

<<2011-2012中国服装行业发展>>

图书基本信息

书名：<<2011-2012中国服装行业发展报告>>

13位ISBN编号：9787506490771

10位ISBN编号：7506490773

出版时间：2012-8

出版时间：中国服装协会 中国纺织出版社 (2012-08出版)

作者：中国服装协会

页数：164

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<2011-2012中国服装行业发展>>

前言

2011年,在外部经济疲软、内部成本高涨的双重压力下,中国服装行业运行基本平稳并呈良性状态,各项经济指标完成情况基本正常,但运行指标呈现“前高后低,增幅回落”趋势,国际、国内市场双双表现出“价涨量平”特点。

服装出口继续保持增长,但增速明显放缓;国内市场服装消费增长稳定,但价格上涨对增长拉动作用明显;规模以上服装企业生产、投资、效益基本保持较快增长。

在需求不旺、成本高涨、订单转移、小企业生存困难等困局中,服装行业走上了转型升级之路。

行业对资本运用的探索、全球资源的谋划与运用、供应链协同网络的紧密合作、科技对品牌核心竞争力的支撑、产品与文化的创新、电子商务对资源的集聚和对生产以及消费方式的变革等,都成为全行业在困难中不断探索的新方向。

展望2012年,世界经济复苏动力明显减弱,经济下行风险继续加大。

中国服装行业也将面临2008年以来最为严峻的局面,预计出口同比增长将由两位数下降至一位数,而全行业服装产量或将出现负增长的局面。

中国服装产业,到了必须直面产业调整、转型升级的关键时刻。

为了全面分析产业发展环境、探索行业新的机遇与方向,中国服装协会聘请行业内外专家对产业重点、热点问题进行了多方面的研究与探讨,希望读者通过服装经济运行分析、进出口数据与本土市场消费调查、国际主要市场概况等内容组成的“运行篇”洞悉产业经济的主脉;服装电子商务发展趋势、面料研发现状、缝制设备新技术、服装科技新动向等全产业链分析所组成的“报告篇”,将有助于读者全面了解行业环境;而“2011中国服装大会”可谓汇聚行业内外精英的智慧盛宴,嘉宾的真知灼见成为业界共享的知识财富并被广泛传播,我们在“启示录”里收录了部分精彩内容,期望它带给更多人以启迪。

报告中难免存在不足与争议,欢迎广大读者给予批评指正。

2011年6月

<<2011-2012中国服装行业发展>>

内容概要

《2011-2012中国服装行业发展报告》共分运行篇、热点篇、探讨篇、附件篇四部分。运行篇具体内容包括2011年服装行业经济运行分析、2011年服装市场运行情况及2012年发展趋势预测、2011年国际服装市场分析及2012年发展趋势；热点篇汇集了服装、科技和设备等行业热点问题的分析和报告；探讨篇意为通过不同专家对不同问题抒发见解，从而引起行业乃至业外的广泛关注和深入探讨；附件篇列明2011年度重要奖项、产业经济数据等，以备不同人士、不同用途的查询。本书旨在总结2011年行业发展状况、解析行业热点问题，力求全面梳理2011年中国服装行业发展特点，并以此为基础展望行业发展未来。本书在分析和预测的基础上提出观点和建议，以翔实的数据和一手的资料，为服装企业和各相关业界人士提供具有指导性和权威性的参考依据。

<<2011-2012中国服装行业发展>>

书籍目录

第一部分 运行篇 2011年中国服装行业经济运行分析 一、2011年行业基本运行情况 二、2012年行业发展预测 2011年服装市场运行分析及2012年发展趋势预测 一、2011年我国服装市场销售运行情况 二、2011年主要服装商品销售运行情况 三、未来我国服装市场发展趋势预测 2010—2011年全球服装市场分析 及2012年发展趋势 一、2010年全球服装贸易概况 二、2011年中国服装进出口概况 三、2011年全球主要服装进口市场及消费市场的特点 四、2012年全球服装贸易及中国服装出口展望 第二部分 报告篇 服装面料开发技术与协同创新 一、现阶段服装面料开发方向与新技术 二、国内纺织面料开发现状 三、大规模协作创新提升竞争力 中国服装行业科技创新发展状况 一、技术创新环境分析 二、保障环境分析 中国服装品牌发展现状及趋势 一、中国服装品牌发展综述 二、中国服装品牌发展现状 三、中国服装品牌创新手段 四、中国服装品牌的优势与机会 五、中国服装品牌未来发展方向 中国缝制机械行业2011年度经济运行分析 一、2011年行业经济运行特点概述 二、2011年行业各类经济指标完成情况 三、2012年行业经济运行发展趋势及建议 2011年度中国服装电子商务运行分析 一、中国服装电子商务概述 二、中国服装电子商务运行特点 三、中国服装电子商务存在的问题 四、中国服装电子商务发展趋势 第三部分 启示录篇 资本：解读四大融资路径 一、并购 二、上市 三、风险投资 四、融资创新：集群融资 电子商务：消费时代更迭与未来通路 一、消费时代的更新 二、电子商务承载媒体的发展 三、思维趋势的转变 四、营销模式的运用 五、未来发展的挑战 产品：与设计管理的融合 一、产品与设计管理 二、中国服装企业设计管理现状 三、中国服装企业设计管理发展方向 整合：供应链协同方略 一、供应链的目标 二、完善供应链的手段 三、供应链发展趋势 四、企业构建完善供应链的发展趋势 文化：品牌发展与文化创新 一、中国服装“文化创新”与“品牌发展” 二、中国服装品牌文化创新现状 三、文化创新与品牌发展的未来 模式：与品牌崛起的时代对接 一、本土品牌崛起时代 二、三种模式对接品牌崛起时代 跨国：全球资源谋划与运作 一、国际化的内涵 二、国际化的基础 三、国际化的途径 四、国际化的考验 创新：全球化下的服装制造发展方向 一、“创新”与“全球化” 二、创新全球化下的中国机遇 三、创新全球化格局下中国服装制造模式的发展方向 第四部分 附件篇 杰克·第八届中国服装品牌年度大奖名单 2011年服装行业百强名单 2011年中国服装行业十大供应商 2011年行业经济运行数据汇总 编后

<<2011-2012中国服装行业发展>>

章节摘录

版权页：插图：中国服装品牌发展现状及趋势 浙江理工大学服装设计系 赵卫国 品牌，是一个公司价值的体现，也是行业价值的集中体现，甚至也是一个地区、一个国家综合实力的体现。

围绕“品牌化”这一关键词，中国服装行业从产品时代、品质时代发展到品牌时代，成为集制造、商业和创意为一体的综合产业。

一、中国服装品牌发展综述 中国服装品牌的发展过程，是伴随着体制改革、经济起飞、消费转型的过程成长起来的，在每个阶段都被烙上了时代的背景色。

20世纪下半叶，统购统销时代的鸿翔女装、上海牌手表、马聚源帽子、回力球鞋等名牌辉煌一时，流行于大江南北。

而中国现代服装品牌的发端却起始于1978年皮尔·卡丹在北京的那场展演，它引爆了中国时尚、设计、品牌创建等无数梦想。

到了90年代，中国现代服装业进入了一个“品牌集体创世纪”的时代。

雅戈尔、杉杉、罗蒙、利郎、七匹狼、报喜鸟、依文、庄吉等中国服装中坚力量的男装品牌集结扬帆。

同期，女装也开始崭露头角——逸飞、白领、爱慕、太和、爱德康、薄涛等渐立潮头。

运动品牌李宁、童装品牌一休在各自的细分领域占据领先地位。

20世纪90年代中期的“名牌战略”让更多品牌走入寻常百姓的视野，开开、美尔雅、雪莲、波司登、万乐佳、威鹏、红豆、双星等在全国范围内开疆拓土。

90年代末期，中国服装品牌发展更加符合消费潮流多元化的趋势，职业休闲装、休闲装逐渐成为消费主流。

名师工程推动设计师与企业的联姻，为品牌的发展注入新鲜血液。

进入21世纪，作为重要的消费市场，中国成为众多海外品牌的掘金重地，中国本土品牌也在各个市场、各个领域进行了全面竞争与扩张。

从平价基本时装到皮草时装、奢侈品，目标市场一再细分，消费形态与生活方式成为品牌重点研究与观照要素，设计师品牌异军突起，轻公司、快时尚、平价时装冲击着产业的神经、提振着消费者的购买欲望，网上购物和电子商务品牌开始成为年轻消费者的首选。

产业集群带来的集聚效应催生了无数中小型品牌。

“中国服装品牌年度大奖”、“以中国品牌为荣”等全国性本土品牌推广活动在大中城市掀起一轮轮的时尚热潮。

<<2011-2012中国服装行业发展>>

编辑推荐

《2011-2012中国服装行业发展报告》编辑推荐：整合年度行业资讯，把脉中国服装产业，分析行业宏观状况，预测产业发展动态，论述行业热点专题，了解行业全局，把握发展先机。

《2011-2012中国服装行业发展报告》在总结2011年行业发展状况、解析行业热点问题，力求全面梳理2011年中国服装行业发展特点，并以此为基础展望行业未来。

《2011-2012中国服装行业发展报告》在分析和预测的基础上提出观点和建议，以翔实的数据和一手的资料，为服装企业及相关业界人士提供具有指导性和权威性的参考依据。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>