# 最新服装的市场调查报告 服装行业市场调查报告(3篇)

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2024-06-25

*在当下这个社会中，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。服装的市场调查报告 服装行业市场调查报告篇一目前中国...*

在当下这个社会中，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

**服装的市场调查报告 服装行业市场调查报告篇一**

目前中国大陆的人口近13亿。服装消费者是一个绝对数量巨大的群体。这个数字是对中国服装消费者群体庞大特征最有说服力的描述。消费者数量是任何行业都必须考虑的影响因素，对于服装业更是尤其重要。我国是传统上的服饰消费大国，所谓的\"大\"，正是来自于人口数量，它是作为服装行业前景重要的评估依据。不仅于此，国民经济的增长也为服装市场的消费提供了物质上的可能。也就是说，当我们在考虑中国这个拥有近13亿人口的消费群体时，考虑的不再是人人有衣穿的问题，而是满足当前人们不断提升的审美与服饰文化的要求。我国所拥有的是一个具备相当购买能力及旺盛的购买欲望需求强大的消费群体。

消费者的购买行为受收入水平、地理区域、民族习惯、宗教信仰、文化传统以及社会发展水平等客观条件的影响，并同时与个体的年龄层次、教育程度、审美趣味、消费目的等主观因素密切相关。中国是个具有古老历史、悠久传统、幅员广阔、民族为多的国家，其服饰消费者在上述种种方面的巨大的差异就表现在服饰消费诉求上的千差万别。因此，除了拥有庞大的绝对数量之外，也是一个极为复杂的群体。从购买力分析，在我国，同时存在着从富裕、小康到温饱多个不同层次的服饰消费群体。如果以地区为标准做粗略的划分，基本表现为总体购买力和购买欲望由东南向西北递减。

以天津消费者为例，天津市民的收入水平差异较大，因此显示出消费行为的显著差异。研究市场可以发现，在高中低各层次价格带上，消费者对服装品牌和风格种类的要求区别较大，低收入水平消费者对服装的价格要求偏重讲究“经济实惠”;中等收入水平的消费者注重服装既要美观舒适又要价格合理、易于接受;高收入水平消费者则有很大不同，他们讲究品牌档次、要求服装能够显示其身份品位而忽视价格的高低。因此就要求服装市场的错位经营，以满足各层次消费者的不同需求服装市场调研报告服装市场调研报告20xx。

不同的地区差异引起的消费行为差异程度也随消费者收入水平的高低而变化：在中下层消费者中，它表现的较为突出，但在上层消费者中却并不明显，这是一个共性问题，目前居于高价位的品牌如sprit、elle、polo 、fendi、bcbg、maxmara、等，其在京津两地的销售业绩和人气程度并没有太大区别。在上层消费群体里，区域差异的影响并不能引起多少消费行业上实质性的不同。无论在哪里，他们的消费都会集中在那些标示着高贵和财富顶级品牌的范围里。

消费目的的不同也会影响消费者的购买行为。对于服饰消费者说，自己穿着和送礼是两个最基本的消费目的。当送礼成为目的时，消费者的选择标准就很可能集中在价格这一个因素上了。在这种特殊的消费行业中，常规的消费者划分原则就会完全被颠覆，即便是很穷困的人也有可能购买几倍于其消费能力的服饰商品，以求“体面过人”的效果。

以上种种可能引发消费行为差异的因素都是可分辨和可预期的，适宜被用来作为例制定生产和营销计划的主要依据及参考，行业厂商应引起足够的重视。

服装消费者的消费心理逐渐成熟的群体，这是飞速变化中的国情导致的必然结果。表现在：

第一、消费者的整体收入在持续增加，这将导致对服饰类商品购买需求的增长和实际购买能力的进一步增强;

第二、消费者在购买倾向上开始呈现两极分化的特点，购买力逐步向高价位和中低价位两个区域集中。这种变化可以从市场对服饰类消费品需求变化中得到印证：高档的奢侈品牌在中国市场上受到欢迎，中国已经成为国际上为多顶级服饰品牌的重要新兴市场，大路线的中低价位品牌同样销售看好;

第三、生活方式的变化使消费者对于服装种类的需求呈飞速上升的趋势。其速度之快，使得现有的服装商品每一刻都显现出某种程度的单一和过时。这种变化加快了国内服装市场的专业化细分，宴会服、婚礼服、休闲服、职业套装等等已经成为市场上的常规门类。可以想见在未来的服装市场上，针对性越明确的产品将越受欢迎。

第四、社会热点、流行文化、国际潮流都促使消费者的审美口味不断地变化。近二十年来，中国经济水平的显著提高使人们不再局限于服装的实用需求，开始关注服装的装扮自我、表达自我等更深层作用。他们对新生事物和时尚潮流的接受和消化速度都令人咋舌，但同时也不乏对自身传统的偏爱和坚持，从某种程度上说，几乎是难以捉摸的。

根据服装市场调查统计及品牌资料分析，掌握国内服装市场的著明企业和驰名品牌，在北京、上海服装市场都占有较大的份额。

京沪两大市场历来是服装企业、经销商进行服装产品市场推广的最重要的两大城市，京沪两地商场众多，而且定位各有特点，消费群体也有各自消费的喜好。因此如何科学的分析京沪商场的详细经销能力、同类产品的销售情况、当地消费者对相关产品品牌的认知程度以及各种品牌的市场占有率对想在京沪市场进一步开拓市场的服装企业及准备进入两地市场的服装企业尤为重要;此外也可作为服装品牌加盟商、代理商衡量该品牌市场拓展前途的一个重要的依据。

国家信息中心市场信息处 联合京沪两地重点商业企业推出相关市场调查报告，报告根据京沪商场每月的商场销售小票经过专业统计系统分析。调查产品涉及：女装、男西服、男衬衣、童装、羊毛衫、皮衣、休闲装、成人内衣、女士内衣、少儿内衣、t恤衫、羊绒衫、美容护肤、洗发护发、香水等，每月25日出版上述产品的市场调查报告。

调查报告针对京沪两地不同产品从三个方面进行详细分析：

a、商场销售情况：不同商场的销售能力描述;

b、生产企业分析：各种产品生产企业的销售情况，市场占有率以及月度占有率变化;

c、品牌分析：具体描述品牌市场变化情况，每月市场份额占有走势。

因此，市场调查报告对生产企业和经销商无疑是打开和占领两地市场的钥匙。

**服装的市场调查报告 服装行业市场调查报告篇二**

相城区作为苏州市区的北大门，自20xx年建区以来，经济发展保持了较快的发展势头，城市建设日新月异， 水城、花城、商城和最佳生态休闲人居城 的城市建设理念已深入人心，相城区正实现从偏僻农村向现代都市的华丽转变。与人民群众日常生活密切相关的城乡农贸市场也随着经济社会的进步，得到了前所未有的发展。

市场建设基本情况

基础设施建设情况

相城区目前有大型农副产品批发市场1只，总面积85800平方米,摊位600只,门面300间，另有棚顶和室内农贸市场42只，其中棚顶市场9只，占农贸市场总数的21.4%，室内农贸市场33只,占农贸市场总数的78.6%。这些市场中县城以上零售农贸市场1只，镇级零售农贸市场10只，村级(社区农贸市场31只。这42只农贸市场共计经营面积为91280平方米，共设计摊位数为2422只，共有各类门面房477间。

随着城市发展,人口不断增长，区、镇二级政府加大了对农贸市场建设投入，特别是自20xx年以来，相城区加大了对城乡农贸市场升级改造的力度。20xx年以前完成了对镇级农贸市场的第一轮升级改造，基本解决了镇级农贸市场从棚顶敞开式市场到室内市场的巨大转变，而且各个市场的场内经营面积和摊位布局得到了较大提升和优化。20xx年起相城区率先对村级农贸市场进行升级改造，计划用三年时间通过新建和改建的方法升级改造村级农贸市场34只，截止20xx年8月相城区已完成了32只村级农贸市场的升级改造任务。这些村级农贸市场通过升级改造，硬件条件得到了优化，超过50%的棚顶式市场升级为室内市场，场内摊位布局更趋合理，同时明确了市场主办方的责任，调整了市场管理员队伍，使市场管理水平得到了很大提升，着实方便了城乡群众日常生活需求。

农贸市场管理情况

由于农贸市场建设资金投入较大，且投入产出回报率低，加上农贸市场作为公众聚集场所，对管理者的管理能力要求较高，导致社会力量不愿意参与到农贸市场的建设中来，因此相城区的农贸市场主办者主要以镇村二级集体为主，相城区43家市场中，只有1家是私人投资建设。

通过几年来对城乡农贸市场升级改造，镇一级农贸市场的消防、食品安全、消费者权益保护和市场突发事件应急预案等各项管理制度得到了完善，尤其是市场信用分类监管工作得到了较好落实。每个镇级农贸市场都在建造或改造过程中按照要求配备了消防栓和灭火器等消防器材，都有专门的食品检测室，配备了食品安全检测仪器，落实了专门的责任人。目前相城区11家镇级农贸市场都是星级文明诚信市场，陆慕农贸市场还获得了五星级农贸市场的荣誉称号。

市场运行基本情况

从业人员

批发市场共有从业人员1200名，其中农民1180名，占总数的98.3%。农贸市场内经营户从业人员共有2295名,其中农民1767名,下岗工人228名，其他300名，占比分别为77%、10%和13%。农民是农贸市场内从业人员的主体，随着城市化进程的推进，越来越多的失地农民在没有更好生存技能的情况下，在农贸市场内寻找就业谋生机会。乡村农贸市场在方便群众生活的同时，更为一部分失地农民提供了生活保障，起到了为政府解决就业难题，维护社会稳定的作用。

经营规模

通过多年的不断升级改造，相城区亦出现了一批规模型的农贸市场。从市场成交额看，20xx年相城区年成交额超过亿元的市场有4只，占总数的9.3%，分别是生态园批发市场，陆慕市场、渭塘市场和黄埭市场;年成交额5000万元至1亿元之间的市场有5只，占总数的11.6%。从农贸市场经营面积大小看，经营面积5000平方米(含以上的有5只，占总数的12%;经营面积在3000平方米以上5000平方米以下的市场有5只，占总数的12%。从市场经营从业人员看，生态园批发市场有1200名经营从业人员，农贸市场内从业人员超过100人的市场有6只，占总数的14.2%。

随着城市建设的推进，人口集聚增长效益，还将培育出一批规模型的农贸市场，从而进一步带动市场周边的商业发展。

肉、菜、鱼重点商品销售情况

xx年猪肉、蔬菜、水产三类重点农产品年成交量情况。20xx年生态园批发市场猪肉销售总量为20700吨，其中产自本省外市的为2700吨，占总量的13%，产自外省的为18000吨，占总量的87%;蔬菜年成交量为12700吨，其中本省外市的为37000吨，占总量的29%，产自外省的为9000吨，占总量的71%;鱼年成交量为1200吨，其中产自本市的为100吨，占总量的8.3%,本省外市的为200吨，占总量的16.7%,外省的为900吨,占总量的75%。

xx年相城区农贸市场共销售猪肉15829吨，其中从批发市场进货总量为13407吨，占销售总量的84.7%,通过屠宰场途径进货量为1387吨，占销售总量的8.8%,其他途径进货为1035吨,占销售总量的6.5%;20xx年农贸市场蔬菜进货总量为23639吨,其中从批发市场进货量为18086吨,占销售总量的76.5%,场地挂钩为1693吨,占销售总量的7.2%,其他途径进货量为3880吨,占销售总量的16.4%;鱼进货总量为9564吨，其中批发市场进货量为6850吨,占销售总量的71.6%,场地挂钩为1686吨,占销售总量的24.6%,其他途径进货量为928吨,占销售总量的9.7%。

从数据中我们可以看出,批发市场是农贸市场肉、菜、鱼等重点农产品的主要货源,农贸市场与生产基地直接挂钩的量比重不高,而且随着城市化进程的推进,农民自产自销的情况将更加萎缩。

当前市场建设与管理存在的不足

尽管相城区建区以来农贸市场的数量和规模得到了较大发展，在满足人民群众日常生活需要方面发挥了不可替代的作用，但我们应当看到当前农贸市场建设与管理中还存在一些问题，而且有些问题必须引起政府重视。

缺少农贸市场专项规划

农贸市场建设应当城市建设规划同步，坚持规划先行。没有经过规划，必然导致建设的无序。相城区目前还没有关于农贸市场建设布局的专题规划方案，一些地方出现了农贸市场总量过剩，发展过快，有些是重复建设的情况。就目前场内摊位和门店的经营情况看，居住人口没有多大变化，但市场在成倍增长，加上各类超市、大卖场的急速开设扩张，必然形成僧多粥少的局面，表面上是方便了消费者，但对开设市场的主办方造成了土地资源和经费浪费等诸多不利因素，社会效益和经济效益不能协调发展。随着摊位和门店的空闲数量增多，管理成本也随之增大，目前有一部分农贸市场存在大而空、中看不中用的情况，市场内摊位空置率达到50%以上，不仅造成极大浪费，群众有意见，而且还为市场后序运作带来一系列难题。

现有市场布局与城市发展不相协调

农贸市场与居民生活区不配套。在相城区许多居住区离现有农贸市场距离较远，群众买菜不方便。这一情况导致在一些小区内出现了不少无照经营农副产品的车库店和马路流动摊，不仅影响城市形象，而且还带来了食品安全隐患。

盲目追求建设规模。近年来建设的一些农贸市场越造越大，市场使用率低，华而不实。农贸市场建设不应过分追求规模，而应充分考虑便民性，坚持规模适中，布局合理，经营项目齐全，倡导市场内适度竞争。

农贸市场企业化登记率不高

相城区42只农贸市场进行企业化登记的农贸市场共有17家，占总数的40.47%。其中镇级农贸市场都是经过合法审批的，权证手续齐全，因此11家镇级以上农贸市场都有营业执照，但不少村级农贸市场因为历史形成，事前没有取得合法用地审批手续，不具备办理营业执照所必须的产权证明手续，无法办理营业执照，给今后市场管理带来了难题。

村级农贸市场管理不到位

大部分村级农贸市场由于规模较小，无法给市场主办方带来明显的经济效益，甚至是只有投入不见回报，导致一些市场主办方对市场采取放任不管的态度，部分村级农贸市场都没有配备专职市场管理人员，存在物业管理、食品安全检测议器等方面的空白，整个市场处于脏、差、乱的状况，极易产生食品安全等事故。通过调查发现，相城区各类农贸市场的管理力量不强，42只农贸市场共有管理人员137名，平均每个市场只有3.2名,管理人员存在 一高 和 二低 的情况，即表现在年龄偏高，文化素质和工资待遇偏低的情况，导致这支管理队伍有人员流动性大的特点。

**服装的市场调查报告 服装行业市场调查报告篇三**

一、机遇分析

《20xx-20xx年服装产业发展现状及市场监测报告》中表示，服装产业集群未来将面临以下几方面的机遇：

(一)政府积极推进公共服务平台建设

近年来，各产业集群不断完善公共服务平台建设，着力优化产业集群发展的“软环境”，为广大中小企业提供产品研发、质量检测、信息化、现代物流电子商务和培训等服务，提升中小企业的技术开发和企业管理水平，使平台真正成为整合、共享、服务、创新的实践基地，进而推动产业集群的优化升级。构建产业集群公共服务平台，是加快产业集聚、培育产业集群的重要保障措施，也是政府推动产业集聚、培育产业集群的着力点。

(二)基础设施和配套产业日益完善

在产业集群地，工业园区建设是一大特色，是政府扶持当地服装产业发展的一大举措。在产业集群完成企业量的集聚后，为了让广大服装企业由劳动密集型逐步向资金、技术密集型过渡，大部分产业集群都建立起相应的服装商贸、品牌设计和研发中心，与服装、服饰业相关的展览业、面辅料业、服务业也得到迅速发展。

如今，打造服装制造企业聚集地、设计师聚集地、品牌聚集地、时装信息集散地、流行发布聚集地已经成为服装产业集群新的目标。

(三)后危机时代企业转型意识增强

在服装产业集群中，服装企业大多为中小型民营企业，实力弱、核心竞争力和自主知识产权缺乏，生产型企业占较大比重，企业亟待转型提升。

经历金融危机洗礼之后，很多企业开始意识到，长期的oem生产方式，使企业丧失了开发新技术、建立新品牌的动力和能力，企业的持续性发展面临严峻挑战。

因此，部分企业在后危机时代开始主动谋变，通过在品牌、质量、设计等诸多方面下功夫，寻求突破之路。

(四)集群龙头企业示范作用显著

中国服装行业经过十余年的品牌发展，目前已有一些品牌服装企业脱颖而出，这些企业的示范作用非常明显。不管是在品牌运作，营销模式，产品设计还是企业管理上，他们的成功经验和发展模式一直被中小企业所关注，某种程度上引导了更多的规模企业开始做大、做强。

如今，大部分服装产业集群都开始紧抓龙头企业的示范效应，通过“以大带小”的方式促进整个集群发展、壮大。

(五)行业协会组织自律和引领作用凸显

目前，在产业集群地，几乎都完成了行业协(商)会的组织建设。这些行业组织的重要作用已开始显现。作为企业与政府间的桥梁纽带，行业协会组织在价格自律、竞争规范、市场准入、规模发展、市场培育、贸易促进、标准检验.品质认证、创新保护等方面发挥协调规划、监督和促进作用，使行业形成创新的市场氛围和健康的竞争环境。

二、挑战分析

《20xx-20xx年服装产业发展现状及市场监测报告》中表示，在面对大量发展机遇的同时，中国服装产业集群也面临着大量的挑战。

虽然国内纺织服装产业集群前些年获得了高速发展，但在集聚水平相对较高的东部沿海地区，越来越受制于资源、环境、自主创新能力等方面的压力。

土地资源方面，由于沿海地区土地资源日益匮乏，加上国家严控用地指标，土地价格快速上涨，使纺织产业发展受到限制。有的集群企业建设用地以租代征，没有土地使用证，企业不敢再做进一步的投入，直接影响了贷款融资和招商引资，成为制约企业发展的一个重要问题。有些集群因此出现大量骨干企业外迁，产业集聚度下降等问题。如今在杭州本地做企业用地都比较紧张，再加上现在土地成本很高，所以，有人建议把生产加工部分往外转移到东西部地区，或者临近的中部省份，在当地保留设计营销部分。

资金方面，尽管一些集群企业建立起为中小企业服务的融资担保机构，但是“融资难”仍是集群存在的普遍问题，限制了中小企业的发展和提升。因为国内纺织服装产业集群里绝大多数都是中小企业，如果中小企业得不到发展，势必制约产业集群的整体发展。有的企业虽然产品有市场，但是缺乏流动资金，无法扩大生产。有的企业希望进行技术改造，但苦于无法获得贷款，技改资金难以落实。

劳动力方面，“招工难”是纺织服装行业近几年面临的主要问题，在沿海部分集群表现得尤为突出，熟练技术工人匮乏、企业用工缺口较大等是普遍表现，招工东部企业比中西部企业难，中小企业比大企业难。温州索玛服饰有限公司工人人均工资已经超过了3000元，即使这样的工资，还是感觉招工不易，现在有的企业陷入有钱也招不到工人的境地。

如今，环保对于集群地区纺织业，特别是印染业的影响越来越大。一些地方基于对环境的保护，制定非常严格的污水排放标准，且明显高于国家标准。不少地方对重点用能企业签订节能降耗责任状、能耗降低率、cod及so2排放量作为约束性的一票否决指标进行考核。

另外，在自主创新能力方面，虽然不少集群通过加强公共服务，加上优势企业通过技术改造和加大研发投入，使创新能力有所提升，但是纺织服装产业集群的总体创新能力还有待提高。集群企业中，具有自主研发能力的企业不多，大多数企业还处于贴牌加工、模仿加工的生产模式，研发投入占销售收入比重低，研发设计专业人才不足，造成产品技术含量少，附加值低，缺乏核心竞争力和自由知识产权。比如，浙江省纺织产业集群在20xx年底，百万人口研发人员数量分别只有广东的78%、江苏的58%，辽宁的56%，人才总量中高级技术职称人员仅占3.9%，低于全国平均水平。

面对发展中所遇到的瓶颈，产业集群的转型升级迫在眉睫。有的产业集群在实际操作中的做法可圈可点。比如，中国面料名镇西樵在上世纪末建立了广东省纺织面料工程技术研究中心--南方技术创新中心，为镇内纺织企业提供素织物开发、分色印花、大提花设计、数码印花、流行趋势研究、产品检测认证等多项服务，开启了“科技兴纺”的纺织强镇之路。

目前，西樵纺织产业持续发展，形成“创新平台、交易市场、产业基地、产业链条、区域品牌五位一体、相互支撑”的格局，成为国内重要的高端纺织面料生产基地。

在西樵纺织产业集群内部，要素成本的比较优势，正在向机会成本的比较优势转化;资源消耗形态、生产制造形态，正在向绿色低碳形态、生活方式引领形态进行有效提升。

《20xx-20xx年服装产业发展现状及市场监测报告》中表示，随着国内纺织服装产业集群结构调整、转型升级的进行，会有越来越多的集群地逐步突破自发生长、资源驱动型的发展模式，步入产业结构合理化的新型发展轨道。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找