2021-2026年中国服装市场竞争策略及行业投资潜力预测报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国服装市场竞争策略及行业投资潜力预测报告》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.huaon.com//channel/clothing/662582.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

中国是世界第一人口大国，是全世界最大的服装生产国与消费国，在过去，服装业为我国的经济发展做出了重要贡献。但是随着经济以及技术的发展，以互联网为代表的新兴科技逐渐取代服装业等传统制造型行业的地位，成为拉动经济增长的主要动力，服装行业的收入持续下滑。根据国家统计局数据显示，2019年规模以上服装企业营业收入为16010.3亿元，同比下降3.4%，2020年1-9月由于受到疫情影响，规模以上企业营业收入为9481.49亿元，同比下降13.46%。
2014-2020年9月中国规模以上服装企业营业收入统计

近年来我国服装产业整体呈现下滑趋势。2019年，服装产量略有反弹。根据国家统计局数据显示，2019年，我国服装行业规模以上企业累计完成服装产量244.72亿件，同比增长9.9%。在疫情影响下，2020年1-9月我国服装行业规模以上企业累计完成服装产量157.05亿件，同比下降10.53%。
2014-2019年中国服装行业规模以上企业产量统计

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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：
第一部分 国内外服装动态聚焦
第一章　2016-2020年国际服装纺织行业运行形势分析
第一节 2016-2020年国际服装行业发展概况
一、国际服装品牌高低端零售市场分析
二、世界纺织服装市场的发展态势
三、贸易战下国际服装市场发展动态
第二节 美国
一、美国服装产业增长速度分析
二、贸易战中美国服装行业依然存在增长的小板块
三、美国服装市场仍处于衰退中
四、美国针织服装和梭织服装市场的发展概况
第三节 意大利
一、意大利服装产业的特点
二、贸易战下意大利纺织服装产业发展分析

三、意大利服装业积极发展中国市场
第四节 法国
一、法国服装市场销售情况分析
二、法国纺织品服装出口分析
三、法国服装销售值环比分析
四、法国纺织服装外贸形势恶化
第五节 韩国
一、韩国纺织品服装出口分析
二、韩国服装市场增速放缓
三、韩国服装品牌进入中国服装市场的特点
四、韩国服装业的“新增长动力产业”发展
第六节 日本
一、日本服装产业的发展特点分析
二、日本纺织品服装市场消费特点
三、日本服装企业经营业绩下滑
四、日本服装进口状况分析
五、日本服装企业以错位竞争占领市场
第二章　2016-2020年中国服装产业整体运行态势分析
第一节 2016-2020年中国服装行业发展情况
一、中国服装行业发展的四大特点
二、贸易战或成中国服装产业发展契机
三、中国服装行业发展日趋成熟
四、中国纺织服装业正面临拐点
第二节 2016-2020年中国服装业产业集群解析
一、中国服装产业集群概况及主要特征
二、中国服装产业集群发展取得的进步
三、影响中国服装产业集群发展的重要因素
四、中国服装产业集群发展的几点建议
五、服装产业集群确保订单充足的路径选择
第三节 2016-2020年中国服装行业品牌分析
第四节 2016-2020年中国服装行业库存分析
一、服装企业应保持适量库存
二、服装品牌库存清理方法比较分析
三、举办库存服装特买会的十个要点
四、服装经销商库存消化策略

第五节 2016-2020年中国服装行业信息化分析
第六节 2016-2020年中国服装行业面临的问题及发展对策
一、中国服装业发展中存在的主要问题
二、中国服装业发展中存在的不足
三、中国服装品牌代理商存在的主要问题
四、服装行业品牌价值提升的四大战略
五、服装零售企业应对金融风暴的对策
第二部分 中国服装市场深度剖析
第三章 2016-2020年中国服装产业市场运行动态分析
第一节 2016-2020年中国服装市场发展概况
一、中国服装市场销售情况分析
二、中国服装市场增速缓慢
三、中国服装市场拒绝价格战
四、中国服装市场网购迅猛发展
五、中国服装市场需多渠道扩大消费
第二节 2016-2020年中国服装细分产品市场发展分析
第三节 2016-2020年中国纺织服装专业市场发展分析
第四章 2016-2020年中国纺织服装制造所属行业主要数据监测分析
第一节 2016-2020年中国纺织服装制造所属行业规模分析
一、企业数量增长分析
二、从业人数增长分析
三、资产规模增长分析
第二节 2020年中国纺织服装制造所属行业结构分析
一、企业数量结构分析
1、不同类型分析
2、不同所有制分析
二、销售收入结构分析
1、不同类型分析
2、不同所有制分析
第三节 2016-2020年中国纺织服装制造所属行业产值分析
一、产成品增长分析
二、工业销售产值分析
三、出口交货值分析
第四节 2016-2020年中国纺织服装制造所属行业成本费用分析
一、销售成本分析

二、费用分析
第五节 2016-2020年中国纺织服装制造所属行业盈利能力分析
一、主要盈利指标分析
二、主要盈利能力指标分析
第五章 2016-2020年中国主要服装行业发展格局分析
第一节 广东
第二节 浙江
第三节 江苏
第四节 北京
第五节 福建
第三部分 中国服装细分市场透析
第六章　2016-2020年中国服装主要细分产品分析——女装
第一节 2016-2020年国外女装市场发展概况
一、意大利女装产业发展现状分析
二、法国女装零售市场逐渐形成五大企业模式
三、亚洲高尔夫球女装市场日渐红火
四、日本少女服装市场走俏
第二节 2016-2020年中国女装行业发展分析
一、中国女装行业快速稳定发展
女装行业作为我国第一大服装市场，其市场规模增长迅速，并且增长幅度大于服装行业整体增长幅度。据统计2014年我国服装行业市场规模仅为7250亿元，2018年则增长9739亿元，而且2019年女装市场并没有受到经济下行的影响，呈现逆势增长，达到10372亿元。
2014-2019年中国女装行业市场规模变化情况

二、中国女装市场品牌发展状况
三、2020年中国女装市场销售状况分析
四、中国女装行业面临发展机遇前景广阔
五、中高档中年女装消费市场概况
第三节 2016-2020年中国主要地区女装行业分析
一、上海女装市场的销售分析
二、深圳女装产业发展现状综述
三、宁波女装行业发展现状分析
四、杭州女装行业面临新机遇新挑战
五、温州女装业变革谋求市场突围
第四节 2016-2020年中国女装市场竞争分析

一、国际女装品牌迅速抢占中国女装市场
二、日本女装连锁店竞相踏入中国市场
三、国内女装品牌另辟战场错位竞争
第五节 2016-2020年中国女装行业存在的问题及对策
一、中国女装行业突出的矛盾分析
二、中国女装行业发展策略
三、中国女装企业应培育自主国际品牌
四、女装品牌渠道建设策略分析
五、中高档中年女装营销策略分析
第七章　2016-2020年中国服装主要细分产品分析——男装
第一节 2016-2020年国外男装产业发展概况
一、意大利男装产业发展综述
二、日本男装逆势中开拓海外市场
三、印度男装产业发展前景广阔
四、国际男装产业典型商业模式评析
第二节 2016-2020年中国男装行业发展概况
一、中国男装产业发展演变
二、2020年中国男装亮点聚焦
三、经济低迷下国内男装消费趋向发生转变
四、经济逆势中闽派男装积极寻求突破
第三节 2016-2020年中国部分地区男装市场分析
一、岩城男装市场消费特征透析
二、外来品牌主导湖北男装市场
三、泉州男装产业独具优势
四、惠州男装产业的发展概况及近期规划
第四节 2016-2020年中国男装市场品牌发展分析
一、中国男装行业进入品牌主导时代
二、成功男装品牌塑造取决于五大要素
三、中国男装行业品牌发展现状剖析
四、未来男装品牌发展趋向透析
第五节 2016-2020年中国男装市场各品牌竞争分析
一、意利王男装发力闽南市场
二、2020年波司登重点拓展男装市场
三、2020年金豪雀男装市场突围策略分析
四、才子男装以电视广告打造强势品牌

五、希努尔男装避开竞争主打高端品牌
第六节 未来男装行业未来前景分析
一、中国男装行业未来增长潜力分析
二、未来中国男装产业发展方向分析
第八章　2016-2020年中国服装主要细分产品分析——童装
第一节 2016-2020年中国童装行业的发展概况
一、童装发展成为服装业新的增长点
二、中国童装产业结构及产业链概况
三、中国童装产业发展的主流趋向
四、2020年中国童装销售情况
第二节 2016-2020年中国童装市场发展现状分析
一、中国童装市场发展特征
二、中国童装市场开始步入调整周期
三、中国童装品牌渗透
四、中国童装市场迎来空前机遇
第三节 2016-2020年中国童装消费市场剖析
一、童装消费的主要特征
二、影响童装消费的因素
三、中国童装市场消费格局分析
四、中国童装消费呈现六大趋势
五、童装个性化消费来临及应对策略
第四节 2016-2020年中国童装品牌的发展概况
一、中国童装发展品牌市场的背景
二、中国童装品牌塑造迎来发展良机
三、国内童装企业自主品牌的状况
四、童装品牌细分市场的定位解析
五、中国童装市场品牌塑造策略探讨
第五节 2016-2020年中国部分地区童装市场分析
一、深圳童装市场总体概述
二、杭州童装市场洋品牌占据半壁江山
三、温州童装业保持稳健发展
四、北京童装市场大童装销售火爆
第六节 2016-2020年中国童装产业发展存在的问题及对策
一、制约中国童装产业发展的八大因素
三、童装产业基地发展存在的问题

四、童装企业应合理安排内外销比重
五、贸易战下童装企业的发展策略
第九章　2016-2020年中国服装主要细分产品分析——内衣
第一节 2016-2020年国际内衣行业发展分析
一、亚洲内衣市场发展潜力无限
二、加码女士贴身内衣在美国市场走俏
三、俄罗斯内衣市场发展综述
四、日本内衣市场发展态势分析
五、现阶段内衣成全球网络销售新宠
第二节 2016-2020年中国内衣产业发展概况
一、中国内衣行业已初步形成独立风格
二、中国内衣出口增长情况分析
三、高端国际品牌内衣在中国市场发展分析
四、内衣企业开创新模式图谋世博会商机
五、中国内衣市场发展前景光明
第三节 2016-2020年中国内衣业发展现状
一、中国内衣产业盘点
二、国内常规内衣行业发展业态
三、中国内衣市场总体运行情况分析
四、中国内衣行业进入调整阶段
第四节 中美内衣零售市场比较分析
一、中美内衣零售市场整体状况比较分析
二、中美内衣市场渠道特点比较分析
三、中美内衣材质偏好比较
四、中美内衣市场特性比较分析
第五节 2016-2020年中国内衣细分产品发展分析
一、中国保暖内衣市场发展剖析
二、针织内衣产品发展趋势分析
三、国内女性内衣市场透析
四、男性内衣市场日渐火爆
第六节 2016-2020年中国部分地区内衣产业分析
一、江苏内衣产业的生存现状不佳
二、深圳内衣产业发展思路分析
三、深圳内衣业突显集聚效应
四、泉州内衣业集体涌动大力拓展市场空间

五、汕头谷饶镇内衣行业分析
第七节 2016-2020年中国内衣行业存在的问题及对策
一、中国内衣品牌的市场定位与推广策略探讨
二、中国内衣业的渠道弊端及营销趋向分析
四、中国内衣企业面临的挑战及应对策略
五、内衣行业存在的潜在危机及突围建议透析
第十章　2016-2020年中国服装主要细分产品分析——休闲装、运动装
第一节 2016-2020年中国休闲装行业发展概况
一、休闲装的行业定位解析
二、2020年中国休闲服装产业正式向第三代转变
三、休闲服装市场销售情况分析
四、休闲装逐步向细分领域拓展
五、休闲服装业需要转型深思
第二节 2016-2020年中国主要地区休闲装发展分析
一、福建休闲装发展状况剖析
二、沙溪休闲服装产业逆势走强的动因解析
三、石狮品牌休闲装大举侵入海外市场
第三节 2016-2020年中国休闲装细分产品发展分析
一、美式风格休闲服受青睐
二、中国商务休闲装发展分析
三、中国时尚休闲装迈进高端竞争时代
第四节 2016-2020年中国休闲装发展战略分析
一、中国休闲装参与市场竞争的思路解析
二、国内休闲装终端推广战略剖析
三、国产休闲装品牌市场制胜策略探讨
四、中国休闲装品牌经营策略透析
第五节 2016-2020年中国运动装市场发展状况及发展趋势
一、运动服装休闲化成流行趋势
二、国内企业积极推进运动服装业的标准化发展
三、体育运动服装业加速向二三线城市圈地进程
第十一章　2016-2020年中国服装主要细分产品分析——羽绒服
第一节 2016-2020年中国羽绒服行业分析
一、中国羽绒服生产情况
二、中国羽绒服出口非洲情况分析
三、全球气候变暖对羽绒服行业的重要影响分析

第二节 2016-2020年中国羽绒服市场分析
一、羽绒服装市场的发展特点
二、羽绒企业在市场细分中的不同选择
三、羽绒服企业谋求品牌延伸
四、中国羽绒服品牌欲向高端转型
第三节 2016-2020年中国部分地区羽绒服行业发展分析
一、江苏羽绒服新品牌迭出
二、北京羽绒服市场名牌受宠杂牌冷淡
第四节 2016-2020年中国羽绒服装市场存在的问题
一、竞争激烈经销商很受伤
二、羽绒服销售渠道面临的困难
三、羽绒服市场销售趋缓
第五节 2016-2020年中国羽绒服行业发展策略
一、关注农村和国际市场
二、羽绒服淡季营销策略
三、继续加深产品细分程度
四、时尚化发展趋势进一步加强
第六节 2021-2026年中国羽绒服市场的发展趋势
一、产品将更加丰富多彩
二、品牌集中度将越来越高
三、羽绒服面辅料将迅速提升
第十二章　2016-2020年中国服装主要细分产品分析——职业装
第一节 2016-2020年中国职业装行业发展概况
一、中国职业装产品本身的主要特点
二、中国职业装产业在变化中发展
三、中国职业装行业发展现状
四、中国量身定制职业装行业发展分析
五、贸易战下职业装行业面临的机遇与挑战
第二节 2016-2020年中国职业装市场分析
一、中国职业装市场概况
二、职业装市场的分类
三、中国职业装市场的三个特点
四、中国职业装市场增长及竞争状况分析
五、中国建筑行业职业工装市场有待开发
第三节 2016-2020年中国职业装品牌分析

第四节 2016-2020年中国职业装行业存在的问题、发展对策
一、中国职业装行业面临的主要问题
二、职业装至少应当在三个方面进行创新
三、中国职业装行业的发展策略
四、中国职业装行业发展建议
五、开拓职业装细分领域的发展战略分析
第五节 2021-2026年中国职业装市场发展前景趋势
一、中国职业装市场发展空间大
二、中国职业装的发展方向
三、职业装市场的两个发展趋势
四、现代职业装的发展趋向
四、未来职业装发展的三大提升
第四部分 中国服装业数据监测
第十三章　2016-2020年中国服装及所属行业主要产品数据分析
第一节 2016-2020年中国服装所属行业产量数据统计分析
一、2016-2020年全国服装产量分析
二、2020年全国及主要省份服装产量分析
三、2020年服装产量集中度分析
第二节 2016-2020年中国西服及西服套装所属行业产量数据统计分析
一、2016-2020年全国西服及西服套装产量分析
二、2020年全国及主要省份西服及西服套装所属行业产量分析
三、2020年西服及西服套装产量集中度分析
第三节 2016-2020年中国衬衫所属行业产量数据统计分析
一、2016-2020年全国衬衫所属行业产量分析
二、2020年全国及主要省份衬衫所属行业产量分析
三、2020年衬衫产量集中度分析
第四节 2016-2020年中国儿童服装产量所属行业数据统计分析
一、2016-2020年全国儿童服装所属行业产量分析
二、2020年全国及主要省份儿童服装所属行业产量分析
三、2020年儿童服装产量集中度分析
第五节 2016-2020年中国针织服装产量所属行业数据统计分析
一、2016-2020年全国针织服装所属行业产量分析
二、2020年全国及主要省份针织服装所属行业产量分析
三、2020年针织服装产量集中度分析
第六节 2016-2020年中国羽绒服装所属行业产量数据统计分析

一、2016-2020年全国羽绒服装产量分析
二、2020年全国及主要省份羽绒服装所属行业产量分析
三、2020年羽绒服装产量集中度分析
第十四章　2016-2020年中国服装行业市场所属行业进出口数据统计分析
第一节 2016-2020年中国针织或钩编的服装及衣着附件进出口贸易分析
一、2016-2020年中国针织或钩编的服装及衣着附件进口数据分析
二、2016-2020年中国针织或钩编的服装及衣着附件出口数据分析
三、2016-2020年中国针织或钩编的服装及衣着附件进出口平均单价分析
四、2016-2020年中国针织或钩编的服装及衣着附件进出口国家及地区分析
第二节 2016-2020年中国非针织或非钩编的服装及衣着附件进出口贸易分析
一、2016-2020年中国非针织或非钩编的服装及衣着附件进口数据分析
二、2016-2020年中国非针织或非钩编的服装及衣着附件出口数据分析
三、2016-2020年中国非针织或非钩编的服装及衣着附件进出口平均单价分析
四、2016-2020年中国非针织或非钩编的服装及衣着附件进出口国家及地区分析
第五部分 中国服装业竞争力监测与营销解析
第十五章　2016-2020年中国服装行业市场营销战略探讨
第一节 2016-2020年中国服装营销发展概况
一、年服装产业营销模式总结
二、中国服装营销存在的缺陷
三、服装业营销渠道存在的矛盾分析
第二节 2016-2020年中国服装行业营销策略分析
一、服装展会营销失效原因分析及其对策
二、中国服装业文化营销存在的问题及发展策略
三、服装专卖店视觉营销的主要原则及内容
四、服装进入蓝海营销的五大要点
五、中国服装行业国际营销渠道发展策略分析
第三节 2016-2020年中国服装行业的新型营销方式分析
一、时尚服装品牌日渐青睐植入式营销模式
二、服装品牌纷纷瞄上“手机营销”
三、服装行业引进互联网人际营销模式
四、网络试衣间为服装产业提供营销新模式
第四节 2016-2020年中国童装的营销策略分析
一、童装市场宏观营销环境发生的主要变化
二、儿童服装市场环境分析
三、童装市场主要营销策略

四、定位营销成中国童装变局的有利武器
五、童装的营销渠道分析
第五节 2016-2020年其他服装细分产品营销策略分析
一、打造强势的内衣终端策略分析
二、内衣终端促销的主要内容
三、浅析户外运动服的主要营销方式
四、老年服装的四大营销策略
第六节 2016-2020年中国服装行业电子商务发展分析
一、服装业电子商务的发展史
二、服装业开展电子商务的益处
三、服装行业电子商务发展分析
四、服装行业发展电子商务对策
第七节 服装企业营销案例分析
一、佐丹奴三大品牌营销策略
二、服装营销的PPG模式透析
三、庄吉打造服装行业体验营销模式
第十六章 2016-2020年中国服装产业市场竞争格局分析
第一节 2016-2020年国际服装市场竞争态势
一、越南与中国在欧盟服装市场的竞争分析
二、美国服装零售商面临外来者的严峻竞争
三、越南纺织服装业呼吁东盟联合应对竞争
四、泰国政府支持服装业提高与中国商品的竞争力
五、中国纺织服装业在东盟市场具有竞争优势
第二节 2016-2020年国内服装市场竞争分析
一、中国纺织品服装业国际竞争力分析
二、国内服装市场竞争格局进一步调整
三、贸易战导致国内服装市场竞争加剧
四、中国精品服装市场国内外品牌竞争情况
五、透视商场与服装市场之间隐存的战争
六、纺织服装行业的竞争趋势
第三节 2016-2020年国外服装对中国市场的开拓
第四节 2016-2020年中国服装行业的竞争策略分析
第十七章 中国服装行业上市公司运行财务数据分析
第一节 雅戈尔集团股份有限公司
一、企业概况

二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
五、企业运营能力分析
六、企业成长能力分析
第二节 宁波杉杉股份有限公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
五、企业运营能力分析
六、企业成长能力分析
第三节 浙江报喜鸟服饰股份有限公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
五、企业运营能力分析
六、企业成长能力分析
第四节 福建七匹狼实业股份有限公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
五、企业运营能力分析
六、企业成长能力分析
第五节 江苏红豆实业股份有限公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
五、企业运营能力分析
六、企业成长能力分析
第六节 湖北美尔雅股份有限公司
一、企业概况

二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
五、企业运营能力分析
六、企业成长能力分析
第七节 上海开开实业股份有限公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
五、企业运营能力分析
六、企业成长能力分析
第八节 中国服装股份有限公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
五、企业运营能力分析
六、企业成长能力分析
第九节 江苏三友集团股份有限公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
五、企业运营能力分析
六、企业成长能力分析
第十节 大连大杨创世股份有限公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
五、企业运营能力分析
六、企业成长能力分析
第十八章　中国服装行业其他品牌企业竞争力透析
第一节 男装主要生产企业

一、利郎
二、罗蒙
三、庄吉
四、柒牌
第二节 2016-2020年女装主要生产企业
一、艾格
二、播
三、莫名
第三节 休闲装主要生产企业
一、以纯
二、班尼路
三、真维斯
四、美特斯邦威
第四节 运动装主要生产企业
一、耐克
二、阿迪达斯
三、李宁
四、安踏
第六部分 中国服装业投资盈利预测
第十九章 2016-2020年中国服装产业运行环境分析
第一节 2016-2020年中国宏观经济环境分析
一、中国GDP分析
二、消费价格指数分析
三、城乡居民收入分析
四、社会消费品零售总额
五、全社会固定资产投资分析
六、进出口总额及增长率分析
第二节 2016-2020年中国服装产业政策环境分析
一、纺织工业调整和振兴规划
二、国家纺织产品基本安全技术规范
三、《毛绒纤维质量监督管理办法》
四、针织服装类国家标准目录
第三节 2016-2020年中国服装产业社会环境分析
第二十章 2016-2020年中国服装行业投资状况分析
第一节 2016-2020年国际服装行业投资互动

一、韩国服装企业在亚洲市场投资动态
二、外来投资拉动菲律宾服装业发展
三、柬埔寨服装业外来投资情况
四、突尼斯纺织服装业投资环境优化
五、中国企业投资非洲服装业情况分析
第二节 2016-2020年中国服装行业的投资状况
一、服装终端企业将成未来资本市场主角
二、中国童装市场的主要投资特性
第三节 2016-2020年中国部分地区投资情况分析
一、中西部地区加强纺织服装业投资力度
二、山东即墨市针织服装行业投资升温
三、江苏成服装产业投资热土
四、福建石狮已成台商投资服装业集中地
五、五粮液集团逆市发力成都服装业
第四节 2016-2020年纺织服装专业市场投资分析
一、纺织服装专业市场仍是国内投资热点
二、纺织服装专业市场的投资模式及其影响
三、纺织服装专业市场形成投资热潮原因分析
四、纺织服装专业市场投资面临的风险
第五节 2016-2020年中国服装行业投资面临的风险及投资建议
一、2020年中国纺织服装业面临的投资风险
二、中国纺织服装企业面临产能过剩风险
三、贸易战影响下服装市场投资策略
四、实现服装品牌投资利益最大化主要建议
第二十一章　2021-2026年中国服装行业发展趋势预测分析
第一节 2021-2026年中国服装行业发展预期
一、国际服装市场分析（AK LZH）
二、中国服装产业走势分析
三、服装产业发展热点
四、服装企业出口企盼破冰
五、2021-2026年中国纺织服装制造行业预测分析
第二节 2021-2026年中国服装行业发展趋势分析
一、世界服装业的六大发展趋势
二、全球纺织服装业供应商未来发展展望
三、中国服装业发展逐渐呈出四大趋势

四、女装市场的发展趋势
五、中国女装产品发展趋势
第三节 2021-2026年中国服装产业市场盈利预测分析

详细请访问：https://www.huaon.com//channel/clothing/662582.html