

2011- 2012 中国服装行业 发展报告

***2011—2012
China
Garment Industry
Development
Report***

内 容 提 要

本书共分运行篇、报告篇、启示录篇、附件篇四部分。运行篇内容包括 2011 年中国服装行业经济运行分析、2011 年服装市场运行分析及 2011 年发展趋势预测、2010~2011 年全球服装市场分析及 2012 年发展趋势;报告篇汇集了对服装科技和设备等行业热点问题的分析和报告;启示录篇意在通过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;附件篇列明了 2011~2012 年的重要奖项、产业经济数据等,以备不同人士进行不同用途的查询。

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,为服装企业和相关业界人士提供具有指导性和权威性的参考依据。

图书在版编目(CIP)数据

2011—2012 中国服装行业发展报告 / 中国服装协会编著. —北京:中国纺织出版社, 2012.8

ISBN 978- 7 - 5064- 9077- 1

I. ①2... II. ①中... III. ①服装工业—经济发展—研究报告—中国—2011—2012 IV. ①F426.86

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 197088 号

策划编辑:张晓芳 责任编辑:韩雪飞 责任校对:楼旭红
责任设计:何 建 责任印制:何 艳

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2012 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

开本:889×1194 1/16 印张:10.25

字数:223 千字 定价:128.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

《2011—2012 中国服装行业发展报告》 课题组

组长 陈大鹏

副组长 冯德虎 王 茁 王 耀
何 烨 江 辉 张新民
王 宇 陈国强

课题组成员 (按姓氏笔画为序) 王 伟 王 璐 王轶男
卢 芳 刘 笛 刘 嘉
吴吉灵 张锡安 李 强
李小佳 李立宝 李斌红
杜岩冰 杨 俊 杨晓东
肖 领 苏会燕 陈 戟
胡 敏 赵 琼 赵卫国
徐美玲 秦勉力 郭 巍
郭黛黛 曹立生 谢 青

编辑 (按姓氏笔画为序) 王 伟 王 璐 刘 笛
刘 嘉 李 强 李小佳
李立宝 李斌红 杜岩冰
杨 俊 苏会燕 赵 琼
赵卫国 徐美玲 秦勉力
郭 巍 郭黛黛

前言 Foreword

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

目录 Contents

第一部分 运行篇	1
2011 年中国服装行业经济运行分析	2
一、2011 年行业基本运行情况 / 2	
二、2012 年行业发展预测 / 11	
2011 年服装市场运行分析及 2012 年发展趋势预测	14
一、2011 年我国服装市场销售运行情况 / 14	
二、2011 年主要服装商品销售运行情况 / 20	
三、未来我国服装市场发展趋势预测 / 22	
2010 ~2011 年全球服装市场分析及 2012 年发展趋势	24
一、2010 年全球服装贸易概况 / 24	
二、2011 年中国服装进出口概况 / 26	
三、2011 年全球主要服装进口市场及消费市场的特点 / 32	
四、2012 年全球服装贸易及中国服装出口展望 / 45	
第二部分 报告篇	49
服装面料开发技术与协同创新	50
一、现阶段服装面料开发方向与新技术 / 50	
二、国内纺织面料开发现状 / 53	
三、大规模协作创新提升竞争力 / 54	
中国服装行业科技创新发展状况	55
一、技术创新环境分析 / 55	
二、保障环境分析 / 59	
中国服装品牌发展现状及趋势	62
一、中国服装品牌发展综述 / 62	
二、中国服装品牌发展现状 / 63	
三、中国服装品牌创新手段 / 64	
四、中国服装品牌的优势与机会 / 65	
五、中国服装品牌未来发展方向 / 65	
中国缝制机械行业 2011 年度经济运行分析	67

一、2011 年行业经济运行特点概述 / 67	
二、2011 年行业各类经济指标完成情况 / 69	
三、2012 年行业经济运行发展趋势及建议 / 78	
2011 年度中国服装电子商务运行分析	82
一、中国服装电子商务概述 / 82	
二、中国服装电子商务运行特点 / 85	
三、中国服装电子商务存在的问题 / 89	
四、中国服装电子商务发展趋势 / 89	
第三部分 启示录篇	91
资本：解读四大融资路径	92
一、并购 / 92	
二、上市 / 93	
三、风险投资 / 94	
四、融资创新：集群融资 / 95	
电子商务：消费时代更迭与未来通路	97
一、消费时代的更新 / 97	
二、电子商务承载媒体的发展 / 98	
三、思维趋势的转变 / 98	
四、营销模式的运用 / 99	
五、未来发展的挑战 / 99	
产品：与设计管理的融合	101
一、产品与设计管理 / 101	
二、中国服装企业设计管理现状 / 102	
三、中国服装企业设计管理发展方向 / 102	
整合：供应链协同方略	105
一、供应链的目标 / 105	
二、完善供应链的手段 / 106	
三、供应链发展趋势 / 107	
四、企业构建完善供应链的发展趋势 / 108	
文化：品牌发展与文化创新	110
一、中国服装“文化创新”与“品牌发展” / 110	
二、中国服装品牌文化创新现状 / 111	
三、文化创新与品牌发展的未来 / 112	
模式：与品牌崛起的时代对接	114

一、本土品牌崛起时代 / 114	
二、三种模式对接品牌崛起时代 / 116	
跨国：全球资源谋划与运作	119
一、国际化的内涵 / 119	
二、国际化的基础 / 120	
三、国际化的途径 / 120	
四、国际化的考验 / 122	
创新：全球化下的服装制造发展方向	124
一、“创新”与“全球化” / 124	
二、创新全球化下的中国机遇 / 125	
三、创新全球化格局下中国服装制造模式的发展方向 / 126	
第四部分 附件篇	129
杰克·第八届中国服装品牌年度大奖名单	130
2011 年服装行业百强名单	131
2011 年中国服装行业十大供应商	136
2011 年行业经济运行数据汇总	137
编后	153

第一部分 运行篇

2011 年中国服装行业经济运行分析

中国服装协会

2011 年是“十二五”的开局之年。整体来看,服装行业运行基本平稳良性,各项经济指标完成情况基本正常,但运行指标均呈现“前高后低,增幅回落”趋势,国内外市场双双表现出“价涨量平”的特点。

国际市场方面,服装出口继续保持增长,但增速明显放缓,传统市场增速回落;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。面对国内外市场疲软,原材料、劳动力等成本高企,汇率攀升等不利因素影响,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、成本高企、订单转移、小企业生存困难等困局中,我国服装行业自觉走上了转型升级之路。

一、2011 年行业基本运行情况

(一) 国内外经济环境需求分析

1. 2011 年国际、国内宏观经济概况

2011 年,世界经济疲软,欧美债务危机深化蔓延,发达经济体失业率居高不下,新兴经济体通胀压力增大。发达国家方面,欧元区债务危机错综复杂,影响逐渐扩大,向欧元区核心国家蔓延,欧元区经济全面下滑;美国次贷危机影响仍未消除,经济复苏一波三折;日本经济受地震重创,恢复缓慢;局部政治动荡也给全球经济前途增添不确定性。新兴经济体保持较快增长,但受发达国家经济疲软产生的连锁反应以及全球流动性过剩影响,经济下行风险增加,通胀压力增大。

除此之外,美国在虚拟经济过度膨胀、产业空心化问题严重的背景下,提出重振制造业,宣布成

立贸易执法单位,调查中国等国的“不公平贸易”。这些可能都会在未来一段时间内,对中国包括纺织服装业在内的制造业和出口贸易,产生负面影响。

在国际环境背景和宏观调控政策作用下,我国经济运行总量矛盾有所缓解,但结构性矛盾依然突出。国民经济整体增长平稳,但下半年增速有所放缓;物价高涨,央行持续加强对流动性控制,导致中小企业信贷环境收紧。在全球经济下行的背景下,国内经济“三驾马车”增速均有所放缓,固定资产投资和社会消费品零售额增速平稳放缓,净出口对经济拉动作用持续减小。

从服装制造业生产经营情况来看,价格上涨、国内外需求减弱、汇率问题、货币政策、中小企业融资、用工问题等,都将在一段时间内给中国服装行业提出更为严峻的考验。

2. 国际市场增速放缓,数量增长乏力

(1) 服装出口继续保持增长,但增速明显放缓。

2011 年,在复杂的国内外环境下,我国服装出口继续保持增长,但增速明显放缓,服装出口全年呈现出前高后低的态势。

据海关统计,2011 年 1~12 月,我国累计完成服装及衣着附件出口 1532.19 亿美元,同比^①增长^② 18.34%,增幅比 2010 年减少 2.61 个百分点。其中,针织服装出口 801.68 亿美元,同比增长 20.17%,出口数量为 207.65 亿件,同比下降 0.43%,机织服装出口 630.77 亿美元,同比增长

① “同比”是指与上年同期相比,全书同。

② “增长”在本书中均指同比增长。

16.02%，出口数量为 84.62 亿件，同比下降 2.71%。

受内外环境影响，2011 年 1~12 月份，我国服装出口数量与金额增幅均呈现逐月回落态势。第四季度，我国出口数量连续出现负增长。尽管出口金额在出口单价提升作用下保持正向增长，但增幅自 10 月以后均低于 10%。

(2) 价格上升拉动出口金额增长，出口数量出现负增长。

2011 年，服装出口数量下降，增速明显回落；出口金额的上涨，更多来自出口价格上涨的拉动作用，但出口价格也呈现增幅逐月下降趋势。

2011 年 1~12 月，我国服装出口数量持续下降，为 292.23 亿件，同比下降 1.10%，增幅比 2010 年大幅下降 14.82 个百分点；服装出口平均单价持续攀升，为 4.30 美元/件，同比提高 20.11%，增幅较 2010 年同期提高 14.51 个百分点。

出口价格上涨主要受两方面因素影响：第一，受原材料、能源、劳动力工资等刚性成本上升以及

人民币汇率对主要出口国持续升值等因素影响，我国服装出口成本持续上涨，出口企业为维持利润空间，通过涨价转嫁部分成本。第二，随着国际环境变化，我国出口产品结构调整也在悄然进行。随着低端产品订单转移和出口企业逐步转型，出口价值相对较高的产品所占比例在增加。

据海关数据，2011 年，出口价格较高产品增速明显高于其他产品。出口单价高于平均的产品，其平均出口数量和金额增幅分别为 0.48% 和 18.76%；而出口单价低于平均的产品，其平均出口数量和金额增幅分别为 -3.69% 和 13.62%，明显低于单价较高的产品出口增幅。

另一方面，随着主要出口市场需求不振以及价格上涨对出口数量的挤出作用，出口量增长呈现持续下滑趋势。

2011 年，全年服装出口数量同比下降 1.10%，较 2010 年同期增幅大幅下滑 14.82 个百分点，特别是 9~12 月份，我国服装出口数量连续四个月出现负增长，其中，10 月和 11 月同比下降超过 10%。

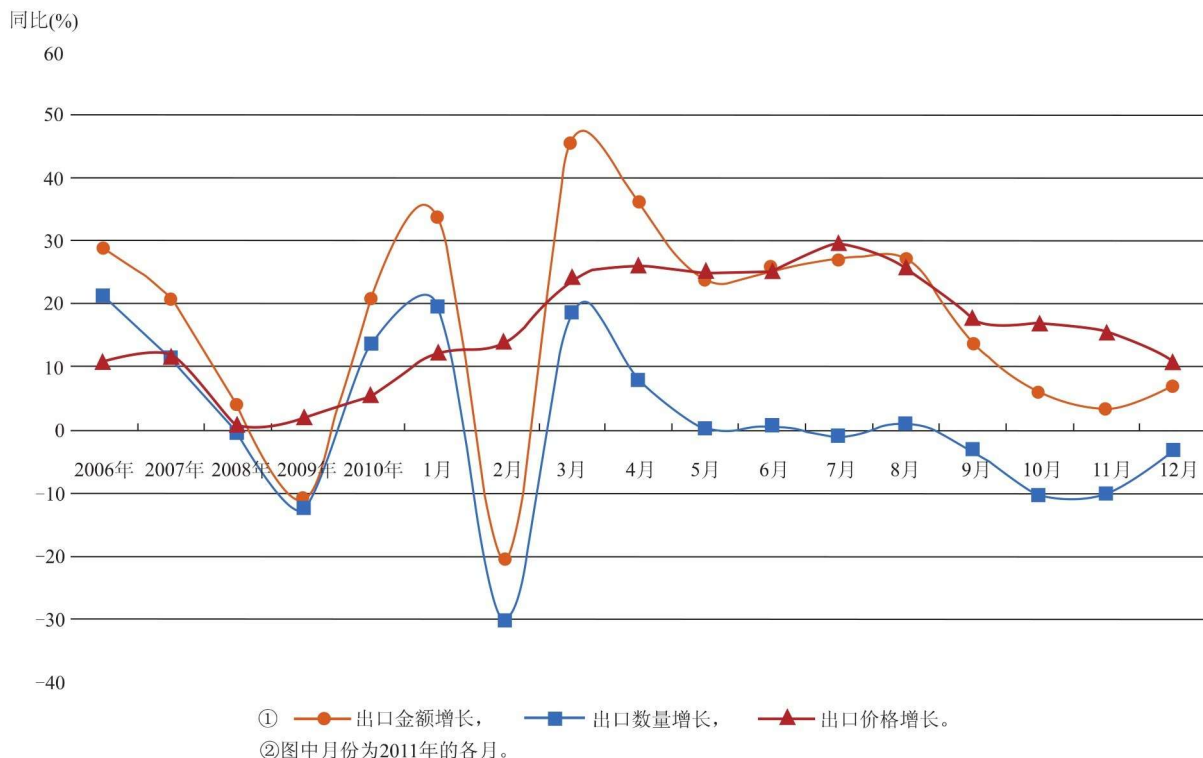
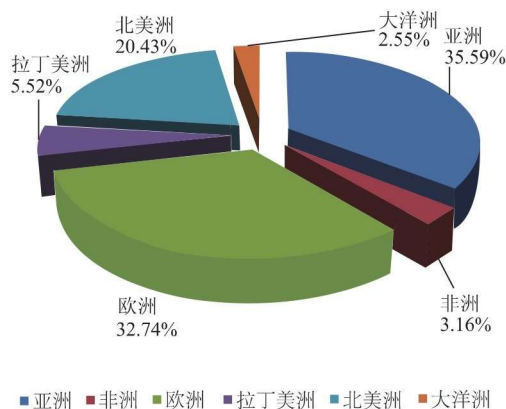


图 1-1 2006~2011 服装出口增长情况

(3) 传统市场增长趋缓, 新兴市场保持较快增长。
年同期占比增加 0.93%。

2011 年 1~12 月, 我国对各大洲出口金额均呈两位数增长, 但对欧、美、日传统市场增长趋缓。

亚洲依然是我国服装出口第一大洲, 占出口总额的 35.59%, 较 2010 年同期增长 0.06%。其次是欧洲, 同比增长 19.2%, 占出口总额的 32.74%。第三是北美洲, 出口额同比增长 11.54%, 占出口总额的 20.43%, 较 2010 年同期占比减少 1.25%。我国对拉丁美洲出口大幅增长, 增幅达 42.15%, 占出口总额的 5.52%, 较 2010



1-2 2011 年全国服装行业对各大洲出口占比情况

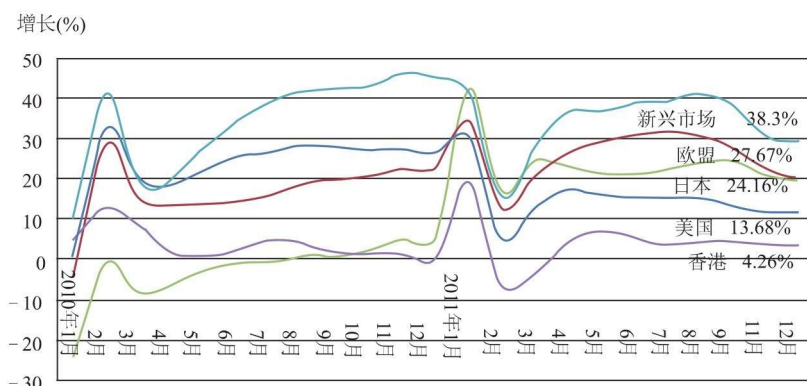


图 1-3 2010~2011 年我国对主要市场服装出口金额累计增长情况

2011 年, 传统市场方面, 美国、日本等国的纺织服装进口增长已经开始超过从中国的进口增长, 中国的出口占比已经开始下滑。同时, 我国对欧、美、日等地区服装出口金额仍保持增长, 但出口数量有所下降。

据海关数据, 2011 年 1~12 月, 我国对欧盟、美国、日本、中国香港地区服装出口金额持续增长, 出口金额同比分别增长 20.16%、11.75%、19.44%、3.55%。这些传统市场的出口金额为 994.33 亿美元, 占全国服装总出口的 64.90%, 同比增加 16.14%, 拉动服装出口 10.67 个百分点。同时, 我国对欧盟、美国、中国香港地区服装出口数量均有下降, 其中幅度最大为中国香港地区, 同比下降 16.22%, 欧盟和

美国同比分别下降 2.66% 和 6.28%, 对日本的出口数量增长仅为 0.26%。这些传统市场的出口数量为 169.34 亿件, 占全国服装总出口数量的 57.95%, 同比下降 4.74%。

传统市场出口增速下滑的主要原因是欧元区债危机蔓延及美国经济复苏缓慢引起的外部需求疲软, 以及我国服装出口价格上升所导致的部分订单转移。

另一方面, 我国对新兴市场的开拓势头依然强劲, 对新兴市场出口增幅明显大于传统市场。

2011 年, 我国对拉丁美洲、非洲、东盟、俄罗斯这些新兴市场的出口总金额为 245.31 亿美元, 占全国服装出口总额的 16.01%, 同比增长 29.25%, 拉动服装出口 4.29 个百分点。对拉丁美

洲、非洲、东盟、俄罗斯这些新兴市场的出口总数量为 61.62 亿件，占全国服装出口总量的 21.09%，同比增长 7.87%。

(4) 订单转移趋势继续，国际竞争力下滑明显。

2011 年，“订单转移”成为行业面临的最主要困扰之一。一方面，国内服装企业各项生产成本全面上涨，企业成本压力不断加重。国内棉花等原料价格大幅波动，原料供给质量、价格、交货期等问题频出。加之逐年递增的能源、劳动力成本等，大幅削减了我国服装出口的价格优势。与此同时，国际经济不景气导致世界服装采购业对成本价格敏感度提高；针对中国的贸易保护主义抬头；另一方面，东南亚、南亚等竞争国家依托原料、劳动力成本、汇率等优势，持续出台产业扶植政策、改善产业发展环境，大力发展劳动密集型产业。

以上两方面原因促使国际订单逐渐向东南亚、南亚等加工成本更为低廉的国家和地区转移。目前，很多国际品牌商和采购商将工艺相对复杂、档次相对较高的订单放在加工能力更强的中国；而大批量、中低档产品的采购，则在成本更低的东南亚、南亚国家完成。

3. 国内销售是行业发展重要驱动

(1) 国内服装消费保持稳定增长，但四季度增速明显放缓。

2011 年，国内服装消费基本保持稳定增长，但呈现“前高后低”的态势，第四季度增速明显放缓。

根据国家统计局统计显示，2011 年 1~12 月，全国社会消费品零售总额 181225.8 亿元，同比名义增长 17.1%（扣除价格因素实际增长 11.3%）。其中，限额以上企业（单位）消费品零售额 84609 亿元，同比增长 22.9%；服装类商品零售额 7955

亿元，同比增长 24.2%，占限额以上企业（单位）消费品零售总额 9.4%，服装消费基本保持稳定增长。

根据中华商业信息中心统计，2011 年 1~12 月全国重点大型零售商业服装销售金额、数量分别同比增长了 19.61%、5.14%。商务部重点监测的 3000 家零售企业销售额数据显示，2011 年 1~12 月份大型零售企业服装销售金额平均增幅约为 20.9%，服装服饰消费增长稳定。

另一方面，受宏观经济增速放缓，消费者信心下降，服装价格多次上涨对服装销售量挤出作用显现，加上秋冬季气候偏暖的影响，第四季度，国内服装消费增速明显放缓。

根据国家统计局的数据，前三季度，限额以上批发零售企业服装类商品零售额增速在前三个季度呈现逐季加快态势，但在第四季度，增速大幅下滑至 23.8%。另据中华全国商业信息中心的统计，全国重点大型零售企业服装销售增速也在第四季度表现出显著放缓态势，增速仅为 17.88%，大幅低于前三个季度的增长速度。

(2) 涨价对增长贡献显著，销售数量增速放缓。

2011 年，服装价格自 2 月份开始同比持续增长，且增幅逐月加大，服装销售数量增速则呈现明显回落态势，涨价对国内服装消费金额增长拉动作用显著。

根据国家统计局的数据，2011 年 1~12 月，全国服装类商品零售价格指数（RPI）回升至 101.8，衣着类居民消费物价指数（CPI）回升至 102.1。其中 12 月单月衣着类居民消费价格同比上涨 3.8%。服装出厂价格也创历史新高，1~12 月衣着类生产者出厂价格同比上涨 4.2%，比 2010 年底提高 2.2 个百分点，其中 12 月单月衣着类生产者出厂价格同比上涨 3.6%。

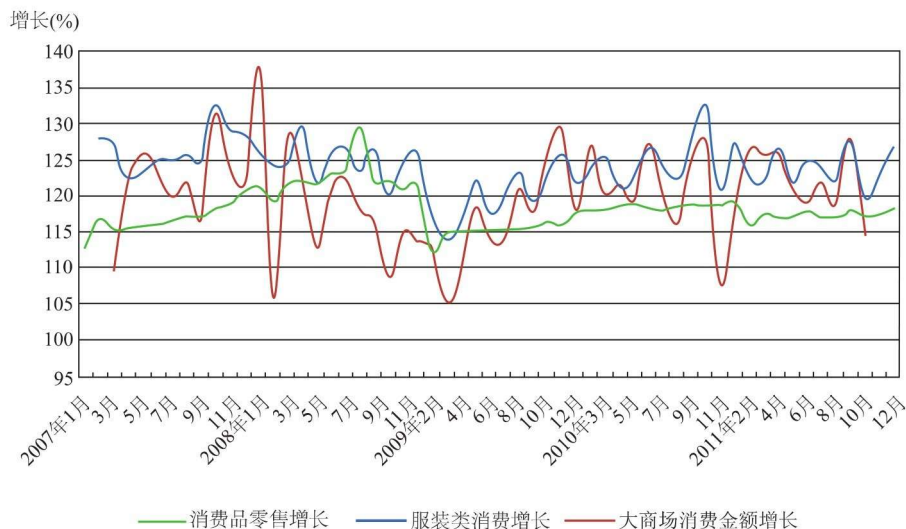


图 1-4 2007~2011 年消费品及服装类消费增长情况

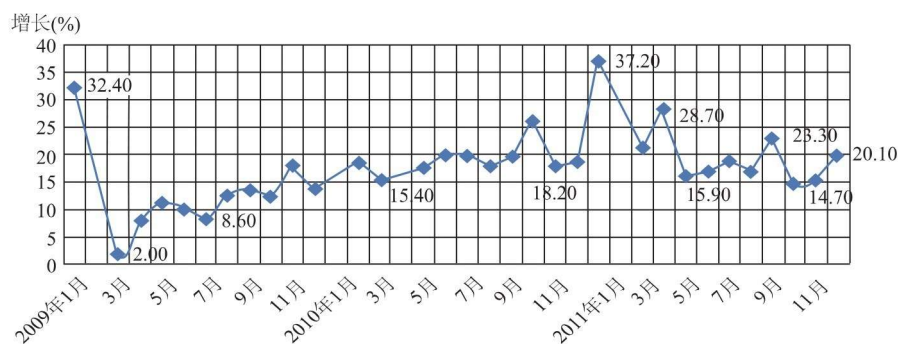


图 1-5 商务部重点监测零售企业销售额增长情况

中华商业信息中心数据统计显示，2011 年 1 ~ 12 月，全国重点大型零售商业服装销售金额、数量和平均价格分别同比增长了 19.61%、5.14% 和 10.46%，服装价格的上涨直接带动了服装消费额的增加。

另一方面，价格持续上涨对销售量的抑制作用显现，价格持续上涨或遇天花板。其中，品牌类服装价格上涨速度快于整体服装价格上涨速度。

据中华商业信息中心统计，全国重点大型零售企业品牌类服装价格在 2011 年继续加速上涨，全年同比上涨 20.3%，相比 2010 年全年 19.1% 的增长水平高 1.2 个百分点。服装销售量增速比 2010

年同期大幅回落 6.45 个百分点，其中 12 月份月度销售数量增幅降至 3.37%。

服装价格上涨主要基于以下几方面原因：首先，2011 年国内市场通货膨胀压力导致的物价上涨、国际油价处于高位导致的物流成本增加以及人工工资上涨导致的生产成本上升等因素，推动国内服装价格持续上涨。其次，下游零售商进场费上升，打折促销力度加大推高了服装企业渠道成本，也对服装价格上涨产生影响。

(3) 国内市场格局重整，竞争前景更为严峻。

2011 年，我国国内市场格局调整明显，三四线市场增长稳定。城乡二元化市场格局已经被打破，三四线城市及乡镇市场蓬勃兴起。农村城

镇化步伐加速, 非农人口数量增加, 城乡差距缩小, 互联网、电视媒体普及对乡镇生活方式的影响, 国家三农政策和促进农村消费政策的持续作用等, 使得乡镇市场乃至农村市场保持快速成长。

同时, 随着市场扩容, 市场竞争也更为激烈。2011年, 受宏观影响, 一二线市场竞争加剧, 品牌服装市场集中度有所下降, 市场品牌数量扩容, 服装品牌更迭加速。另一方面, 三四线市场竞争也加剧, 国际快时尚品牌加速在国内二三线市场布局。海外品牌则利用其资金、品牌声誉等优势加速渠道下沉, 使得国内品牌在低层级市场中的挑战加大。

根据统计, 截至2011年底, Uniqlo、Zara、H&M、C&A、Gap在华门店数分别达到了113、92、77、36和13家, 2011年新开门店数分别为43、29、31、11和5家。其中, 2011年Zara和H&M新开设店铺中, 二三线城市所占比例均超过80%, 分

别为82.8%和83.9%。

(4) 高档服装增长放缓, 网络销售高速增长。

2011年, 在通胀背景下, 高档服装销售增速放缓, 不及整体水平。据中华全国商业信息中心的统计, 全国重点大型零售企业高档商场服装商品单价涨幅为26%, 高出整体服装市场5.7个百分点。但其销售金额增速仅为10%, 低于整体服装市场11.5个百分点; 此外, 服装零售量同比下降12.7%。

网络销售增速远高于传统渠道增速, 且呈现出市场参与主体多样化、传统服装企业积极涉足电子商务, 网络服装品牌逐步成型, 网络营销多样化创新等特点。据艾瑞咨询统计数据显示, 2011年中国服装行业电子商务市场交易规模已达2049亿元, 占中国网络购物市场交易规模的26.7%, 较2010年增长94.6%, 占中国服装零售额的比例为14.3%。

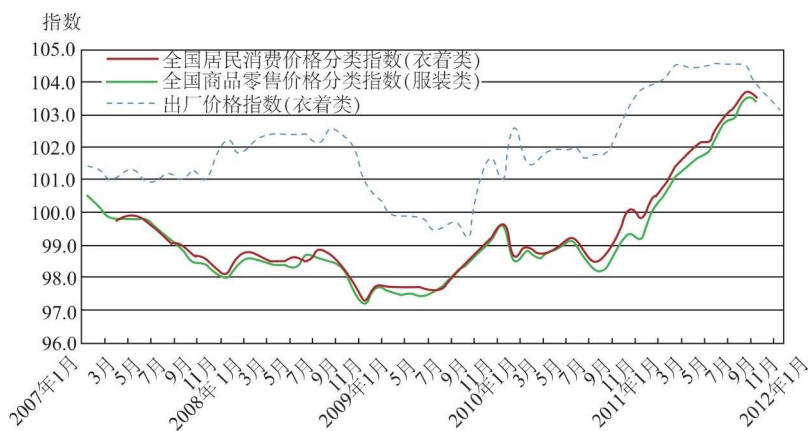


图1-6 2007~2011年服装消费价格指数变化情况

(二) 服装行业供给分析

1. 行业生产情况

(1) 2011年服装产量增速较2010年同期回落。

根据国家统计局数据, 2011年1~12月, 我国规模以上(年主营业务收入2000万元及以上)企业累计完成服装产量254.20亿件, 同比增长8.14%, 增幅比2010年同期下降8.76个百分点。其中机织服装133.11亿件, 针织服装121.09