



2024-2028年 中国服装行业投资分析及前景预测报告

中投产业研究院出品

中投产业研究院出品

中投产业研究院出品

内容简介

服装业是创造美好时尚生活的基础性消费品产业和民生产业，也是集中体现人类文化创意、技术进步和时代变迁的创新型产业，在提高人民生活质量、发展国家经济、促进社会文化进步等方面发挥着重要作用。

2022年，服装行业规模以上企业13219家，累计营业收入14539亿元，同比下降4.6%；服装产量232亿件，同比下降3.4%。**2023年1-10月，我国服装行业规模以上企业工业增加值同比下降8.5%；限额以上单位服装类商品零售额累计8143.4亿元，同比增长12.3%；累计完成服装及衣着附件出口1331.6亿美元，同比下降8.7%；行业规模以上（年主营业务收入2000万元及以上）企业13578家，实现营业收入9751.22亿元，同比下降7.56%。**

“十四五”的开局之年，天津、江苏、浙江、江西、湖北等地重视纺织服装产业的重要地位，各地政府蓄势改造升级纺织服装产业，对未来五年的产业发展做出了重大部署。如江苏提出推动纺织等优势传统产业高端化、智能化、绿色化发展，支持企业兼并重组，加快淘汰落后产能，有序出清僵尸企业；浙江将打造现代纺织和服装等世界级先进制造业集群、一批年产值超千亿元的优势制造业集群和百亿级的“新星”产业集群；陕西省将积极推动纺织产业技术改造和转型升级，实现高端化、智能化、绿色化发展，促进智能建筑与新型建筑工业化协同发展等。

内需扩大和消费升级将是中国纺织服装行业发展的最大动力，城乡居民收入增长、新型城镇化建设以及二孩政策全面实施等发展红利和改革红利叠加，将推动升级型纺织品消费增长，未来国内的服装消费将迎来黄金增长期。

中投产业研究院发布的《2024-2028年中国服装行业投资分析及前景预测报告》共二十二章。首先介绍了国际国内服装行业的现状和中国纺织服装制造行业的财务状况，接着对中国服装市场的运行情况、服装加工业的发展以及部分地区服装行业发展情况进行了详实地分析，然后具体介绍了女装、男装、童装、内衣、休闲装、运动装、羽绒服、职业装的发展。随后，报告对服装行业做了进出口分析、市场竞争分析、营销分析、上市公司运营状况分析，最后重点解析了服装行业的投资状况，并科学预测

了其未来发展趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中投产业研究院、中投产业研究院市场调查中心、中国服装协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对服装产业有个系统深入的了解、或者想投资服装行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具

报告目录

第一章 2022-2024年国际服装行业分析

1.1 国际服装行业发展状况

1.1.1 全球服装行业运行情况

1.1.2 全球服装细分行业发展

1.1.3 全球服装国际贸易情况

1.1.4 全球服装龙头企业市值

1.2 美国

1.2.1 美国服装发展阶段分析

1.2.2 美国服装市场运行情况

1.2.3 美国服装进口情况分析

1.2.4 疫情对美国服装市场影响

1.3 韩国

1.3.1 韩国服装市场发展经验

1.3.2 韩国服装行业发展结构

1.3.3 韩国服装行业政策动态

1.3.4 在中国市场的发展策略

1.4 日本

1.4.1 日本服装产业发展特点

1.4.2 日本纺织服装行业现状

1.4.3 日本服装进口贸易分析

1.4.4 日本服饰品牌布局海外

1.4.5 日本服装企业竞争战略

1.5 其他国家和地区

1.5.1 巴基斯坦

1.5.2 英国

1.5.3 越南

第二章 2022-2024年中国服装行业发展环境分析

2.1 政策环境

2.1.1 行业相关标准实施

2.1.2 行业相关影响法规

2.1.3 地方相关规划布局

2.2 经济环境

2.2.1 宏观经济概况

2.2.2 对外经济分析

2.2.3 工业运行情况

2.2.4 固定资产投资

2.2.5 宏观经济展望

2.3 社会环境

2.3.1 人口规模情况

2.3.2 居民收入水平

2.3.3 居民消费水平

2.3.4 社会消费规模

2.4 技术环境

2.4.1 服装行业技术水平分析

2.4.2 服装行业主要技术发展

2.4.3 服装行业技术特点总结

第三章 2022-2024年中国服装行业深度分析

3.1 中国服装行业发展背景综述

3.1.1 产业链发展分析

3.1.2 产业发展水平分析

3.1.3 外贸市场格局变化

3.1.4 国内消费结构变化

- 3.1.5 行业发展特点分析
- 3.2 2022-2024年中国服装行业运营状况分析
 - 3.2.1 行业企业数量
 - 3.2.2 行业产量规模
 - 3.2.3 行业销售规模
 - 3.2.4 行业经营效益
- 3.3 2022-2024年中国服装业产业集群解析
 - 3.3.1 产业集群面临机遇
 - 3.3.2 产业集群面临挑战
 - 3.3.3 产业集群发展概况
 - 3.3.4 集群发展影响因素
 - 3.3.5 产业集群发展战略
- 3.4 服装行业品牌发展分析
 - 3.4.1 服装品牌发展特点
 - 3.4.2 服装奢侈品牌发展
 - 3.4.3 本土品牌发展分析
 - 3.4.4 本土品牌发展策略
- 3.5 中国服装行业发展面临的问题分析
 - 3.5.1 行业面临困境
 - 3.5.2 行业存在问题
 - 3.5.3 行业发展难题
 - 3.5.4 产业升级障碍
- 3.6 中国服装行业发展策略分析
 - 3.6.1 行业发展对策建议
 - 3.6.2 行业对应解决措施
 - 3.6.3 品牌价值提升战略
 - 3.6.4 产业升级对策分析

第四章 2020-2024年中国纺织服装、服饰行业财务状况

4.1 中国纺织服装、服饰行业经济规模

4.1.1 2020-2024年纺织服装、服饰业销售规模

4.1.2 2020-2024年纺织服装、服饰业利润规模

4.1.3 2020-2024年纺织服装、服饰业资产规模

4.2 中国纺织服装、服饰行业盈利能力指标分析

4.2.1 2020-2024年纺织服装、服饰业销售毛利率

4.2.2 2020-2024年纺织服装、服饰业成本费用利润率

4.2.3 2020-2024年纺织服装、服饰业销售利润率

4.3 中国纺织服装、服饰行业营运能力指标分析

4.3.1 2020-2024年纺织服装、服饰业应收账款周转率

4.3.2 2020-2024年纺织服装、服饰业流动资产周转率

4.3.3 2020-2024年纺织服装、服饰业总资产周转率

4.4 中国纺织服装、服饰行业偿债能力指标分析

4.4.1 2020-2024年纺织服装、服饰业资产负债率

4.4.2 2020-2024年纺织服装、服饰业利息保障倍数

4.5 中国纺织服装、服饰行业财务状况综合评价

第五章 2022-2024年中国服装市场发展分析

5.1 服装市场发展特征分析

5.1.1 服装消费行为特征

5.1.2 主力消费群体特征

5.1.3 服装消费观念变化

5.1.4 服装消费方式变化

5.2 中国纺织服装专业市场运行分析

5.2.1 市场发展态势

5.2.2 市场运行现状

5.2.3 市场景气指数

5.2.4 市场区域结构

5.2.5 市场品类结构

5.3 中国纺织服装电子商务市场分析

5.3.1 市场发展状况

5.3.2 市场发展特点

5.3.3 市场交易规模

5.3.4 B2B平稳发展

5.3.5 网络零售规模

5.3.6 专业市场升级

第六章 中国服装加工行业发展分析

6.1 中国服装加工业发展综述

6.1.1 行业发展状况

6.1.2 成本管理分析

6.1.3 企业经营模式

6.1.4 主要问题分析

6.1.5 转型升级对策

6.2 中国服装加工企业智能制造分析

6.2.1 企业智能制造总体架构

6.2.2 企业智能制造重点内容

6.2.3 企业智能制造体系构建

6.2.4 企业智能制造实践动态

6.2.5 企业智能制造发展路径

6.3 服装加工数字化生产线构建分析

6.3.1 主要建设背景

6.3.2 总体技术方案

6.3.3 主要组成部分

6.3.4 设备联网功能

- 6.3.5 管控系统软件
- 6.3.6 应用影响分析
- 6.4 中国服装加工行业竞争结构分析
 - 6.4.1 产业内现有企业的竞争
 - 6.4.2 潜在进入者的威胁
 - 6.4.3 替代品的威胁
 - 6.4.4 供应商的议价能力
 - 6.4.5 购买者讨价还价能力
- 6.5 中国服装加工企业内部控制分析
 - 6.5.1 优势 (strength)
 - 6.5.2 劣势 (weakness)
 - 6.5.3 机会 (opportunity)
 - 6.5.4 威胁 (threat)
- 6.6 中国服装加工行业投资风险分析
 - 6.6.1 火灾和爆炸
 - 6.6.2 营业中断风险
 - 6.6.3 机器损坏风险
 - 6.6.4 雇主责任风险
 - 6.6.5 产品责任风险
 - 6.6.6 环境污染风险
 - 6.6.7 公众责任风险
- 6.7 中国服装加工行业重点客户实施战略
 - 6.7.1 实施重点客户战略的必要性
 - 6.7.2 合理确立重点客户
 - 6.7.3 重点客户战略管理
 - 6.7.4 重点客户管理功能
- 6.8 服装加工企业GSD标准工时实施路径

6.8.1 传统服装企业主要管理问题

6.8.2 GSD标准工时概念与引进意义

6.8.3 GSD标准工时实施方案

6.8.4 GSD标准工时实施效果

第七章 2022-2024年中国部分地区服装行业发展分析

7.1 江苏

7.1.1 纺织服装行业综述

7.1.2 消费市场发展分析

7.1.3 服装产量情况分析

7.1.4 服装品牌发展情况

7.1.5 服装行业出口情况

7.1.6 服装出口升级策略

7.1.7 技术品牌构建策略

7.2 浙江

7.2.1 消费市场分析

7.2.2 政策环境分析

7.2.3 服装产量情况

7.2.4 行业发展动态

7.2.5 主要发展问题

7.2.6 产业升级策略

7.3 安徽

7.3.1 消费市场分析

7.3.2 行业发展情况

7.3.3 服装产量情况

7.3.4 行业发展问题

7.3.5 产业发展建议

7.3.6 产业发展路径

7.4 新疆

7.4.1 行业营收分析

7.4.2 园区发展现状

7.4.3 产业投资状况

7.4.4 产业发展建议

7.4.5 产业发展规划

7.5 其它地区

7.5.1 广州

7.5.2 天津

7.5.3 上海

7.5.4 河南

7.5.5 河北

7.5.6 福建

第八章 2022-2024年女装行业发展分析

8.1 中国女装行业发展分析

8.1.1 行业发展特点

8.1.2 行业生命周期

8.1.3 行业发展规模

8.1.4 行业区域格局

8.2 中国女装市场竞争分析

8.2.1 行业竞争特点分析

8.2.2 女装市场品牌层级

8.2.3 女装品牌研发投入

8.2.4 女装品牌集中度

8.2.5 女装品牌竞争格局

8.2.6 高端市场品牌格局

8.3 2022-2024年中国女装电商发展分析

8.3.1 女装线上销售情况

8.3.2 女装电商网红效应

8.3.3 女装网购决策因素分析

8.3.4 女装电商优化策略

8.4 中国女装行业存在的问题及对策分析

8.4.1 行业突出矛盾

8.4.2 行业发展策略

8.4.3 自主品牌培育

8.4.4 渠道建设策略

8.4.5 内容营销策略

8.5 中国女装市场发展展望

8.5.1 女装行业发展趋势

8.5.2 高端女装发展前景

8.5.3 女装产品发展趋势

第九章 2022-2024年男装行业发展分析

9.1 2022-2024年国外男装产业发展状况

9.1.1 产业主要发展脉络

9.1.2 市场发展空间

9.1.3 市场集中度分析

9.1.4 男士西装市场分析

9.1.5 国内外男装市场对比

9.2 2022-2024年中国男装行业发展状况

9.2.1 行业发展态势

9.2.2 行业发展规模

9.2.3 细分市场规模

9.2.4 线上销售分析

9.2.5 内销价格指数

- 9.2.6 市场景气指数
- 9.2.7 市场需求特点
- 9.3 中国男装产业集群分布
 - 9.3.1 中国男装市场分布格局
 - 9.3.2 福建石狮男装产业集群
 - 9.3.3 江苏常熟男装产业集群
 - 9.3.4 浙江温州男装产业集群
 - 9.3.5 浙江宁波男装产业集群
 - 9.3.6 广东惠城男装产业集群
- 9.4 男装市场品牌发展分析
 - 9.4.1 品牌发展格局
 - 9.4.2 品牌竞争力分析
 - 9.4.3 品牌运营模式
 - 9.4.4 品牌创新策略
 - 9.4.5 品牌发展趋势
- 9.5 男装产业竞争格局解析
 - 9.5.1 行业竞争主体分析
 - 9.5.2 行业集中度分析
 - 9.5.3 细分领域竞争情况
 - 9.5.4 男装竞争模式对比
 - 9.5.5 企业核心竞争力
 - 9.5.6 竞争力提升策略
- 9.6 中国男装行业存在问题及对策分析
 - 9.6.1 企业存在问题
 - 9.6.2 市场发展对策
 - 9.6.3 市场销售策略
- 9.7 中国男装行业未来发展分析

9.7.1 行业发展趋势

9.7.2 产业发展方向

9.7.3 市场前景机遇

第十章 2022-2024年童装行业发展分析

10.1 2022-2024年童装行业整体发展分析

10.1.1 产业生命周期

10.1.2 市场发展特征

10.1.3 市场规模分析

10.1.4 企业注册状况

10.1.5 产业结构分析

10.1.6 区域发展格局

10.1.7 行业生产特点

10.2 2022-2024年中国童装市场竞争格局

10.2.1 市场集中度分析

10.2.2 企业竞争格局

10.2.3 龙头企业情况

10.2.4 品牌规模排名

10.3 线上市场发展形势

10.3.1 线上市场份额占比

10.3.2 电商市场销售状况

10.3.3 线上童装设计思路

10.4 中大童装市场剖析

10.4.1 中大童装市场需求

10.4.2 中大童装市场状况

10.4.3 中大企业面临的问题

10.5 2022-2024年中国童装品牌的发展分析

10.5.1 童装发展品牌市场的背景

- 10.5.2 童装企业自主品牌的发展
 - 10.5.3 童装品牌细分市场分类
 - 10.5.4 中国童装品牌推广策略
 - 10.6 中国童装消费市场剖析
 - 10.6.1 童装营销渠道分析
 - 10.6.2 童装消费的主要特征
 - 10.6.3 影响童装消费的因素
 - 10.6.4 童装消费水平多层次
 - 10.6.5 童装市场消费需求现状
 - 10.6.6 童装个性化消费来临
 - 10.7 部分地区童装市场分析
 - 10.7.1 青岛市即墨区
 - 10.7.2 浙江省织里镇
 - 10.7.3 广东省佛山市
 - 10.8 童装产业存在的问题及对策
 - 10.8.1 成人化问题
 - 10.8.2 安全健康问题
 - 10.8.3 品牌意识不强
 - 10.8.4 文化底蕴不足
 - 10.8.5 市场发展策略
 - 10.8.6 柔性供应链模式
 - 10.9 中国童装行业前景趋势分析
 - 10.9.1 发展前景展望
 - 10.9.2 市场需求趋向
 - 10.9.3 产业发展趋势
 - 10.9.4 疫情影响趋势
- 第十一章 2022-2024年内衣行业发展分析

- 11.1 2022-2024年国际内衣行业发展分析
 - 11.1.1 行业发展特征
 - 11.1.2 市场消费情况
 - 11.1.3 企业经营情况
 - 11.1.4 运动内衣市场火热
 - 11.1.5 市场发展方向
- 11.2 2022-2024年中国内衣产业发展状况
 - 11.2.1 产业链环节
 - 11.2.2 行业驱动因素
 - 11.2.3 市场发展规模
 - 11.2.4 市场需求状况
 - 11.2.5 区域消费格局
 - 11.2.6 行业发展热点
 - 11.2.7 资本市场动态
 - 11.2.8 高端市场发展
- 11.3 中国盐步内衣指数统计分析
 - 11.3.1 内衣价格总指数
 - 11.3.2 细分品类指数分析
 - 11.3.3 内衣景气指数分析
 - 11.3.4 时尚引领指数分析
 - 11.3.5 盐步内衣发展前景
 - 11.3.6 发展分析与建议
- 11.4 2022-2024年中国内衣市场竞争格局
 - 11.4.1 主要企业品牌
 - 11.4.2 市场集中度分析
 - 11.4.3 跨界布局动态
 - 11.4.4 国际品牌布局

11.4.5 企业商业模式

11.4.6 产业发展集群

11.5 内衣细分产品发展分析

11.5.1 针织内衣

11.5.2 保暖内衣

11.5.3 少女内衣

11.5.4 男性内衣

11.5.5 孕妇内衣

11.6 部分地区内衣产业分析

11.6.1 浙江

11.6.2 深圳

11.6.3 盐步

11.7 中国内衣行业存在问题及对策分析

11.7.1 行业存在问题

11.7.2 企业面临挑战

11.7.3 行业发展策略

11.7.4 经销商资源整合

11.7.5 营运系统策略

11.7.6 企业突围策略

11.8 中国内衣市场未来的发展

11.8.1 产业升级机遇

11.8.2 行业发展趋势

11.8.3 模式发展趋势

11.8.4 市场定位趋势

11.8.5 产品功能趋势

第十二章 2022-2024年休闲装及运动装发展分析

12.1 中国休闲装行业发展状况

- 12.1.1 运营收益状况
- 12.1.2 重点企业动态
- 12.1.3 企业商业模式
- 12.1.4 区域发展格局
- 12.1.5 企业发展方向
- 12.2 中国主要地区休闲装发展分析
 - 12.2.1 江苏海虞镇
 - 12.2.2 福建石狮市
 - 12.2.3 广东虎门镇
- 12.3 休闲装细分产品发展分析
 - 12.3.1 美式风格休闲服
 - 12.3.2 商务休闲装
 - 12.3.3 时尚休闲装
 - 12.3.4 青春休闲服
- 12.4 运动装市场发展分析
 - 12.4.1 行业发展历程
 - 12.4.2 市场规模分析
 - 12.4.3 行业市场集中度
 - 12.4.4 行业竞争格局
 - 12.4.5 企业市场份额
- 12.5 休闲装面临的问题及发展策略分析
 - 12.5.1 主要发展问题
 - 12.5.2 企业发展问题
 - 12.5.3 品牌定位差异化
 - 12.5.4 企业发展方向
- 12.6 中国休闲运动服装市场前景趋势
 - 12.6.1 市场发展趋向

12.6.2 产品发展方向

12.6.3 消费趋势分析

12.6.4 时装化发展趋势

12.6.5 高性能发展趋势

第十三章 2022-2024年羽绒服行业发展分析

13.1 中国羽绒服行业概况

13.1.1 行业发展综述

13.1.2 行业发展特点

13.1.3 市场普及率分析

13.1.4 质量监管要求

13.1.5 行业标准进展

13.2 中国羽绒服市场发展分析

13.2.1 产量数据分析

13.2.2 市场规模分析

13.2.3 企业战略定位

13.2.4 市场竞争压力

13.2.5 市场发展态势

13.3 中国羽绒服线上市场销售分析

13.3.1 销售状况回顾

13.3.2 线上销售排行

13.3.3 数字转型方式

13.4 中国羽绒服龙头企业案例分析——波司登

13.4.1 企业发展历程

13.4.2 线上销售情况

13.4.3 企业发展策略

13.4.4 市场营销策略

13.5 中国羽绒服装市场存在的问题

13.5.1 品牌及管理问题

13.5.2 产品同质化问题及对策

13.5.3 中小品牌面临的挑战

13.6 中国羽绒服市场发展趋势

13.6.1 市场需求趋势

13.6.2 面辅料需求提升

13.6.3 产品发展方向

第十四章 2022-2024年职业装行业发展分析

14.1 中国职业装行业发展概况

14.1.1 产品特点介绍

14.1.2 行业发展现状

14.1.3 产业链深度合作

14.1.4 衬衫加工业介绍

14.2 中国职业装市场分析

14.2.1 职业装市场分类

14.2.2 职业装市场阶段

14.2.3 职业装市场规模

14.2.4 职业装市场特征

14.2.5 职业装细分市场

14.2.6 职业装典型企业

14.2.7 职业工装市场概述

14.2.8 职业工装市场空间

14.3 中国职业装品牌分析

14.3.1 品牌发展历程

14.3.2 品牌化必要性

14.3.3 品牌排名状况

14.3.4 品牌建设瓶颈

14.3.5 品牌创新策略

14.4 职业装设计的原则及趋势

14.4.1 职业装设计的意义

14.4.2 职业装设计的原则

14.4.3 职业装设计的趋势

14.5 职业装行业存在的问题及发展对策

14.5.1 行业面临的问题

14.5.2 行业转型策略

14.5.3 行业创新思路

14.5.4 行业发展建议

14.5.5 细分领域拓展策略

14.6 中国职业装市场的前景趋势

14.6.1 市场发展空间

14.6.2 市场发展趋势

14.6.3 消费要求上升

14.6.4 未来发展目标

第十五章 2022-2024年中国服装行业进出口分析

15.1 2022-2024年中国纺织品服装对外贸易总体分析

15.1.1 2022年贸易情况

15.1.2 2023年贸易情况

15.1.3 2024年贸易情况

15.1.4 2024年贸易展望

15.2 中国服装行业对外贸易特点

15.2.1 产品出口波动形势

15.2.2 产品出口结构变化

15.2.3 出口市场特点分析

15.2.4 区域出口特点分析

15.2.5 产品进口结构特点

15.2.6 服装外贸疫情影响

15.3 2022-2024年中国衬衫市场对外贸易分析

15.3.1 中国男衬衫进出口数据分析

15.3.2 中国女衬衫进出口数据分析

第十六章 2022-2024年服装市场竞争分析

16.1 2022-2024年国内服装市场竞争状况

16.1.1 服装产业价值链分析

16.1.2 上市公司发展规模

16.1.3 市场集中程度分析

16.1.4 本土品牌出海情况

16.1.5 行业渠道竞争分析

16.1.6 竞争影响因素分析

16.2 服装企业市场竞争模式解析

16.2.1 快速反应模式

16.2.2 服务差异化模式

16.2.3 目标集聚模式

16.3 国潮服装品牌竞争分析

16.3.1 市场发展情况

16.3.2 市场关注程度

16.3.3 品牌竞争挑战

16.3.4 品牌竞争策略

16.4 快时尚服装品牌竞争情况

16.4.1 主要品牌发展情况

16.4.2 主要品牌布局动态

16.4.3 品牌融资规模情况

16.4.4 电商营销竞争策略

- 16.4.5 品牌发展竞争策略
- 16.5 本土快时尚服装企业竞争战略分析
 - 16.5.1 现有竞争企业态势
 - 16.5.2 供应商议价能力
 - 16.5.3 顾客的议价能力
 - 16.5.4 潜在的新进入者
 - 16.5.5 替代品竞争力量
 - 16.5.6 新时尚企业战略
- 16.6 服装行业的竞争策略分析
 - 16.6.1 应对国际竞争的战略
 - 16.6.2 提高产业竞争力对策
 - 16.6.3 打造品牌竞争力策略
- 第十七章 服装行业营销分析
 - 17.1 服装营销市场发展概况
 - 17.1.1 服装消费影响因素
 - 17.1.2 重视移动网络营销
 - 17.1.3 服装营销存在缺陷
 - 17.1.4 品牌营销存在问题
 - 17.1.5 营销渠道存在矛盾
 - 17.2 服装行业营销策略分析
 - 17.2.1 营销策略制定原则
 - 17.2.2 会员制营销策略
 - 17.2.3 文化营销分析
 - 17.2.4 视觉营销分析
 - 17.2.5 色彩营销分析
 - 17.2.6 运用RFID技术
 - 17.3 互联网环境下服装营销策略研究

17.3.1 线下线上结合销售模式

17.3.2 注重服装品牌的塑造

17.3.3 建立网络数据库营销

17.3.4 品牌差异化推广策略

17.3.5 整合营销与推广策略

17.3.6 企业网络营销的对策

17.4 新媒体环境下品牌服装的营销策略分析

17.4.1 服装品牌营销形式策略

17.4.2 服装品牌营销内容策略

17.4.3 服装品牌营销引流策略

17.4.4 不同维度策略对比分析

17.4.5 服装品牌新媒体营销布局

17.5 服装营销案例分析——优衣库

17.5.1 优衣库品牌介绍

17.5.2 企业生态链构建

17.5.3 企业产品策略

17.5.4 企业价格策略

17.5.5 企业渠道策略

17.5.6 企业促销策略

17.5.7 对国内品牌启示

第十八章 2021-2024年中国服装行业上市公司经营状况分析

18.1 雅戈尔集团股份有限公司

18.1.1 企业发展概况

18.1.2 经营效益分析

18.1.3 业务经营分析

18.1.4 财务状况分析

18.1.5 核心竞争力分析

- 18.1.6 公司发展战略
- 18.1.7 未来前景展望
- 18.2 波司登国际控股有限公司
 - 18.2.1 企业发展概况
 - 18.2.2 2022年企业经营状况分析
 - 18.2.3 2023年企业经营状况分析
 - 18.2.4 2024年企业经营状况分析
- 18.3 报喜鸟控股股份有限公司
 - 18.3.1 企业发展概况
 - 18.3.2 旗下品牌发展
 - 18.3.3 经营效益分析
 - 18.3.4 业务经营分析
 - 18.3.5 财务状况分析
 - 18.3.6 核心竞争力分析
 - 18.3.7 公司发展战略
 - 18.3.8 未来前景展望
- 18.4 福建七匹狼实业股份有限公司
 - 18.4.1 企业发展概况
 - 18.4.2 营销渠道建设
 - 18.4.3 经营效益分析
 - 18.4.4 业务经营分析
 - 18.4.5 财务状况分析
 - 18.4.6 核心竞争力分析
 - 18.4.7 公司发展战略
 - 18.4.8 未来前景展望
- 18.5 江苏红豆实业股份有限公司
 - 18.5.1 企业发展概况

18.5.2 企业经营模式

18.5.3 经营效益分析

18.5.4 业务经营分析

18.5.5 财务状况分析

18.5.6 核心竞争力分析

18.5.7 公司发展战略

18.5.8 未来前景展望

18.6 湖北美尔雅股份有限公司

18.6.1 企业发展概况

18.6.2 企业主营业务

18.6.3 经营效益分析

18.6.4 业务经营分析

18.6.5 财务状况分析

18.6.6 核心竞争力分析

18.6.7 公司发展战略

18.6.8 未来前景展望

18.7 上海开开实业股份有限公司

18.7.1 企业发展概况

18.7.2 企业经营模式

18.7.3 经营效益分析

18.7.4 业务经营分析

18.7.5 财务状况分析

18.7.6 核心竞争力分析

18.7.7 公司发展战略

18.7.8 未来前景展望

18.8 浙江森马服饰股份有限公司

18.8.1 企业发展概况

18.8.2 电商业务发展

18.8.3 经营效益分析

18.8.4 业务经营分析

18.8.5 财务状况分析

18.8.6 核心竞争力分析

18.8.7 公司发展战略

18.8.8 未来前景展望

18.9 海澜之家股份有限公司

18.9.1 企业发展概况

18.9.2 企业品牌矩阵

18.9.3 经营效益分析

18.9.4 业务经营分析

18.9.5 财务状况分析

18.9.6 核心竞争力分析

18.9.7 公司发展战略

18.9.8 未来前景展望

18.10 中国利郎有限公司

18.10.1 企业发展概况

18.10.2 企业改革情况

18.10.3 利郎创业产业园

18.10.4 2022年企业经营状况分析

18.10.5 2023年企业经营状况分析

18.10.6 2024年企业经营状况分析

第十九章 中国服装行业其他品牌企业介绍

19.1 男装主要生产企业介绍

19.1.1 罗蒙

19.1.2 庄吉

19.1.3 柒牌

19.2 女装主要生产企业介绍

19.2.1 太平鸟

19.2.2 日播时尚

19.2.3 伊芙丽

19.3 休闲装主要生产企业介绍

19.3.1 以纯

19.3.2 班尼路

19.3.3 堡狮龙

19.3.4 美特斯邦威

19.4 运动装主要生产企业介绍

19.4.1 耐克

19.4.2 阿迪达斯

19.4.3 李宁

19.4.4 安踏

第二十章 中投顾问对中国服装行业投资动态分析

20.1 上市公司在服装行业投资动态分析

20.1.1 投资项目综述

20.1.2 投资区域分布

20.1.3 投资模式分析

20.1.4 典型投资案例

20.2 服装行业上市公司投资动态分析

20.2.1 投资规模统计

20.2.2 投资区域分布

20.2.3 投资模式分析

20.2.4 典型投资案例

第二十一章 中国服装行业投资潜力分析

- 21.1 中国服装行业投资状况
 - 21.1.1 投资增速状况
 - 21.1.2 IPO项目情况
 - 21.1.3 IPO专业分类
 - 21.1.4 IPO募集规模
- 21.2 中国服装行业投资机遇分析
 - 21.2.1 “双循环” 拓宽市场
 - 21.2.2 绿色发展促进转型
 - 21.2.3 文化因素培育活力
 - 21.2.4 科学技术助力升级
 - 21.2.5 纺织产业环境优化
- 21.3 中国服装行业海外投资分析
 - 21.3.1 投资考虑因素
 - 21.3.2 越南投资机会
 - 21.3.3 孟加拉投资机会
 - 21.3.4 东盟投资机会
 - 21.3.5 印度投资机会
 - 21.3.6 印尼投资机会
- 21.4 中国纺织服装专业市场投资分析
 - 21.4.1 投资模式及其影响
 - 21.4.2 投资火热的成因
 - 21.4.3 对外投资情况
 - 21.4.4 市场投资机遇
- 21.5 中国服装产业投资壁垒分析
 - 21.5.1 资金壁垒
 - 21.5.2 技术壁垒
 - 21.5.3 政策壁垒

21.5.4 品牌壁垒

21.5.5 营销网络壁垒

21.5.6 人才壁垒

21.6 中国服装产业投资建议

21.6.1 行业投资导向

21.6.2 市场布局策略

21.6.3 品牌运营思路

21.6.4 品牌服饰投资

21.6.5 纺织制造投资

第二十二章 中投顾问对2024-2028年中国服装行业发展前景分析

22.1 中国服装行业发展趋势及前景展望

22.1.1 行业发展趋势

22.1.2 技术革新趋势

22.1.3 细分市场趋势

22.1.4 行业电商趋势

22.1.5 生产运营趋势

22.1.6 消费需求趋势

22.1.7 行业未来前景

22.2 中投顾问对2024-2028年中国服装行业预测分析

22.2.1 2024-2028年中国服装行业影响因素分析

22.2.2 2024-2028年中国服装行业累计完成服装产量预测

22.2.3 2024-2028年中国限额以上单位服装类商品零售额预测

图表目录

图表 代表性国家运动、女装和童装三大细分品类前十大品牌市场份额

图表 2021年主要发达经济体纺织品服装进口金额同比增速

图表 2021年部分国家纺织品服装出口额增速

图表 2021年全球纺织服装企业市值TOP20

图表 2021年全球纺织服装企业市值TOP20上市至今股价涨幅

图表 1992-2021年全球市值TOP20纺织服装企业总市值情况（分品类）

图表 1992-2021年全球市值TOP20纺织服装企业总市值情况（分国家）

图表 2001-2021年全球市值TOP20纺织服装企业总市值数据

图表 美国服装市场发展阶段

图表 2021年美国服装进口单价增幅

图表 2019-2021年越南对欧美服装出口金额

图表 纺织行业国家标准

图表 纺织行业标准

图表 2018-2022年国内生产总值及其增长速度

图表 2018-2022年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2023年GDP初步核算数据

图表 2018-2022年货物进出口总额

图表 2022年货物进出口总额及其增长速度

图表 2022年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2022年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2022年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重

图表 2022年外商直接投资及其增长速度

图表 2022年对外非金融类直接投资额及其增长速度

图表 2018-2022年全部工业增加值及其增长速度

图表 2022年主要工业产品产量及其增长速度

图表 2023年全国规模以上工业增加值同比增长速度

图表 2023年全国规模以上工业生产主要数据

图表 2022年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重

图表 2022年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2022年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2023年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重

图表 2023年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2023年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2020年第七次人口普查统计情况

图表 2018-2022年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2022年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2023年居民人均消费支出及构成

图表 2018-2022年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2022-2023年全国社会消费品零售总额同比增速

图表 2022-2023年按消费类型分零售额同比增速

图表 2023年社会消费品零售总额主要数据

图表 制造业产业链基本结构

图表 服装产业链架构

图表 2018-2022年中国纺织企业产成品库存增幅变动情况

图表 2018-2021年中国品牌服装经营现金流变化情况

图表 2015-2021年中国规模以上服装企业数量

图表 2015-2021年中国规模以上企业服装产量

图表 2014-2021年中国限额以上服装零售额变化情况

图表 2015-2021年中国规模以上服装企业主营业务收入和利润总额

图表 2018-2022织服装、服饰行业销售收入

图表 2018-2022织服装、服饰行业销售收入增长趋势图

图表 2018-2022织服装、服饰行业利润总额

图表 2018-2022织服装、服饰行业利润总额增长趋势图

图表 2018-2022织服装、服饰行业资产总额

图表 2018-2022织服装、服饰行业总资产增长趋势图

图表 2018-2022织服装、服饰行业销售毛利率趋势图

图表 2018-2022织服装、服饰行业成本费用率

图表 2018-2022织服装、服饰行业成本费用利润率趋势图

图表 2018-2022织服装、服饰行业销售利润率趋势图

图表 2018-2022织服装、服饰行业应收账款周转率对比图

图表 2018-2022织服装、服饰行业流动资产周转率对比图

图表 2018-2022织服装、服饰行业总资产周转率对比图

图表 2018-2022织服装、服饰行业资产负债率对比图

图表 2018-2022织服装、服饰行业利息保障倍数对比图

图表 2015-2020年纺织服装专业市场总量规模逐年对比表

图表 2021年纺织服装行业景气指数一览

图表 2021年纺织服装东中西部地区成交额占比、增速

图表 2022年纺织服装东中西部地区市场数量占比

图表 2022年纺织服装东中西部地区成交额占比、增速表

图表 2021年纺织服装各品类成交额占比、增速表

图表 2011-2021年纺织服装行业电子商务交易额

图表 2011-2021年纺织服装行业B2B电子商务交易额

图表 2011-2021年服装家纺网络零售额

图表 2011-2021年纺织服装专业市场电子商务交易额

图表 服装企业智能制造总体架构

图表 总体技术方案

图表 地面设备及吊挂物流设备示意图

图表 吊挂物流系统示意图

图表 生产线设备联网拓扑结构图

图表 生产线管控系统工作流程

图表 服装生产线管控系统软件体系结构

图表 波特五力模型

图表 工序组合步骤

图表 2015-2021年江苏省服装产量

图表 2021-2022年浙江省服装产量情况

图表 2016-2022年安徽省服装产量及增长率

图表 女装行业生命周期示意图

图表 2015-2025年中国女装行业市场规模及增长预测

图表 2016-2021年中国高端女装市场规模占女装整体规模比例情况

图表 中国女装地域风格特征

图表 中国女装行业竞争格局特点

图表 女装行业的品牌“金字塔”

图表 2018-2021年中高端女装代表企业研发费用率

图表 2015-2021年中国女装零售CR10变化情况

图表 2015-2021年中国女装零售品牌TOP10

图表 2021-2022年女装行业线上销售额及环比、同比增速

图表 各国男装行业集中度比较

图表 2007-2025年中国男装行业市场规模及预测

图表 2007-2025年男装行业销售收入规模及预测

图表 2021-2022年男装行业线上销售额及环比、同比增速

图表 2021-2022年男装内销价格指数

图表 2022年男装主要大类内销环比价格指数

图表 2022年男装各大类销量情况

图表 2022年男装主要大类销售量占比

图表 2019-2022年常熟男装景气指数情况

图表 中国男装五大产业集群

图表 2015-2021年中国男装零售品牌TOP10

图表 中国男装行业不同价位层次的竞争格局

图表 2015-2021年中国男装零售CR10变化情况

图表 中国男装细分产品代表品牌

图表 中国童装及其他服饰的产业生命周期

图表 2014-2021年中国童装行业市场规模

图表 2015-2021年中国婴幼儿服装占比情况

图表 2015-2021年中国童装相关企业注册量

图表 童装相关企业注册量TOP5地区

图表 2015-2021年中国童装行业CR10情况

图表 2021年中国童装市占率TOP10品牌

图表 2021年童装品牌市场规模排名

图表 2021年中国童装市场分类情况

图表 童装营销渠道

图表 全球主要国家内衣人均消费金额对比

图表 国外品牌进入中国市场情况

图表 中国内衣技术进步

图表 2016-2022年中国女性内衣市场规模及预测

图表 2016-2022年中国男性内衣市场规模及预测

图表 2020年中国内衣消费地域分布数据

图表 2020-2022年盐步内衣价格指数走势图

图表 2020年和2022年价格指数及同比涨跌统计表

图表 2020-2022年盐步内衣价格二级指数走势图

图表 2020-2022年女士文胸价格指数走势图

图表 2020-2022年按罩杯分类部分文胸价格指数走势图

图表 2020-2022年全罩杯文胸价格指数走势图

图表 2020-2022年四大类功能文胸价格指数走势图

图表 2020-2022年女士内裤价格指数走势图

图表 2020-2022年细分女士内裤价格指数走势图

图表 2020-2022年女士塑身美体系列价格指数走势图

图表 2020-2022年细分部分塑身美体系列价格指数走势图

图表 2020-2022年内衣产业景气指数走势图

图表 2022年产销类景气指数运行走势

图表 2022年盈利类景气指数运行走势

图表 2022年信心类景气指数运行走势

图表 2017-2022年盐步内衣时尚指数走势图

图表 2018-2022年内衣企业成交量景气指标同期对比

图表 内衣行业领先企业及旗下品牌简介

图表 中国内衣行业主要商业模式及代表企业

图表 中国市场女士不同内衣的市场定位

图表 休闲服装龙头企业基本商业模式

图表 青春休闲服装业市场分类

图表 2013-2021年中国运动服装市场零售额及增长

图表 2015-2021年中国运动装零售CR10变化情况

图表 国内运动服饰行业格局

图表 2021年国内运动鞋服行业各企业市场份额TOP

图表 中国90后、00后青年移动网络购买服饰类影响因素

图表 中国90后00后青年移动网络购买服饰类品牌选择

图表 羽绒服市场普及率

图表 2021年全国重点工业产品质量监督目录（节选）

图表 2021-2023年中国羽绒服产量趋势图

图表 2021年全国羽绒服产量数据

图表 2021年主要省份羽绒服产量占全国产量比重情况

图表 2022年全国羽绒服产量数据

图表 2022年主要省份羽绒服产量占全国产量比重情况

图表 2023年全国羽绒服产量数据

图表 2023年主要省份羽绒服产量占全国产量比重情况

图表 2022年羽绒服产量集中程度示意图

图表 2017-2021年中国羽绒服市场规模

图表 中国羽绒服市场企业发展定位

图表 天猫“羽绒服女”相关产品销量前十情况

图表 2021年代表性羽绒服品牌数字化营销转型方法

图表 2016-2021年波司登线上销售额

图表 2016-2021年波司登“双十一”全网零售金额

图表 中国职业装目前处于发展的初级阶段

图表 职业装的主要分类

图表 2021中国职业装十大品牌（排名不分先后）

图表 2021中国行政职业装十大品牌（排名不分先后）

图表 2021中国职业工装十大品牌（排名不分先后）

图表 2021年月度中国纺织品服装出口金额及增长情况

图表 2021年中国对全球纺织服装大宗商品出口量、价同比

图表 2021-2023年中国男衬衫进出口总量

图表 2021-2023年中国男衬衫进出口总额

图表 2021-2023年中国男衬衫进出口（总量）结构

图表 2021-2023年中国男衬衫进出口（总额）结构

图表 2021-2023年中国男衬衫贸易逆差规模

图表 2021-2022年中国男衬衫进口区域分布

图表 2021-2022年中国男衬衫进口市场集中度（分国家）

图表 2022年主要贸易国男衬衫进口市场情况

图表 2023年主要贸易国男衬衫进口市场情况

图表 2021-2022年中国男衬衫出口区域分布

图表 2021-2022年中国男衬衫出口市场集中度（分国家）

图表 2022年主要贸易国男衬衫出口市场情况

图表 2023年主要贸易国男衬衫出口市场情况

图表 2021-2022年主要省市男衬衫进口市场集中度（分省市）

图表 2022年主要省市男衬衫进口情况

图表 2023年主要省市男衬衫进口情况

图表 2021-2022年中国男衬衫出口市场集中度（分省市）

图表 2022年主要省市男衬衫出口情况

图表 2023年主要省市男衬衫出口情况

图表 2021-2023年中国女衬衫进出口总量

图表 2021-2023年中国女衬衫进出口总额

图表 2021-2023年中国女衬衫进出口（总量）结构

图表 2021-2023年中国女衬衫进出口（总额）结构

图表 2021-2023年中国女衬衫贸易逆差规模

图表 2021-2022年中国女衬衫进口区域分布

图表 2021-2022年中国女衬衫进口市场集中度（分国家）

图表 2022年主要贸易国女衬衫进口市场情况

图表 2023年主要贸易国女衬衫进口市场情况

图表 2021-2022年中国女衬衫出口区域分布

图表 2021-2022年中国女衬衫出口市场集中度（分国家）

图表 2022年主要贸易国女衬衫出口市场情况

图表 2023年主要贸易国女衬衫出口市场情况

图表 2021-2022年主要省市女衬衫进口市场集中度（分省市）

图表 2022年主要省市女衬衫进口情况

图表 2023年主要省市女衬衫进口情况

图表 2021-2022年中国女衬衫出口市场集中度（分省市）

图表 2022年主要省市女衬衫出口情况

图表 2023年主要省市女衬衫出口情况

图表 纺织服装行业价值链“微笑曲线”

图表 2019-2021年底中国纺织上市公司市值分布情况

图表 2016-2021年中国服装行业CR5情况

图表 消费者的跨渠道购物之旅

图表 线上vs线下份额比较（按品牌销售渠道与品牌发源地）

图表 线上/线下消费者互动对另一个渠道销售表现的重要性

图表 中国品牌和境外品牌关注度对比

图表 2022年中国国潮服装关注热度提升情况

图表 2021年优衣库内地新店分布情况

图表 2016-2021年快时尚品牌内地新店增长情况

图表 2016-2021年内地快时尚新增门店数量

图表 2021年内地快时尚新增门店区域分布情况

图表 2021年内地快时尚新增门店城市分布情况

图表 2021年内地快时尚新增门店数量TOP11

图表 2021年快时尚入住主要连锁购物中心情况

图表 2021年中国服饰鞋配赛道各类型融资事件占比

图表 2021年中国服饰鞋配赛道各类型融资额占比

图表 短视频流量池的推荐模式

图表 四种形式策略在六个方面的作用效果

图表 四类内容在营销方式与营销特点上的差异

图表 三维度营销布局

图表 2021-2023年雅戈尔集团股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2021-2023年雅戈尔集团股份有限公司营业收入及增速

图表 2021-2023年雅戈尔集团股份有限公司净利润及增速

图表 2022年雅戈尔集团股份有限公司主营业务分行业

图表 2022年雅戈尔集团股份有限公司主营业务分地区

图表 2021-2023年雅戈尔集团股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2021-2023年雅戈尔集团股份有限公司净资产收益率

图表 2021-2023年雅戈尔集团股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2021-2023年雅戈尔集团股份有限公司资产负债率水平

图表 2021-2023年雅戈尔集团股份有限公司运营能力指标

图表 2019-2021年波司登国际控股有限公司综合收益表

图表 2019-2021年波司登国际控股有限公司分部资料

图表 2019-2021年波司登国际控股有限公司收入分地区资料

图表 2021-2022年波司登国际控股有限公司综合收益表

图表 2021-2022年波司登国际控股有限公司分部资料

图表 2021-2022年波司登国际控股有限公司收入分地区资料

图表 2022-2023年波司登国际控股有限公司综合收益表

图表 2022-2023年波司登国际控股有限公司分部资料

图表 2022-2023年波司登国际控股有限公司收入分地区资料

图表 2021-2023年报喜鸟控股股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2021-2023年报喜鸟控股股份有限公司营业收入及增速

图表 2021-2023年报喜鸟控股股份有限公司净利润及增速

图表 2022年报喜鸟控股股份有限公司主营业务分行业

图表 2022年报喜鸟控股股份有限公司主营业务分地区

图表 2021-2023年报喜鸟控股股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2021-2023年报喜鸟控股股份有限公司净资产收益率

图表 2021-2023年报喜鸟控股股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2021-2023年报喜鸟控股股份有限公司资产负债率水平

图表 2021-2023年报喜鸟控股股份有限公司运营能力指标

图表 2021-2023年福建七匹狼实业股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2021-2023年福建七匹狼实业股份有限公司营业收入及增速

图表 2021-2023年福建七匹狼实业股份有限公司净利润及增速

图表 2022年福建七匹狼实业股份有限公司主营业务分行业

图表 2022年福建七匹狼实业股份有限公司主营业务分地区

图表 2021-2023年福建七匹狼实业股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2021-2023年福建七匹狼实业股份有限公司净资产收益率

图表 2021-2023年福建七匹狼实业股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2021-2023年福建七匹狼实业股份有限公司资产负债率水平

图表 2021-2023年福建七匹狼实业股份有限公司运营能力指标

图表 2021-2023年江苏红豆实业股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2021-2023年江苏红豆实业股份有限公司营业收入及增速

图表 2021-2023年江苏红豆实业股份有限公司净利润及增速

图表 2022年江苏红豆实业股份有限公司主营业务分行业

图表 2022年江苏红豆实业股份有限公司主营业务分地区

图表 2021-2023年江苏红豆实业股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2021-2023年江苏红豆实业股份有限公司净资产收益率

图表 2021-2023年江苏红豆实业股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2021-2023年江苏红豆实业股份有限公司资产负债率水平

图表 2021-2023年江苏红豆实业股份有限公司运营能力指标

图表 2021-2023年湖北美尔雅股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2021-2023年湖北美尔雅股份有限公司营业收入及增速

图表 2021-2023年湖北美尔雅股份有限公司净利润及增速

图表 2022年湖北美尔雅股份有限公司主营业务分行业

图表 2022年湖北美尔雅股份有限公司主营业务分地区

图表 2021-2023年湖北美尔雅股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2021-2023年湖北美尔雅股份有限公司净资产收益率

图表 2021-2023年湖北美尔雅股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2021-2023年湖北美尔雅股份有限公司资产负债率水平

图表 2021-2023年湖北美尔雅股份有限公司运营能力指标

图表 2021-2023年上海开开实业股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2021-2023年上海开开实业股份有限公司营业收入及增速

图表 2021-2023年上海开开实业股份有限公司净利润及增速

图表 2022年上海开开实业股份有限公司主营业务分行业

图表 2022年上海开开实业股份有限公司主营业务分地区

图表 2021-2023年上海开开实业股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2021-2023年上海开开实业股份有限公司净资产收益率

图表 2021-2023年上海开开实业股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2021-2023年上海开开实业股份有限公司资产负债率水平

图表 2021-2023年上海开开实业股份有限公司运营能力指标

图表 公司品牌矩阵

图表 2021-2023年浙江森马服饰股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2021-2023年浙江森马服饰股份有限公司营业收入及增速

图表 2021-2023年浙江森马服饰股份有限公司净利润及增速

图表 2022年浙江森马服饰股份有限公司主营业务分行业

图表 2022年浙江森马服饰股份有限公司主营业务分地区

图表 2021-2023年浙江森马服饰股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2021-2023年浙江森马服饰股份有限公司净资产收益率

图表 2021-2023年浙江森马服饰股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2021-2023年浙江森马服饰股份有限公司资产负债率水平

图表 2021-2023年浙江森马服饰股份有限公司运营能力指标

图表 海澜之家多品牌矩阵

图表 2021-2023年海澜之家股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2021-2023年海澜之家股份有限公司营业收入及增速

图表 2021-2023年海澜之家股份有限公司净利润及增速

图表 2022年海澜之家股份有限公司主营业务分行业

图表 2022年海澜之家股份有限公司主营业务分地区

图表 2021-2023年海澜之家股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2021-2023年海澜之家股份有限公司净资产收益率

图表 2021-2023年海澜之家股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2021-2023年海澜之家股份有限公司资产负债率水平

图表 2021-2023年海澜之家股份有限公司运营能力指标

图表 2020-2021年中国利郎有限公司综合收益表

图表 2020-2021年中国利郎有限公司分部资料

图表 2020-2021年中国利郎有限公司收入分地区资料

图表 2021-2022年中国利郎有限公司综合收益表

图表 2021-2022年中国利郎有限公司分部资料

图表 2021-2022年中国利郎有限公司收入分地区资料

图表 2022-2023年中国利郎有限公司综合收益表

图表 2022-2023年中国利郎有限公司分部资料

图表 2022-2023年中国利郎有限公司收入分地区资料

图表 2021年A股及新三板上市公司服装行业投资规模

图表 2022年A股及新三板上市公司服装行业投资规模

图表 2023年A股及新三板上市公司服装行业投资规模

图表 2021年A股及新三板上市公司服装行业投资项目区域分布（按项目数量分）

图表 2021年A股及新三板上市公司服装行业投资项目区域分布（按投资金额分）

图表 2022年A股及新三板上市公司服装行业投资项目区域分布（按项目数量分）

图表 2022年A股及新三板上市公司服装行业投资项目区域分布（按投资金额分）

图表 2023年A股及新三板上市公司服装行业投资项目区域分布（按项目数量分）

图表 2023年A股及新三板上市公司服装行业投资项目区域分布（按投资金额分）

图表 2021年A股及新三板上市公司服装行业投资模式

图表 2022年A股及新三板上市公司服装行业投资模式

图表 2023年A股及新三板上市公司服装行业投资模式

图表 2021年A股及新三板服装行业上市公司投资规模

图表 2022年A股及新三板服装行业上市公司投资规模

图表 2023年A股及新三板服装行业上市公司投资规模

图表 2021年A股及新三板服装行业上市公司投资项目区域分布（按投资项目数量分）

图表 2021年A股及新三板服装行业上市公司投资项目区域分布（按投资金额分）

图表 2022年A股及新三板服装行业上市公司投资项目区域分布（按投资项目数量分）

图表 2022年A股及新三板服装行业上市公司投资项目区域分布（按投资金额分）

图表 2023年A股及新三板服装行业上市公司投资项目区域分布（按投资项目数量分）

图表 2023年A股及新三板服装行业上市公司投资项目区域分布（按投资金额分）

图表 2021年A股及新三板服装行业上市公司投资模式

图表 2022年A股及新三板服装行业上市公司投资模式

图表 2023年A股及新三板服装行业上市公司投资模式

图表 2019-2022年纺织服装固定资产累计投资完成额及同比增速

图表 2018-2021年中国纺织服装类企业IPO情况

图表 2021年新上市纺织服装类企业专业分类

图表 2021年度新上市纺织服装类企业首发募资明细

图表 各服装子行业生命周期示意图

图表 中投顾问对2024-2028年中国服装行业累计完成服装产量预测

图表 中投顾问对2024-2028年中国限额以上单位服装类商品零售额预测

公司简介

深圳市中投顾问股份有限公司于2002年在深圳成立，是中国领先的产业研究与产业战略咨询机构。十多年来，我们一直聚焦在“**产业**”领域，专注于**产业研究、产业规划、产业招商**及产业投资咨询服务。我们是国内**唯一**一家既有深厚的**产业研究**背景，又只专注于**产业投资与产业发展**服务的专业公司。对政府或园区，我们提供从产业规划到产业资源导入的一体化**产业发展咨询解决方案**；对企业，我们提供投资机会研究、投资地点选择、项目规划设计的一体化**产业投资咨询**服务。

十多年来，**深圳市中投顾问股份有限公司**已经为**十多万**家包括**政府机构、银行、研究所、行业协会、咨询公司、集团公司和各类投资公司**在内的单位提供了专业的产业研究报告、项目投资咨询及竞争情报研究服务，并得到客户的广泛认可；主导完成了上千家产业园区或地方政府的产业发展规划编制，协助数百家地方推进招商工作和产业资源导入。

深圳市中投顾问股份有限公司把实践与理论相结合，提出了“空间是躯体，产业才是灵魂”的规划理念；提炼出“建链、补链、抢链、强链”的产业发展思路；总结出落地性极强的“预招商规划法”；提炼出“战术招商上升到战略招商才是破解招商困境关键”的招商工作新思维；归纳出“规划、招商、运营三维一体”的园区发展策略；创新提出城镇化建设要“遵循产城融合，更要注意产城协调”的科学发展模式；等等。

深圳市中投顾问股份有限公司以深厚的产业研究能力为基础，以“**规划+落地**”为服务理念，以“**咨询+资源**”为服务模式，已经成为中国最专业的产业研究咨询服务机构，并力争在未来5年成为全球领先的产业投资与产业发展服务商。