化	260
三、服装市场应对策略	261
第四节 服装行业后配额时代的竞争格局预测	265
一、后配额时代我国服装业还存在三大缺陷	265
二、2005年亚洲仍将处于世界纺织服装出口主导地位	266
三、2005年取消配额后我国的服装行业会有较大的变化	267
四、企业的品牌竞争力解困之道	270
第八章 中国服装业国际竞争力分析	272
第一节 2005年中国主要出口市场分析	272
一、2005年我国服装出口市场前十位	273
二、香港	274
三、美国	280
四、韩国	291
五、欧盟	295
六、俄罗斯	301
第二节 中国主要贸易竞争对手分析	304
一、印度服装业	304
二、土耳其服装业	309
第五部分 领先企业及趋势分析	
第九章 服装业领先企业分析	313
第一节 服装业百强和名牌产品企业名单	313
第二节 雅戈尔集团股份有限公司	320
一、企业基本概况	320
二、2004年企业经营分析	322
三、市场策略和竞争优势分析	325
四、企业未来发展目标	332
第三节 上海茉织华股份有限公司	334
一、企业基本概况	334
二、2004年企业经营分析	337
三、茉织华公司的经营战略和未来发展	339
第四节 宁波杉杉股份有限公司	340
一、企业基本概况	340

二、2004年企业经营情况分析	343
三、市场策略及其竞争优势分析	344
第五节 江苏红豆实业股份有限公司	355
一、企业基本概况	355
二、2004年企业经营情况分析	360
三、企业未来发展目标	366
第六节 上海开开实业股份有限公司	367
一、企业基本概况	367
二、2004年企业经营情况分析	368
三、市场策略及其竞争优势分析	369
四、企业未来的发展目标	370
第七节 福建七匹狼制衣实业有限公司	371
一、企业发展概况	371
二、2004年企业经营情况分析	373
三、企业发展战略	374
第十章 服装行业趋势分析	381
第一节 中国服装行业发展趋势	381
一、服装行业的规划	381
二、行业发展趋势预测	381
第二节 中国服装市场发展趋势	385
一、服装市场更加细分化	388
二、农村市场将被大力开发	389
三、老年市场发展空间广阔	389
四、休闲类服装继续看好	389
五、服装商品进一步向个性化发展	389
第三节 各类服装时尚趋势预测	390
一、女装	390
二、男装	390
三、西服	391
四、衬衫	391
五、童装	392
六、羽绒服	392

七、羊绒衫	392
八、T恤衫	392
第四节 服装的流行趋势	393
一、2004/2005年中国时装流行趋势	393
二、2004/2005秋冬中国女装流行趋势	394
三、2004/2005秋冬中国男装流行趋势	396
第五节 服装需求发展趋势	397
一、季节模糊趋势	398
二、安全环保趋势	399
三、个性化趋势	400
四、简洁化趋势	401
五、形式降级趋势	402
六、国际同化趋势	403
七、舒适化趋势	404
八、轻量化趋势	404
九、功能化趋势	404
第六部分 规模预测与发展建议	
第十一章 服装需求	405
第一节 中国服装市场需求规模及预测	405
一、2005年中国服装消费变化趋势	405
二、2005年我国服装市场将继续高速增长	405
第二节 中国服装市场供需平衡分析	410
第十二章 服装业SWOT因素分析与产业发展建议	414
第一节 SWOT分析	414
一、中国服装业竞争力的三大优势	414
二、中国纺织服装业国际竞争力的影响因素分析	415
三、服装企业面对的外贸竞争环境和对策	417
四、2003年服装业环境标志产品名单	421
第二节 中国保持和提高纺织服装业竞争力的策略建议	422
一、改进行业管理模式。	423
二、企业管理科学化。	423
三、抓好纺织原料发展，逐步放开原料市场	424

四、努力推进战略重组和产业升级。	424
五、实施国家宏观调控和鼓励非国有经济发展。	425
第三节 一体化后的珠三角与长三角的服装业前景	426
第四节 整合优势资源使东西部服装业共同发展	428
一、发挥东部市场优势转变西部经销模式	428
二、挖掘东部产业集群资源，组建西部品牌营销网络	429
三、借鉴东部管理经验，西部实施创新战略	430
第五节 西南地区成为服装产业开发的新亮点	431
一、西南服装市场的开发潜力	431
二、加紧建设产业基地	432
三、抢占西南市场的先机	433
四、破解四大"症结"	434
第六节 中国服装业的品牌战略	436
一、国际品牌淹没中国品牌	436
二、中国服装品牌发展困难	439
三、中国服装品牌发展应从细微处做起	439
附录	
附录一 中国10大城市服装消费调查报告	442
附录二 香港贸发局公布内地五大城市服装消费报告	448
附录三 2004年中国服装业十大新闻	451
图表目录	
图表：2004年全国纺织全行业出口交货值与2003年比较	1
图表：纺织服装分类(部分)注释表	4
图表：2003-2004年服装销售收入变化表	7
图表：2004年服装制造业主要经济指标表	7
图表：2005年2月产品销售收入前10家企业	26
图表：2004年纺织行业经济运行状况表	38
图表：2002年末全国人口主要构成表	43
图表：2005年1月份十大商场十大品牌销售信息表	56
图表：浙江知名男装企业的主导产品及其产品线延伸表	63
图表：全国纺织服装分月度进出口贸易总值表：	129
图表：2004年11月服装进出口额统计	129

图表：2004年1-11月全国纺织服装出口商品结构统计： 130

图表：2004年我国纺织品服装出口统计 131

图表：2005年1月美国进口中国纺织品服装金额情况表 136

图表：贝克曼产业地点类型表 154

图表：内部和外部规模经济的连续统一体表 154

图表：2003年中国五省区服装产业区位商表 156

图表：浙江省服装产业区位商表 156

图表：浙江主要服装产业集聚区表 156

图表：其他省市主要服装产业集聚表 158

图表：2002年上海都市型服装产业现状表 160

图表：政府与区域产业集聚表 162

图表：产业集聚综合竞争力和传统竞争力之比较表 165

图表：服装行业"中国驰名商标"数量分布表 182

图表：服装行业"中国名牌"(衬衫、羽绒服和羊绒衣)分布 182 图表：浙江服装企业品牌代言人一览表(部分) 186

图表：浙江服装八大驰名商标(品牌)向综合性品牌发展表 187 图表：品牌文化层次表：
191

图表：浙江省服装企业品牌多元化情况表 193

图表：杭州女装业总体状况表 194

图表：杭州女装发展-按产品类别分类表 195

图表：江苏省2004年销售亿元以上前50强表 210

图表：江苏省2004年利润总额前50强表 210

图表：服装代销与买断之比较表 230

图表：1995~2002年美国服装网络销售额图 231

图表：2004年我国纺织品服装出口统计 272

图表：2004年我国纺织品服装进口统计 273

图表：2005年1月美国进口中国纺织品服装金额情况 280

图表：2003年服装业利润总额百强企业名单表 313

图表：2003年全国纺织工业企业销售收入前100名： 314

图表：中国服装企业2003年一季度排头兵表 317

图表：中国服装企业2003年二季度排头兵表 318

图表：2003年中国名牌服装产品名单表 318

图表：2003年中国名牌产品生产企业名单表 319

图表：雅戈尔集团的利润构成、获利能力、经营能力、偿债能力、资本结构、发展能力 322

图表：茉织华集团利润构成、获利能力、经营能力、偿债能力、资本结构、发展能力 337

图表：2004年杉杉股份公司利润构成、获利能力、经营能力、偿债能力、资本结构、发展能力 343

图表：杉杉公司目前的品牌方阵表 351

图表：红豆企业2004年度财务分析表 360

图表：2004开开集团的利润构成、获利能力、经营能力、偿债能力、资本结构、发展能力 368

图表：2004年福建七匹狼制衣实业有限公司财务报表 373

图表：欧美各国人均GDP为1000美元时的消费结构表 405

图表：2004年城镇居民家庭人均消费性支出表 406

图表：2004年1-3季度农村居民家庭平均每人生活消费现金支出表 406

图表：中国服装制造业劳动力成本 415

图表：单位劳动力增加值产出水平比较 416

图表：获得环境标志认证的纺织服装企业名单 421

图表：消费者对服装选择的看法图示 443

图表：消费者感兴趣的促销手段图示 443

图表：喜欢国内还是国外的服装品牌图示 444

图表：各地服装的比较图 445

略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47732.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提供专业投资咨询报告、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。