2026-2031年中国服装行业产销需求与发展前景预测分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——
第一章：中国服装行业发展环境分析
第一节：服装行业定义及分类
一、服装行业定义及分类
二、服装行业统计分类
第二节：服装行业发展环境分析
一、政策环境分析
（一）行业标准统计
（二）政策汇总分析
二、经济环境分析
（一）GDP增长情况
（二）居民消费支出情况
（三）规模以上工业企业营业收入
三、社会环境分析
（一）人口环境分析
（二）人口结构分析
四、行业发展环境综合分析
第三节：服装面料市场分析
一、服装面料主要产品构成
二、服装面料主要产品市场分析
（一）布市场供应现状分析
（二）棉花市场供应现状分析
（三）羊毛市场供应现状分析
（四）合成纤维市场供应现状分析
——现状篇——
第二章：全球服装制造业发展分析
第一节：全球服装制造业发展现状
一、全球服装制造业发展历程
二、全球服装制造业运营模式
三、全球服装制造业发展规模
四、全球服装制造业竞争格局
五、全球服装制造业区域格局
（一）区域品牌价值格局
（二）区域品牌数量格局
第二节：全球服装市场需求分析
一、全球服装总体需求特点
（一）存量替代市场为主，二手市场成火热赛道
（二）消费者购入服装的单价缓慢增长
（三）休闲服装和个性化服装需求占比不断上升
（四）对质量的需求增加
（五）世界范围内结构变动趋势明显
（六）舒适耐用是优先考虑的因素
二、全球服装市场需求结构
（一）消费需求结构
（二）进口需求结构
三、全球服装行业发展前景
第三节：全球服装制造业主要地区分析
一、美国纺织服装市场分析
二、意大利纺织服装市场分析
三、法国纺织服装市场分析
四、日本纺织服装市场分析

第四节：全球服装制造产业发展影响因素
一、经济因素
（一）经济发展提供良好的宏观经济环境
（二）经济增长带来的居民购买力提升和消费理念变化
（三）经济发展构造完整的服装行业产业链体系
二、政策因素
三、税收因素
第五节：全球服装制造产业发展趋势
一、多元化步伐加快，服装企业面临大变局
二、舒适耐用的衣服将在未来短期内成为主要生产品类
三、可持续与绿色转型：合规逐渐收紧
四、柔性供应链融入设计生产销售环节
第三章：中国服装行业发展现状分析
第一节：中国服装行业发展状况分析
一、中国服装行业发展历程
二、中国服装行业发展主要特点
（一）数字化转型加速推进，智能制造重塑生产范式
（二）市场竞争从“价格竞争”向“价值竞争”转变
（三）绿色化发展成为价值底色，碳排放强度持续下降
第二节：中国服装行业发展现状
一、服装行业生命周期阶段
二、服装行业经营情况分析
（一）规模以上服装企业利润总额
（二）规模以上服装企业存货情况
第三节：服装行业供需平衡分析
一、服装行业供给情况分析
（一）规模以上服装企业数量分析
（二）规模以上服装产品产量统计
二、服装行业需求情况分析
（一）规模以上服装企业营业收入
（二）限额以上服装行业零售额
三、服装行业市场规模情况
第四章：重点地区服装行业发展分析
第一节：广东省服装行业发展分析
一、广东省服装行业发展政策及措施
二、广东省服装行业全国地位情况
三、广东省服装行业经济运行状况分析
（一）广东省服装行业营业收入
（二）广东省服装行业产量情况
（三）广东省服装行业企业数量
四、广东省服装产业集群分布情况
第二节：浙江省服装行业发展分析
一、浙江省服装行业发展政策及措施
二、浙江省服装行业全国地位情况
三、浙江省服装行业经济运行状况分析
四、浙江省服装产业集群分布情况
第三节：江苏省服装行业发展分析
一、江苏省服装行业发展政策及措施
二、江苏省服装行业全国地位情况
三、江苏省服装行业经济运行状况分析
四、江苏省服装产业集群分布情况
第四节：福建省服装行业发展分析
一、福建省服装行业发展政策及措施
二、福建省服装行业全国地位情况
三、福建省服装行业经济运行状况分析
四、福建省服装产业集群分布情况
第五节：山东省服装行业发展分析
一、山东省服装行业发展政策及措施
二、山东省服装行业全国地位情况

三、山东省服装行业经济运行状况分析
四、山东省服装产业集群分布情况
第六节：大湾区时尚行业发展分析
一、全球各大湾区时尚行业概述
（一）粤港澳大湾区（中国）
（二）纽约湾区（美国）
（三）东京湾区（日本）
（四）旧金山湾区（美国）
二、粤港澳大湾区服装产业规模底座
三、粤港澳大湾区服装品牌价值情况
四、粤港澳大湾区服装产业创新生态
第五章：中国服装行业市场竞争分析
第一节：国内服装行业竞争格局分析
一、企业类别竞争格局
二、产品品类竞争格局分析
第二节：外资服装品牌在中国的扩张分析
一、国际服装品牌竞争力状况
（一）外资品牌格局
（二）外资品牌竞争力分析
二、外资品牌在中国的布局分析
三、外资品牌的扩张风险分析
（一）外汇管制风险
（二）生产要素价格上涨风险
（三）风格风险
（四）线下运营成本风险
第三节：服装行业竞争结构分析
一、现有企业间的竞争分析
二、行业潜在进入威胁分析
三、供应商议价能力分析
四、下游客户议价能力
五、替代品威胁
六、服装行业竞争环境小结
第六章：中国服装行业融资与兼并重组分析
第一节：中国服装行业融资情况
第二节：中国服装行业融资资金用途分析
第三节：中国服装行业兼并重组汇总
第四节：中国服装行业兼并重组动因分析
一、品牌及产品矩阵扩张
二、产业链垂直整合
三、渠道终端的战略性收购
四、企业通过并购转型升级
第七章：中国服装行业国际贸易市场分析
第一节：服装行业国际贸易政策环境分析
一、中国纺织服装行业对外贸易政策分析
（一）对外贸易政策汇总
（二）对外贸易政策特征总结
二、主要国家/地区/组织对华纺织品贸易政策分析
（一）美国：短期内强政略有松动
（二）欧洲：关税豁免取消
（三）日本：RCEP红利深化，但合规更严格
（四）东盟：“配额+关税”双重壁垒
三、国际服装行业贸易政策趋势展望
第二节：中国服装行业出口形势分析
一、我国服装行业进出口总体情况
二、服装进出口情况分析
（一）中国服装行业出口情况
（二）中国服装行业进口情况
三、主要进出口国别分析
（一）出口国别

（二）进口国别
四、主要贸易产品分析
（一）出口贸易产品结构
（二）进口贸易产品结构
第三节：中国纺织服装行业海外营销策略分析
一、纺织服装企业海外市场营销策略分析
二、海外市场营销案例分析——安踏
（一）出海战略
（二）营销策略核心
三、海外企业在华营销策略经验借鉴
（一）快时尚服饰代表：ZARA
（二）奢侈品服饰代表：Louis Vuitton
（三）两种营销路径的核心差异对比
第八章：中国服装行业主要产品市场分析
第一节：按消费人群划分的细分产品市场分析
一、中国男装市场发展分析
（一）男装行业发展历程
（二）男装行业市场规模
（三）男装行业利润水平
（四）男装市场细分结构
（五）男装市场竞争格局
二、中国女装市场发展分析
（一）女装行业发展历程
（二）女装行业市场规模
（三）女装行业利润水平
（四）女装市场细分结构
（五）女装市场竞争格局
三、中国童装市场发展分析
（一）童装行业发展历程
（二）童装行业市场规模
（三）童装行业利润水平
（四）童装市场细分结构
（五）童装市场竞争格局
第二节：按穿着场合划分的细分产品市场分析
一、中国家居服市场分析
（一）家居服行业发展历程
（二）家居服行业市场规模
（三）家居服市场细分结构
（四）家居服市场竞争格局
（五）家居服市场渠道结构
二、中国运动服市场分析
（一）运动服行业发展历程
（二）运动服行业市场规模
（三）运动服行业利润水平
（四）运动服市场细分结构
（五）运动服市场竞争分析
（六）运动服市场渠道结构
第三节：中国内衣及其细分产品市场分析
一、中国女士内衣市场分析
（一）女士内衣行业发展历程
（二）女士内衣行业市场规模
（三）女士内衣行业利润水平
（四）女士内衣市场竞争格局
五）女士内衣市场渠道结构
二、中国男士内衣市场分析
（一）男士内衣行业发展历程
（二）男士内衣行业市场规模
（三）男士内衣行业利润水平
（四）男士内衣市场竞争格局

三、中国内裤市场分析
（一）内裤行业发展历程
（二）内裤市场竞争格局
（三）内裤市场消费特点
（四）内裤市场营销策略
四、中国保暖内衣市场分析
（一）保暖内衣市场发展历程
（二）保暖内衣市场竞争格局
（三）保暖内衣市场消费特点
（四）保暖内衣消费渠道结构
五、中国塑身内衣市场分析
（一）塑身内衣行业市场规模
（二）塑身内衣行业竞争格局
（三）塑身内衣市场消费特点
（四）塑身内衣市场营销策略
第四节：中国袜业市场分析
一、袜业市场规模
二、袜业细分结构
三、袜业出口分析
（一）行业出口总体
（二）行业出口结构
四、袜业市场竞争分析
五、袜业市场营销渠道分析
六、袜业市场消费者行为分析
（一）消费人群画像
（二）袜子价格接受度
（三）袜子复购情况
——展望篇——
第九章：中国服装行业发展趋势与前景预测
第一节：服装行业发展前景及趋势
一、服装行业发展前景
二、服装行业发展趋势
第二节：服装行业并购整合趋势
一、传统品牌积极收购国际IP，抢占高增长细分赛道
二、设计师品牌与细分赛道新锐成为收购目标
三、产业链纵向整合加速，向上游延伸成趋势
第三节：主要产品市场发展趋势与前景预测
一、男装市场发展前景及趋势
（一）男装市场发展前景
（二）男装市场发展趋势
二、女装市场发展趋势前瞻
（一）女装市场发展前景
（二）女装市场发展趋势
三、童装市场发展趋势与前景
（一）童装市场发展前景
（二）童装市场发展趋势
四、家居服市场发展趋势与前景
（一）家居服市场发展前景
（二）家居服市场发展趋势
五、运动服市场发展趋势与前景
（一）运动服市场发展前景
（二）运动服市场发展趋势
六、内衣市场发展趋势与前景
（一）内衣市场发展前景
（二）内衣市场发展趋势
七、袜子市场发展趋势与前景
（一）袜子市场发展前景
（二）袜子市场发展趋势
八、其他服装产品发展趋势

（一）内裤市场：场景化功能细分成为核心驱动力
（二）保暖内衣：技术迭代驱动产品价值跃迁
（三）塑身内衣：功能性与舒适性走向融合共生
第十章：典型服装企业商业模式案例分析
第一节：传统模式下企业面临的问题分析
第二节：中国服装行业SPA模式分析
一、服装业SPA模式发展
（一）国外SPA模式的发展
（二）国内SPA模式的发展
二、SPA模式的运作特点
（一）SPA模式特征
（二）SPA四大模块
（三）SPA模式结构
（四）SPA基本组织机构
三、SPA模式案例一：ZARA商业模式分析
（一）公司商业模式简图
（二）公司产品目标客户
（三）公司产品特色分析
（四）公司价值配置分析
四、SPA模式案例二：H&M商业模式分析
（一）公司经营特色分析
（二）公司产品系列分析
（三）公司价值配置分析
五、SPA商业模式小结
（一）SPA模式的价值主张
（二）SPA模式的盈利来源
（三）SPA模式成功核心因素
（三）SPA模式的运作策略
第三节：中国服装行业虚拟经营模式分析
一、虚拟经营实质与特征
二、服装行业虚拟经营必要性
三、案例一：耐克虚拟经营模式分析
（一）公司模式转型历程
（二）公司产品市场定位
（三）公司虚拟经营方式
（四）公司关键资源能力
四、案例二：李宁虚拟经营模式分析
（一）公司发展简介分析
（二）公司产品定位分析
（三）公司业务系统分析
（四）公司虚拟经营方式
（五）公司关键资源能力
五、虚拟经营模式小结
（一）虚拟经营的价值主张
（二）虚拟经营的盈利来源
（三）虚拟经营成功核心因素
六、实施虚拟经营的策略建议
（一）虚拟经营的战略安排
（二）虚拟经营的实施路径
（三）虚拟经营供应商开发
（四）虚拟经营的管理创新
（五）虚拟经营风险及控制
第四节：服装行业价值链延展模式分析
一、价值链延展模式特征
二、案例：雅戈尔全产业链模式分析
（一）公司背景介绍
（二）公司商业模式分析
（三）全产业链模式布局战略
（四）全产业链模式资源支撑

三、价值链延展模式小结
（一）价值链延展模式的价值主张
（二）价值连延展模式的盈利来源
四、价值链延展模式运作策略
（一）价值链延展基本条件
（二）价值链延展实现路径
（三）价值链延展策略选择
第五节：服装行业电子商务模式分析
一、中国服装电子商务发展历程
二、案例一：安踏“即时零售+AI”
三、案例二：波司登 “智慧门店+线上云店”
四、服装B2C模式运作策略与建议
（一）服装B2C的优势与挑战
（二）服装B2C的运营关键要素
（三）传统品牌企业进入电商策略
第六节：服装行业新兴销售模式
一、 “一日店长”线下差异化引流模式
（一）概念
（二）商业逻辑
二、“爱豆店员”线下差异化引流模式
（一）概念
（二）案例：W.Management（WM）
（三）商业逻辑

图表目录

图表1：项目所属的国民经济行业分类
图表2：服装产品的分类
图表3：截至2026年中国纺织服装行业相关标准汇总
图表4：2024-2026年中国纺织服装行业相关政策汇总
图表5：2010-2025年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表6：2013-2025年中国居民人均消费支出情况（单位：元）
图表7：2025年中国居民人均消费支出结构（单位：%）
图表8：2019-2026年中国规模以上工业企业营业收入情况（单位：万亿元）
图表9：2010-2025年中国人口规模及自然增长率（单位：亿人，‰）
图表10：2010-2025年中国人口年龄结构（单位：%）
图表11：服装行业发展环境影响分析
图表12：服装纺织物定义内容
图表13：不同分类方法下的服装面料
图表14：2021-2026年中国布产量及同比增速（单位：亿米，%）
图表15：2025年中国布产量区域分布情况（单位：%）
图表16：2021-2025年中国棉花生产情况（单位：万吨）
图表17：2021-2025年中国羊毛生产情况（单位：万吨）
图表18：2021-2026年中国合成纤维生产情况（单位：万吨）
图表19：全球纺织服装制造业产业变迁史
图表20：全球服装企业运营模式
图表21：2021-2025年全球服装零售市场规模（单位：万亿美元，%）
图表22：2025年全球品牌价值Top10服饰品牌（单位：亿美元）
图表23：2025年全球品牌价值Top50服饰品牌价值区域分布（单位：%）
图表24：2025年全球品牌价值Top50服饰品牌数量区域分布（单位：个，%）
图表25：2022-2025年全球二手服装市场规模增速（单位：%）
图表26：2014-2025年全球服装单件花费价格（单位：美元）
图表27：全球各地服装市场特点
图表28：全球消费者购买服装的评判标准重要性（单位：%）
图表29：2025年全球服装产品类别需求结构（单位：%）
图表30：2021-2025年全球服装市场进口需求结构（单位：亿美元）

图表31：2026-2031年全球服装零售市场规模（单位：万亿美元，%）
图表32：2021-2025年意大利服装出口规模（单位：亿美元）
图表33：2021-2024年法国服装出口规模（单位：亿美元）
图表34：2021-2025年日本服装出口规模（单位：亿美元）
图表35：在实行“柔性供应链”后各环节的变化
图表36：中国服装行业发展历程
图表37：中国服装行业生命周期阶段
图表38：2021-2026年中国规模以上服装企业利润总额情况（单位：亿元）
图表39：2021-2026年中国规模以上服装企业存货情况（单位：亿元）
图表40：2018-2025年中国服装行业规模以上企业数量情况（单位：家）
图表41：2018-2025年中国服装行业规模以上企业服装产量（单位：亿件）
图表42：2019-2026年中国规模以上服装企业营业收入情况（单位：亿元，%）
图表43：2018-2025年中国限额以上服装商品零售额及增速（单位：亿元，%）
图表44：2019-2025年中国服装行业市场规模（零售口径）（单位：亿元，%）
图表45：2023-2026年广东省服装行业主要发展政策及措施
图表46：2021-2025年广东省服装行业地位变化分析（单位：%）
图表47：2021-2025年广东省规模以上服装企业营业收入（单位：亿元）
图表48：2021-2025年广东省规模以上服装企业产量情况（单位：亿件）
图表49：2021-2025年广东省规模以上服装企业数量（单位：家）
图表50：广东省服装产业集群分布情况
图表51：2023-2026年浙江省服装行业主要发展政策及措施
图表52：2021-2025年浙江省服装行业地位变化分析（单位：%）
图表53：2021-2025年浙江省规模以上服装企业营业收入（单位：亿元）
图表54：浙江省服装产业集群分布情况
图表55：2023-2025年江苏省服装行业主要发展政策及措施
图表56：2021-2025年江苏省服装行业地位变化分析（单位：%）
图表57：2021-2025年江苏省规模以上服装企业营业收入（单位：亿元）
图表58：江苏省服装产业集群分布情况
图表59：2024-2026年福建省服装行业主要发展政策及措施
图表60：福建省纺织行业全国地位情况
图表61：2025年福建省纺织鞋服规模以上企业发展情况（单位：家，亿元）
图表62：福建省服装产业集群分布情况
图表63：2024-2026年山东省服装行业主要发展政策及措施
图表64：2021-2025年山东省服装行业地位变化分析（单位：%）
图表65：2021-2025年山东省规模以上服装企业利润总额（单位：亿元）
图表66：山东省服装产业集群分布情况
图表67：粤港澳大湾区时尚产业发展情况
图表68：纽约湾区时尚产业发展情况
图表69：东京湾区时尚产业发展情况
图表70：旧金山湾区时尚产业发展情况
图表71：粤港澳湾区产业规模底座发展情况
图表72：2025年广东省服装服饰行业高价值商标品牌结构占比（单位：家，%）
图表73：2025年粤港澳大湾区可持续时尚的创新生态
图表74：中国服装行业不同性质企业竞争格局（按企业个数）（单位：%）
图表75：中国服装产量结构（按产品品类）（单位：%）
图表76：国际服装知名品牌
图表77：国际女装知名品牌
图表78：国际男装知名品牌
图表79：中外服装品牌在中国的品牌价值情况（单位：亿元）
图表80：外资品牌在华布局路径
图表81：服装行业竞争层次分析
图表82：服装行业进入壁垒分析
图表83：服装上游客户议价能力分析
图表84：服装下游客户议价能力分析
图表85：服装行业五力竞争结构
图表86：2023-2026年6月中国服装行业企业投融资事件统计
图表87：中国服装行业融资资金用途分析
图表88：2023-2026年6月中国服装行业企业兼并重组事件统计
图表89：2020-2026年6月中国纺织服装行业对外贸易相关政策汇总

图表90：国际服装贸易政策发展趋势及对中国服装出口的影响
图表91：中国服装行业进出口产品海关编码和名称
图表92：2021-2026年5月中国服装行业进出口总体情况（单位：亿美元）
图表93：2021-2026年5月中国服装行业出口情况（单位：亿美元）
图表94：2021-2026年5月中国服装产品进口情况（单位：亿美元，%）
图表95：2025年中国对部分主要国家服装出口情况（前十位）（单位：%）
图表96：2025年中国对部分主要国家服装进口情况（前十位）（单位：%）
图表97：2025年中国服装产品出口结构（单位：亿美元）
图表98：2025年中国服装产品进口结构（单位：亿美元）
图表99：服装出口企业海外市场营销策略
图表100：Zara与Louis Vuitton营销策略对比
图表101：中国男装行业发展历程
图表102：2018-2025年中国男装行业市场规模（零售口径）（单位：亿元，%）
图表103：2021-2026年中国男装主要品牌销售净利率水平（单位：%）
图表104：2025年中国男装细分市场结构（零售口径）（单位：亿元，%）
图表105：2017-2025年中国男装市场企业集中度（单位：%）
图表106：中国女装行业发展历程
图表107：2020-2025年中国女装市场规模（零售口径）（单位：亿元，%）
图表108：2021-2026年中国女装主要品牌销售净利率水平（单位：%）
图表109：2025年中国女装细分市场结构（零售口径）（单位：亿元，%）
图表110：2017-2025年中国女装行业市场企业集中度（单位：%）
图表111：中国童装行业发展历程
图表112：2020-2025年中国童装市场规模（零售口径）（单位：亿元，%）
图表113：2021-2026年中国童装主要品牌销售净利率水平（单位：%）
图表114：2025年中国童装细分市场结构（零售口径）（单位：亿元，%）
图表115：2025年中国童装品牌竞争格局（零售口径）（单位：%）
图表116：2017-2025年中国童装行业品牌集中度（单位：%）
图表117：中国家居服行业发展历程
图表118：2019-2025年中国家居服行业市场规模（零售口径）（单位：亿元）
图表119：2025年中国家居服市场细分结构（零售口径）（单位：亿元，%）
图表120：2017-2025年中国家居服品牌集中度（单位：%）
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！