

2020-2026年中国服装市场深度调查及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国服装市场深度调查及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201612/479312.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

服装行业是我国国民经济的重要组成部分，也是我国具有国际影响力的传统优势产业，在具有巨大市场空间与广阔发展前景的同时，形成了从上游纤维加工到研发设计、成衣制造、营销渠道、品牌管理等一系列不断完善的产业体系。

我国服装行业的市场化程度较高，市场供求关系通常会随着经济周期的波动，呈现周期性、结构性的供过于求。随着生活水平的提高与商品资源的丰富，服装作为生活必需品与日常消费品，已具备有更多可选消费品的特征。由此，在经济繁荣时，服装产品的消费会出现高于整体经济的增速，而在经济萧条时，服装消费的增速下滑可能会较整体经济更加明显。加之，服装行业普遍采取预估需求、提前订货的供给模式，因此在经济增长放缓时，部分细分行业通常会出现库存高涨、供过于求的情况。

纺织服装行业业绩增速出现回落。2019年上半年，被选中的67家主要上市公司实现营业收入1075.2亿元，同比增长0.4%，实现净利润71.5亿元，同比下降15.8%，营收和净利润增速均较2018及2019Q1出现进一步下滑。

2016-2019年上半年中国纺织服装行业营业收入（亿元）

智研咨询发布的《2020-2026年中国服装市场深度调查及投资前景预测报告》共十七章。首先介绍了服装行业市场发展环境、服装整体运行态势等，接着分析了服装行业市场运行的现状，然后介绍了服装市场竞争格局。随后，报告对服装做了重点企业经营状况分析，最后分析了服装行业发展趋势与投资预测。您若想对服装产业有个系统的了解或者想投资服装行业，本报告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 2015-2019年国际服装行业分析

1.1 国际服装行业发展概况

1.1.1 全球纺织品服装贸易特点

1.1.2 全球服装行业区域特征

1.1.3 国际运动服装市场规模

1.1.4 奢侈品服装巨头运营状况

1.1.5 全球服装电商竞争格局

1.2 美国

1.2.1 美国服装产业化进程

1.2.2 美国服装行业发展态势

- 1.2.3 美国纺织服装对外贸易
 - 1.2.4 美国服装消费持续扩张
 - 1.2.5 美国服装零售巨头动向
 - 1.3 意大利
 - 1.3.1 意大利服装行业发展态势
 - 1.3.2 意大利纺织服装贸易状况
 - 1.3.3 意大利纺织服装区域格局
 - 1.4 法国
 - 1.4.1 法国服装市场状况
 - 1.4.2 服装所属行业进出口状况
 - 1.4.3 法国服装巨头动态
 - 1.5 韩国
 - 1.5.1 韩国服装市场发展规模
 - 1.5.2 韩国服装产业目标客户
 - 1.5.3 中韩服装行业互补合作
 - 1.5.4 韩国服装所属行业进口贸易结构
 - 1.5.5 韩国服装品牌在华发展态势
 - 1.6 日本
 - 1.6.1 日本服装产业发展特点
 - 1.6.2 日本服装所属行业进口贸易分析
 - 1.6.3 日本服装市场效益状况
 - 1.6.4 日本服饰品牌海外布局状况
 - 1.6.5 日本增加东南亚服装采购
 - 1.6.6 日本服装企业竞争战略借鉴
 - 1.7 其他国家和地区
 - 1.7.1 欧盟
 - 1.7.2 加拿大
 - 1.7.3 俄罗斯
- 第二章 2015-2019年中国服装所属行业分析
- 2.1 中国服装行业发展综述
 - 2.1.1 服装产业链发展分析
 - 2.1.2 服装行业发展特点
 - 2.1.3 服装产业供需分析
 - 2.1.4 服装企业转型升级
 - 2.1.5 服装行业智能制造

2.2 2015-2019年中国服装所属行业运营状况分析

2016-2019年上半年中国纺织服装行业净利润（扣非后归母，亿元）

2.2.1 行业生产态势

2.2.2 企业运营状况

2.2.3 百强企业分析

2.2.4 行业景气指数

2.2.5 行业运行动态

2.2.6 行业经营形势

2.3 2015-2019年中国服装业产业集群解析

2.3.1 集群概况及特征

2.3.2 集群发展成就

2.3.3 集群发展状况

2.3.4 步入创新聚集阶段

2.3.5 集群发展影响因素

2.3.6 产业集群战略剖析

2.4 2015-2019年服装行业品牌分析

2.4.1 服装品牌发展特点

2.4.2 服装奢侈品牌发展

2.4.3 2019年服装品牌盘点

2.4.4 服装业自主品牌探索

2.4.5 品牌经营将成服装新业态

2.5 2015-2019年服装行业库存分析

2.5.1 服装行业库存现状

2.5.2 国内服装库存压力大

2.5.3 服装库存清理方法比较

2.5.4 服装经销商库存消化策略

2.6 服装行业面临的问题及发展对策

2.6.1 服装业面临的困境

2.6.2 服装业存在的问题

2.6.3 服装行业发展难题

2.6.4 服装行业对策建议

2.6.5 线上线下融合发展

2.6.6 品牌价值提升战略

第三章 中国纺织服装、服饰所属行业财务状况

3.1 中国纺织服装、服饰所属行业经济规模

3.1.1 2015-2019年纺织服装、服饰业销售规模

3.1.2 2015-2019年纺织服装、服饰业利润规模

3.1.3 2015-2019年纺织服装、服饰业资产规模

3.2 中国纺织服装、服饰所属行业盈利能力指标分析

3.2.1 2015-2019年纺织服装、服饰业亏损面

3.2.2 2015-2019年纺织服装、服饰业销售毛利率

3.2.3 2015-2019年纺织服装、服饰业成本费用利润率

3.2.4 2015-2019年纺织服装、服饰业销售利润率

3.3 中国纺织服装、服饰所属行业营运能力指标分析

3.3.1 2015-2019年纺织服装、服饰业应收账款周转率

3.3.2 2015-2019年纺织服装、服饰业流动资产周转率

3.3.3 2015-2019年纺织服装、服饰业总资产周转率

3.4 中国纺织服装、服饰所属行业偿债能力指标分析

3.4.1 2015-2019年纺织服装、服饰业资产负债率

3.4.2 2015-2019年纺织服装、服饰业利息保障倍数

3.5 中国纺织服装、服饰所属行业财务状况综合评价

3.5.1 纺织服装、服饰业财务状况综合评价

3.5.2 影响纺织服装、服饰业财务状况的经济因素分析

第四章 2015-2019年中国服装所属行业市场分析

4.1 服装市场发展特征分析

4.1.1 服装消费行为特征

4.1.2 服装市场消费特点

4.1.3 主力消费群体特征

4.1.4 智能服装消费潜力

4.2 2015-2019年中国服装所属行业市场需求及价格分析

4.2.1 市场销售规模

4.2.2 市场销售特点

4.2.3 市场消费需求

4.2.4 市场价格走势

4.3 2015-2019年中国服装网购所属行业市场分析

4.3.1 服装网购发展历程

4.3.2 服装网购市场规模

4.3.3 服装零售互联网浪潮

4.3.4 服装电商渗透率分析

4.3.5 服装网购消费者分析

4.3.6 服装B2C模式零售平台

4.3.7 服装企业布局“互联网+”

4.4 支撑中国服装消费增长的主要因素

4.4.1 人口红利

4.4.2 消费升级

4.4.3 城市化

4.5 服装细分产品市场发展分析

4.5.1 服装市场细分化盲区

4.5.2 中老年服装市场

4.5.3 职业装市场崛起

4.5.4 校服市场发展机遇

4.5.5 “生态服装”市场

4.6 中国纺织服装专业市场运行分析

4.6.1 整体发展现状

4.6.2 市场成交规模

4.6.3 市场发展特点

4.6.4 市场发展掣肘

4.6.5 未来发展趋势

第五章 2015-2019年中国主要地区服装行业发展分析

5.1 广东

5.1.1 广东服装产业竞争力分析

5.1.2 2019年广东服装行业规模

5.1.3 2019年广东服装行业规模

5.1.4 广东服装产业面临挑战

5.1.5 广东服装产业发展思路

5.2 江苏

5.2.1 江苏服装业发展特色

5.2.2 江苏服装业发展规模

5.2.3 江苏服装业经营效益

5.2.4 江苏服装产业集群发展

5.2.5 江苏服装产业发展方向

5.3 浙江

5.3.1 浙江服装产业竞争优势

5.3.2 浙江服装行业发展态势

5.3.3 浙江服装产业集群特色

5.3.4 浙江金华服装所属行业出口贸易

5.3.5 浙江平湖服装内销规模

5.4 福建

5.4.1 福建服装行业经营状况

5.4.2 福建服装行业运行特点

5.4.3 福建服装行业转型升级

5.4.4 泉州纺织服装所属行业出口贸易

5.4.5 石狮纺织服装产业规模

5.5 山东

5.5.1 山东服装产业发展规模

5.5.2 山东服装业存在的问题

5.5.3 山东服装产业规模目标

5.5.4 山东服装产业发展趋势

5.6 安徽

5.6.1 安徽本土服装业规模

5.6.2 安徽承接服装产业转移

5.6.3 安徽省服装业集群发展

5.6.4 安徽服装产业发展建议

5.6.5 安徽服装产业发展趋势

5.7 其它地区

5.7.1 河南

5.7.2 湖北

5.7.3 上海

5.7.4 湖南

第六章 2015-2019年女装所属行业发展分析

6.1 2015-2019年国外女装所属行业市场发展状况

6.1.1 日本

6.1.2 英国

6.1.3 法国

6.1.4 意大利

6.1.5 俄罗斯

6.1.6 印度

6.2 2015-2019年中国女装所属行业发展分析

6.2.1 行业发展特点

6.2.2 行业细分领域

6.2.3 行业发展规模

6.2.4 行业区域格局

6.3 2015-2019年中国女装市场竞争分析

6.3.1 行业多元化竞争

6.3.2 高端市场品牌格局

6.3.3 市场品牌竞争格局

6.3.4 国产品牌竞争力分析

6.3.5 高端品牌集中度分析

6.4 2015-2019年中国女装电商发展分析

6.4.1 女装电商发展态势

6.4.2 女装网购价位格局

6.4.3 女装电商平台格局

6.4.4 女装电商渠道开拓模式

6.4.5 主要电商平台销售规模

6.5 中国女装行业存在的问题及对策分析

6.5.1 行业突出矛盾

6.5.2 行业发展策略

6.5.3 自主品牌培育

6.5.4 渠道建设策略

6.5.5 市场营销策略

第七章 2015-2019年男装所属行业发展分析

7.1 2015-2019年国外男装产业发展状况

7.1.1 产业主要发展脉络

7.1.2 产业典型商业模式

7.1.3 意大利男装产业分析

7.1.4 俄罗斯男装消费分析

7.1.5 印度男装市场发展状况

7.2 2015-2019年中国男装所属行业发展状况

7.2.1 行业发展分析

7.2.2 企业发展态势

7.2.3 市场规模状况

7.2.4 市场需求分析

7.2.5 市场消费者分析

7.3 2015-2019年部分地区男装市场分析

7.3.1 温州

7.3.2 宁波奉化

7.3.3 福建

7.4 2015-2019年男装市场品牌发展分析

7.4.1 品牌发展格局

7.4.2 品牌发展态势

7.4.3 品牌转型路径

7.4.4 品牌运营模式

7.4.5 品牌创新策略

7.4.6 品牌发展趋势

7.5 2015-2019年男装产业竞争格局解析

7.5.1 中日男装竞争模式

7.5.2 市场竞争态势分析

7.5.3 市场的跨界竞争

7.5.4 企业核心竞争力

7.5.5 竞争力提升策略

7.6 中国男装行业存在问题及对策分析

7.6.1 企业存在问题

7.6.2 市场发展对策

7.6.3 市场销售策略

第八章 2015-2019年童装所属行业发展分析

8.1 2015-2019年童装所属行业整体发展分析

8.1.1 产业环境解析

8.1.2 行业发展态势

8.1.3 产业发展特征

8.1.4 产业结构状况

8.1.5 区域发展格局

8.1.6 市场竞争状况

8.1.7 行业政策动态

8.2 2015-2019年中国童装所属行业供需分析

8.2.1 行业生产规模

8.2.2 市场销售规模

8.2.3 市场销售特征

8.2.4 市场需求趋向

8.3 中大童装市场剖析

8.3.1 中大童装市场需求

- 8.3.2 中大童装市场现状
- 8.3.3 中大童装企业发展面临的问题
- 8.4 中国童装消费市场剖析
 - 8.4.1 童装消费的主要特征
 - 8.4.2 影响童装消费的因素
 - 8.4.3 童装消费水平多层次
 - 8.4.4 童装市场消费需求现状
 - 8.4.5 童装个性化消费来临
- 8.5 2015-2019年中国童装品牌的发展概况
 - 8.5.1 童装发展品牌市场的背景
 - 8.5.2 童装企业自主品牌的发展
 - 8.5.3 高端童装品牌销售渠道透析
 - 8.5.4 童装品牌市场占有率状况
 - 8.5.5 童装品牌细分市场定位
 - 8.5.6 童装市场品牌塑造策略
- 8.6 部分地区童装市场分析
 - 8.6.1 浙江省织里
 - 8.6.2 泉州
 - 8.6.3 烟台
 - 8.6.4 温州
- 8.7 童装产业存在的问题及对策
 - 8.7.1 制约童装产业发展的因素
 - 8.7.2 童装产业基地存在的问题
 - 8.7.3 企业从批发向品牌转型对策
 - 8.7.4 童装企业开拓市场的发展策略
- 第九章 2015-2019年内衣所属行业发展分析
 - 9.1 2015-2019年国际内衣所属行业发展分析
 - 9.1.1 市场发展态势
 - 9.1.2 行业发展特征
 - 9.1.3 市场发展新动向
 - 9.1.4 主要国家的发展
 - 9.2 2015-2019年中国内衣产业发展状况
 - 9.2.1 行业发展综述
 - 9.2.2 市场销售规模
 - 9.2.3 行业利润状况

9.2.4 行业发展特征

9.2.5 高端市场发展

9.3 2015-2019年中国内衣市场竞争格局

9.3.1 市场竞争差异化

9.3.2 品牌市场占有率

9.3.3 市场集中度分析

9.3.4 区域分布状况

9.4 2015-2019年内衣细分产品发展分析

9.4.1 针织内衣

9.4.2 保暖内衣

9.4.3 少女内衣

9.4.4 男性内衣

9.4.5 儿童内衣

9.4.6 孕妇内衣

9.5 2015-2019年部分地区内衣产业分析

9.5.1 河北

9.5.2 浙江

9.5.3 深圳

9.5.4 盐步

9.6 中国内衣行业存在问题及对策分析

9.6.1 行业存在问题

9.6.2 企业面临挑战

9.6.3 行业发展策略

9.6.4 经销商资源整合

9.6.5 营运系统策略

9.6.6 企业突围策略

第十章 2015-2019年休闲装及运动装所属行业发展分析

10.1 2015-2019年中国休闲装所属行业发展概况

10.1.1 行业发展特点

10.1.2 行业发展规模

10.1.3 行业发展态势

10.2 2015-2019年中国主要地区休闲装发展分析

10.2.1 虎门

10.2.2 石狮

10.2.3 沙溪镇

- 10.2.4 青岛
- 10.2.5 广东园洲镇
- 10.2.6 辽宁熊岳镇
- 10.3 休闲装细分产品发展分析
 - 10.3.1 美式风格休闲服
 - 10.3.2 商务休闲装
 - 10.3.3 时尚休闲装
 - 10.3.4 青春休闲服
- 10.4 2015-2019年运动装市场发展分析
 - 10.4.1 市场销售规模
 - 10.4.2 品牌集中度分析
 - 10.4.3 行业运行态势
 - 10.4.4 行业发展格局
 - 10.4.5 企业转型路径
 - 10.4.6 资本市场动态
- 10.5 休闲装面临的问题及发展策略分析
 - 10.5.1 存在的主要问题
 - 10.5.2 市场面临的挑战
 - 10.5.3 品牌定位差异化
 - 10.5.4 企业经营策略
- 第十一章 2015-2019年羽绒服所属行业发展分析
 - 11.1 中国羽绒服行业概况
 - 11.1.1 羽绒服行业发展综述
 - 11.1.2 羽绒服行业发展特点
 - 11.1.3 羽绒服行业品牌提升
 - 11.1.4 羽绒服市场竞争格局
 - 11.1.5 羽绒服标准化进展
 - 11.2 2015-2019年中国羽绒服市场发展分析
 - 11.2.1 2019年羽绒服所属行业运行状况
 - 11.2.2 2019年羽绒服所属行业市场发展态势
 - 11.2.3 2019年羽绒服所属行业出口税率动态
 - 11.3 中国羽绒服装市场存在的问题
 - 11.3.1 品牌及管理问题
 - 11.3.2 产品销售渠道问题
 - 11.3.3 中小品牌面临的挑战

11.4 羽绒服行业发展策略

11.4.1 羽绒服市场突围策略

11.4.2 羽绒服淡季营销策略

11.4.3 行业组织应发挥作用

第十二章 2015-2019年职业装所属行业发展分析

12.1 2015-2019年中国职业装行业发展概况

12.1.1 职业装产品特点

12.1.2 职业装行业现状

12.1.3 职业装行业热点

12.1.4 职业装行业规划

12.1.5 产业链深度合作

12.2 2015-2019年中国职业装市场分析

12.2.1 职业装市场分类

12.2.2 职业装市场特征

12.2.3 职业装市场调查

12.2.4 职业工装市场

12.3 2015-2019年中国职业装品牌分析

12.3.1 职业装品牌发展历程

12.3.2 品牌化成职业装发展趋势

12.3.3 职业装品牌存在的问题

12.3.4 职业装品牌创新策略

12.4 职业装行业存在的问题及发展对策

12.4.1 职业装行业面临的问题

12.4.2 职业装行业转型策略

12.4.3 职业装行业创新思路

12.4.4 职业装行业发展建议

12.4.5 细分领域拓展策略

第十三章 2015-2019年中国服装所属行业产量数据分析

13.1 服装

13.1.1 2017年全国及主要省份服装产量分析

13.1.2 2018年全国及主要省份服装产量分析

13.1.3 2019年全国及主要省份服装产量分析

13.2 西服套装

13.2.1 2017年全国及主要省份西服套装产量分析

13.2.2 2018年全国及主要省份西服套装产量分析

13.2.3 2019年全国及主要省份西服套装产量分析

13.3 衬衫

13.3.1 2017年全国及主要省份衬衫产量分析

13.3.2 2018年全国及主要省份衬衫产量分析

13.3.3 2019年全国及主要省份衬衫产量分析

13.4 针织服装

13.4.1 2017年全国及主要省份针织服装产量分析

13.4.2 2018年全国及主要省份针织服装产量分析

13.4.3 2019年全国及主要省份针织服装产量分析

13.5 羽绒服

13.5.1 2017年全国及主要省份羽绒服产量分析

13.5.2 2018年全国及主要省份羽绒服产量分析

13.5.3 2019年全国及主要省份羽绒服产量分析

第十四章 2015-2019年中国服装所属行业进出口分析

14.1 中国服装进出口环境分析

14.1.1 国际宏观环境

14.1.2 国内宏观环境

14.1.3 退税比率调整

14.1.4 行业贸易壁垒

14.1.5 主要风险及防范对策

14.1.6 打破贸易壁垒的办法

14.2 中国服装所属行业出口特征分析

14.2.1 产品出口分地区规模

14.2.2 对传统市场出口规模

14.2.3 对新兴市场出口规模

14.2.4 各区域产品出口情况

14.3 中国针织或钩编的服装及衣着附件所属行业进出口数据分析

14.3.1 2015-2019年中国针织或钩编的服装及衣着附件所属行业进出口总量分析

14.3.2 2015-2019年主要贸易国针织或钩编的服装及衣着附件所属行业进出口情况分析

14.3.3 2015-2019年主要省市针织或钩编的服装及衣着附件所属行业进出口情况分析

14.4 中国非针织或非钩编的服装及衣着附件所属行业进出口数据分析

14.4.1 2015-2019年中国非针织或非钩编的服装及衣着附件所属行业进出口总量分析

14.4.2 2015-2019年主要贸易国非针织或非钩编的服装及衣着附件所属行业进出口分析

14.4.3 2015-2019年主要省市非针织或非钩编的服装及衣着附件所属行业进出口分析

14.5 中国部分地区纺织服装所属行业出口状况

14.5.1 山东省

14.5.2 浙江省

14.5.3 福建省

14.5.4 上海市

14.5.5 新疆自治区

第十五章 2015-2019年服装市场竞争分析

15.1 国际服装市场竞争态势

15.1.1 服装产业价值链分析

15.1.2 北美服装市场竞争态势

15.1.3 亚洲服装行业竞争态势

15.1.4 日本服装企业向东南亚转移

15.1.5 我国主要竞争对手出口动态

15.1.6 我国企业国际竞争情况分析

15.2 国内服装市场竞争分析

15.2.1 行业竞争结构

15.2.2 产业竞争优势

15.2.3 品牌竞争态势

15.2.4 企业竞争力分析

15.2.5 行业竞争力下滑

15.2.6 童装市场竞争格局

15.2.7 行业竞争趋势

15.3 国外服装业对中国市场的开拓

15.3.1 国际服装品牌竞争优势

15.3.2 国际品牌扩展二三线城市

15.3.3 韩国企业开拓中国市场

15.3.4 台湾品牌进军中国网购市场

15.4 服装企业市场竞争模式解析

15.4.1 快速反应模式

15.4.2 服务差异化模式

15.4.3 目标集聚模式

15.5 服装行业的竞争策略

15.5.1 应对国际竞争的战略

15.5.2 提高产业竞争力的对策

15.5.3 打造品牌竞争力的策略

15.5.4 实行差异化竞争策略

15.5.5 零售市场会员制策略

15.5.6 品牌竞争战略案例分析

第十六章 服装行业投资潜力分析

16.1 2015-2019年国际服装行业投资概况

16.1.1 国外服饰企业并购状况

16.1.2 境外资本投资越南服装业

16.1.3 日本服装企业投资印尼

16.1.4 缅甸成服装投资热土

16.1.5 美国服装制造业回流

16.1.6 非洲服装业投资机会

16.2 2015-2019年中国服装行业投资状况

16.2.1 行业投资规模

16.2.2 项目建设情况

16.2.3 资本并购情况

16.2.4 资本市场新动向

16.3 中国服装行业投资机遇分析

16.3.1 借互联网实现弯道超车

16.3.2 资本驱动资源整合

16.3.3 主业并购延伸

16.3.4 快时尚生产方式

16.3.5 个性化定制

16.4 纺织服装专业市场投资分析

16.4.1 投资模式及其影响

16.4.2 投资火热的成因

16.4.3 对外投资动态

16.4.4 市场投资机遇

16.5 服装行业投资面临的风险及投资建议

16.5.1 行业壁垒分析

16.5.2 产能过剩风险

16.5.3 童装市场投资特性

16.5.4 新形势下的投资策略

16.5.5 实现投资高回报的建议

第十七章 2020-2026年服装行业发展前景分析 (ZY GXH)

17.1 世界服装行业发展前景分析

17.1.1 2025年全球市场预测

17.1.2 世界服装行业发展趋势

17.1.3 全球服装市场结构变化

17.2 中国服装行业前景展望

17.2.1 行业未来前景

17.2.2 行业发展趋势

17.2.3 “十三五”发展形势

17.2.4 “十三五”转型方向

17.3 2020-2026年中国纺织服装行业预测分析

17.3.1 中国纺织服装、服饰行业发展因素分析

17.3.2 2020-2026年中国纺织服装、服饰行业总资产预测

17.3.3 2020-2026年中国纺织服装、服饰行业收入预测

17.3.4 2020-2026年中国纺织服装、服饰行业利润预测

17.4 中国女装市场发展展望

17.4.1 市场发展趋势

17.4.2 产品发展趋势

17.5 中国男装行业未来发展分析

17.5.1 行业发展趋势

17.5.2 产业发展方向

17.5.3 高端市场展望

17.6 中国童装行业前景趋势分析

17.6.1 市场潜力分析

17.6.2 行业未来展望

17.6.3 产业发展趋势

17.7 中国内衣市场未来的发展

17.7.1 市场发展前景

17.7.2 市场竞争及产品趋势

17.8 中国休闲运动服装市场前景趋势

17.8.1 行业发展趋势

17.8.2 未来发展方向

17.8.3 儿童运动服装市场前景

17.9 中国羽绒服市场的发展趋势

17.9.1 产品线更丰富

17.9.2 品牌集中度高

17.9.3 面辅料需求提升

17.9.4 市场发展趋势

17.10 中国职业装市场的前景趋势

17.10.1 市场发展空间

17.10.2 市场发展趋势

17.10.3 市场需求提升

17.10.4 未来发展目标（ZY GXH）

图表目录：

图表1 2015-2019年全球运动服市场规模增速

图表2 美国服装产业发展进程

图表3 美国服装行业各零售渠道销售额占比

图表4 美国服装品牌市场份额状况

图表5 美国服装总进口

图表6 美国服装主要进口国

图表7 2015-2019年美国进口纺织服装金额统计

图表8 2019年美国进口中国纺织服装金额统计

图表9 2019年美国进口越南纺织服装金额统计

图表10 制造业产业链基本结构

图表11 服装产业链架构

图表12 2015-2019年服装行业规模以上企业产量增幅情况

图表13 2019年服装行业规模以上企业主要经济指标

图表14 2019年服装行业规模以上企业亏损情况

图表15 2019年服装行业经济效益指标情况

图表16 2019年18个产业集群规下服装企业主要经济指标同比情况及与规上企业的比较

图表17 2015-2019年中经服装产业景气指数

图表18 2015-2019年中经服装产业预警指数

图表19 2015-2019年我国服装行业利润总额及增速

图表20 2015-2019年我国服装行业固定资产投资总额及增速状况

图表21 2015-2019年服装行业各指标运营状况

图表22 2015-2019年服装行业规模以上企业月度产量增幅状况

图表23 2019年服装行业规模以上企业产量情况

图表24 2019年服装产量分区域月度情况

图表25 2015-2019年社会消费品及服装类零售总额增速情况

图表26 2019年服装内销市场月度情况

图表27 2015-2019年全国重点大型零售企业服装类商品销售金额增速

图表28 2015-2019年全国重点大型零售企业服装类商品销售数量增速

图表29 2019年服装出口月度情况

图表30 2015-2019年我国服装行业出口额及增速状况

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201612/479312.html>