



进口棉纺织品进入中国市场分析项目（节选）



第一章 中国棉纺织品行业发展环境

- 一、经济发展环境
- 二、政策发展环境
- 三、植物纤维种植业基础发展环境
- 四、技术与基础设施的发展环境及现状
- 五、纺织物进出口贸易现状及发展情况

第二章 中国棉纺织品市场规模及现状

- 一、棉纺织品市场规模及展望
- 二、棉纺织品市场消费者需求现状
- 三、棉纺织品行业竞争格局分析
- 四、棉纺织品市场发展的影响因素
- 五、棉纺织品市场的结构与特点

第三章 棉纺织品盈利性分析

- 一、棉纺织品市场价格现状分析及未来发展趋势
- 二、棉纺织品产品成本结构分析
- 三、棉纺织品产品盈利性分析

第四章 进口畜牧品市场准入条件

- 一、关税
- 二、原产地规则和条例
- 三、进出口企业必备条件
- 四、贸易壁垒、准则及规定

第五章 进口棉纺织品国内销售渠道

第六章 其他信息及参考资料

中国棉纺织品产量与市场规模

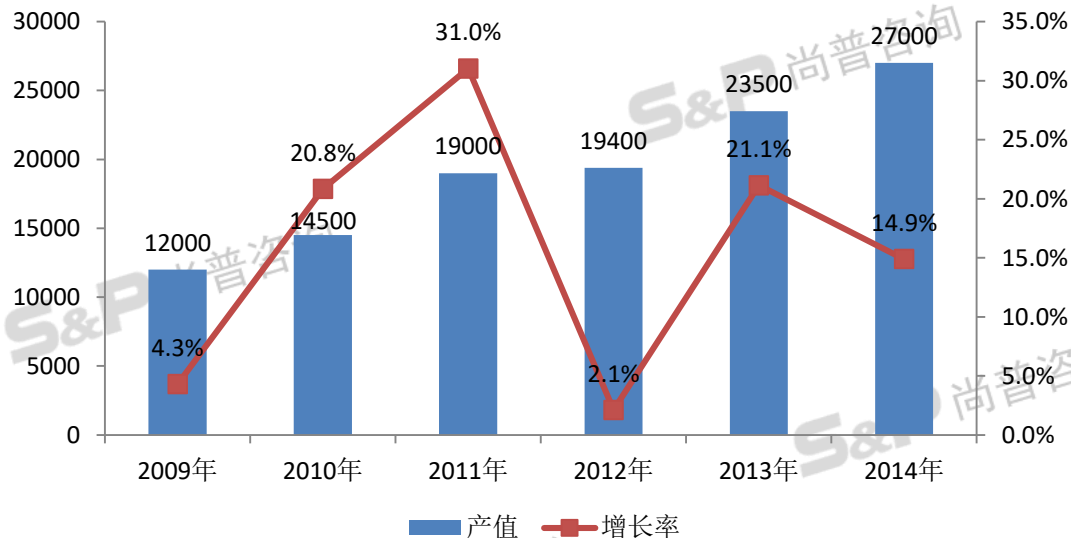
- 中国作为世界棉纺织行业大国，在世界棉纺织行业有着很重要的地位。棉花为棉纺织行业上游，是棉纺织工业的主要原料。2014年中国棉花产量约为635万吨，约占世界总产量的25%。
- 中国的棉花种植主要分布在长江、黄河两大流域以及新疆产区，其中新疆产区产量约占中国总产量的45%，黄河流域产区的产量占中国总产量的25%，长江流域约占10%。中国商品五大棉基地分别为：江淮平原、江汉平原、南疆绿洲区、冀中南鲁西北豫北平原、长江下游滨海沿江平原。

中国棉花主要种植地区与加工中心



- 中国主要棉纺织工业中心的分布大部分靠近原料产地。中国棉布行业产量区域集中度非常高，棉布产量主要集中在华东、华中地区，2013年两地区棉布产量分别占同期中国总产量的52%、24.3%。
- 2009年-2014年中国棉纺织行业工业总产值逐年增加。2012年行业工业总产值达到19400亿元，2013年达到23500亿元；2014年中国棉纺织工业总产值达27000亿元，同比增长14.9%。由于中国国内棉价偏高、棉纺织原料进口受限、资金紧张以及纱线需求减弱等原因使得许多纺织厂降低产量，中国棉纺织行业工业产值增速有所放缓，但是随着中国临时收储政策的结束，这一情况会有所缓和。

中国棉纺织行业工业总产值及增长率走势 (单位: 亿元、%)



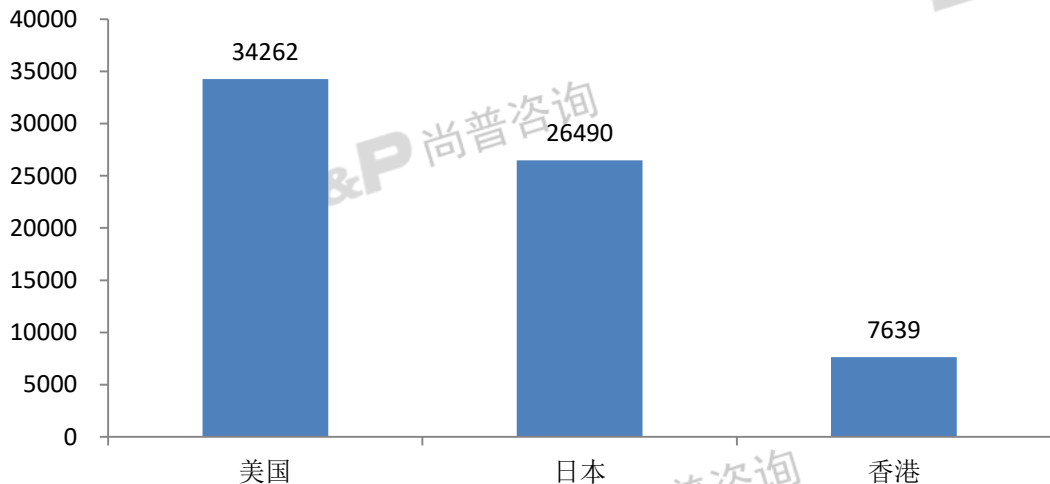
来源

中国棉纺织品出口情况

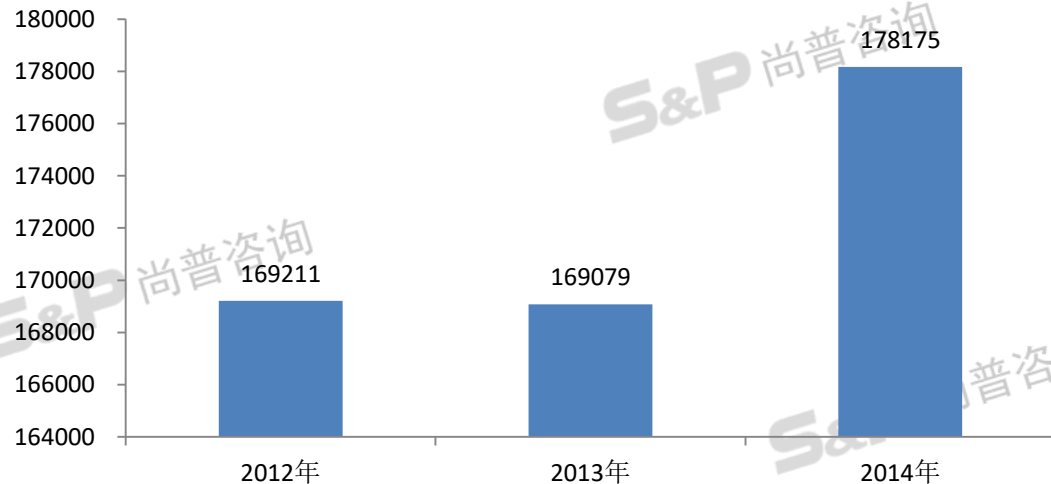
- 2014年中国“棉制针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心”主要出口国（地区）为美国、日本、香港，其中对美国的出口量最大，达到34262万件。
- 2012年-2014年该商品出口量整体稳定，2013年略有下降，2014年增长较为明显，比2013年增长9096万件。
- 2012年-2014年该商品出口额略有波动，2013年出口额为41.8亿美元，比2012年降低1.89亿美元，2014年比2013年增加8.30亿美元。

- 2012年-2014年中国“棉制针织或钩编的婴儿服装及衣着附件”主要出口国为美国、法国、英国，其中对美国的出口量最大，达到31807吨。
- 呈逐年上升趋势，2014年达到115175吨，复合增长率为3.43%。
- 2012年-2014年该商品出口额成上升趋势，2014年达到23.00亿美元，复合增长率为8.30%。

中国棉制针织品2014年TOP3出口国出口量 (单位: 万件)



中国棉制针织商品出口量 (单位: 万件)

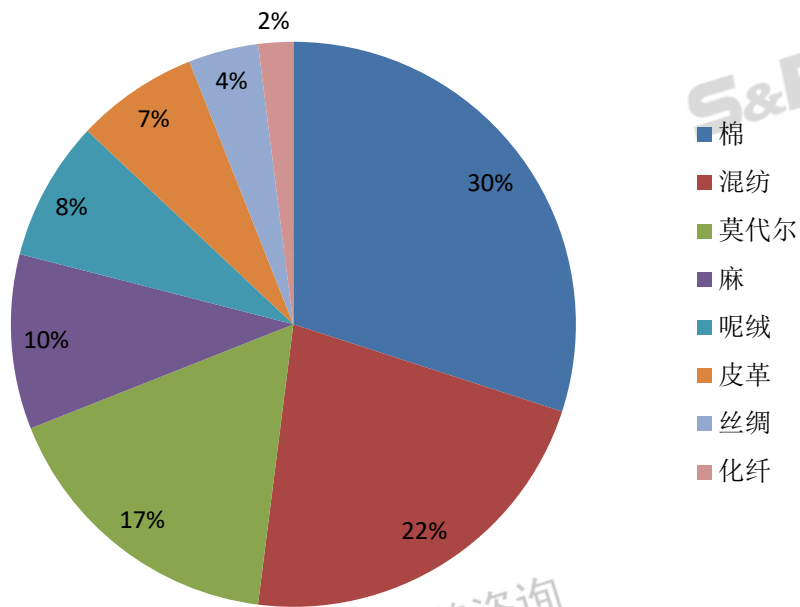


中国棉纺织品产品市场竞争力分析

(1) 棉纺织制品选择率最高

- 中国目前主要面料为棉、麻、丝绸等，棉纺织制品由于轻松保暖，柔和贴身、吸湿性、透气性甚佳而受到众多消费者的欢迎，尤其是在夏天。
- 据某消费者服装面料购买习惯调查显示，约30%的消费者选择棉制面料，由此可见，棉是最受消费者欢迎的面料。

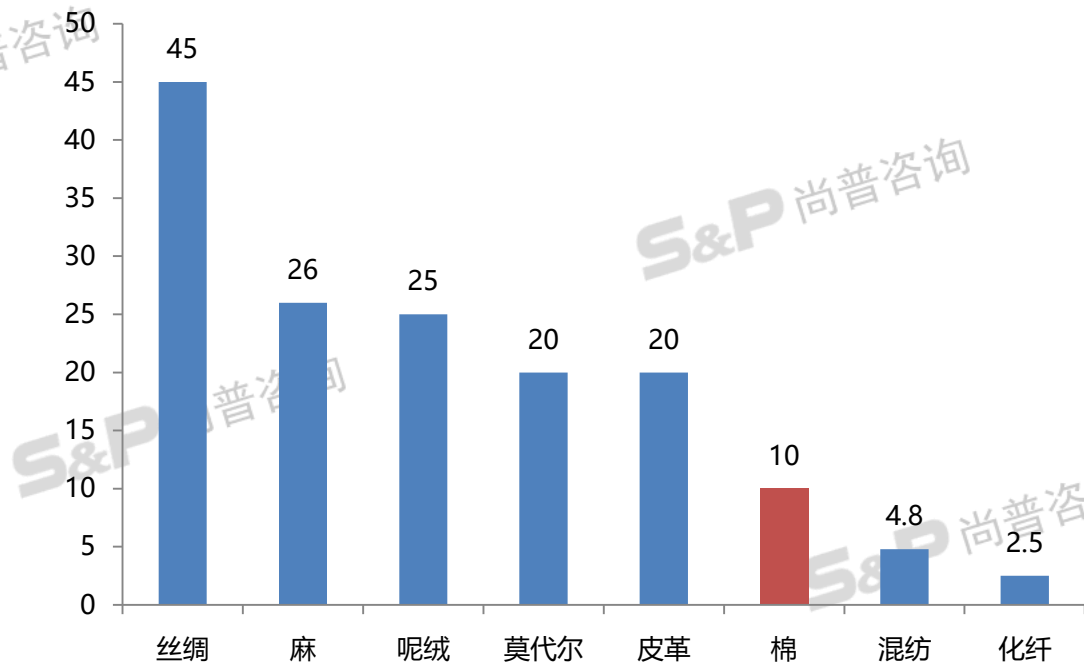
中国消费者各种面料的选择率



(2) 棉纺织制品价格适中

- 棉纺织制品价格适中，是大众消费者容易接受的价格，在加上其质地柔软舒适，性价比较高，在各类纺织制品中竞争力较强。

中国不同面料坯布单价 (元/平米)



中国棉纺织品产品市场竞争力分析

与其他国家相比，中国棉纺织制品竞争力较弱

从上世纪九十年代中期后，中国棉纺织业就步入异常严峻的困难时期，这种现象与中国纺织业的国际竞争力相关。

(1) 产品附加值偏低：棉纺织业已成为中国制造业中持续亏损时间最长、亏损面和亏损额最大的行业，并随着时间的推移而日趋严重。中国棉纺织业升级速度缓慢，妨碍了棉纺工业劳动生产率和纺织品质量档次的提高。纺织品和服装出口的增量优势弱化，出现波动甚至负增长，主要因为中国的纺织品服装出口仍以中低档的产品为主，技术含量不高，中国纺织产品附加值一直偏低。

(2) 遭遇国外技术壁垒：棉纺织业是中国的传统工业，由于环境的限制，物质水平低下，高新技术落后，中国的纺织业在技术方面缺乏创新，中国纺织业的技术水平与国际技术水平相差甚远，欧美国家依据这点向中国的纺织品实施技术壁垒，限制中国的出口。近年来，中国相当数量的传统优势产品频繁遭遇国外技术壁垒（以质量安全、环保技术为主的“绿色”贸易壁垒是目前阻止我国纺织品出口的主要壁垒。如欧盟法案REACH、RSL等。），出口纷纷受阻，有的甚至被迫退出了市场。

(3) 原料供应风险较高：中国棉花的种植区域过于集中，给棉纺织行业产生了一定的不良影响。由于棉花的产量与质量受天气因素影响较大，因此棉花种植过于集中，相当于把鸡蛋放在一个篮子里，如果某年气候条件不利，影响了棉花的产量和质量，那么中国棉纺织行业都会受到极大影响。

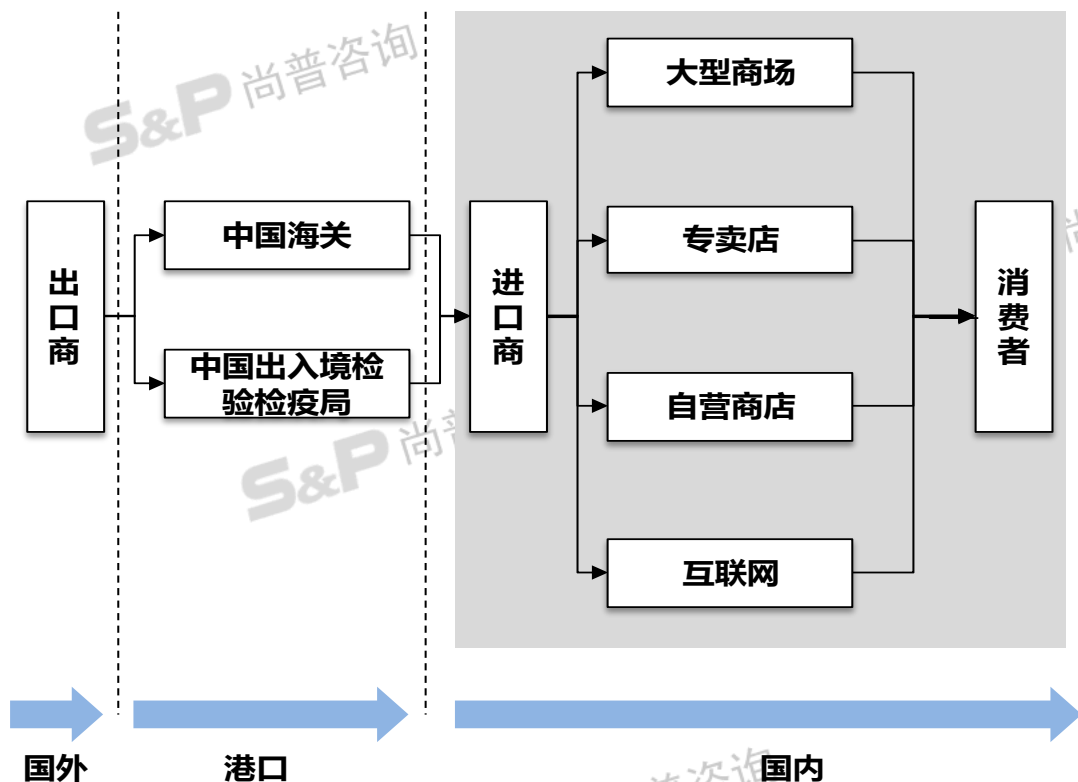
虽然中国国现有三大棉花产区，然而仅有新疆产区的棉花种植形成一定规模，其他产区的种植分散，缺乏统一规划，受上年价格因素影响较大，种植面积很大程度上取决于棉农的意愿，不利于棉纺织行业的整体稳定。

(4) 原料价格偏高：中国棉花进口采用配额制度，根据WTO协定，中国每年配额进口89.4万吨棉花，实施1%的优惠关税；配额以外的进口棉花，征收5%—40%的滑准税。滑准税的征收，相当于为进口棉价设置了底限，其目的在于减少进口棉对国内棉花市场的冲击，确保棉农收益。然而，由于中国棉产量与纺织业需求之间有近300万吨的缺口，这就意味着无论棉价高低，都有逾200万吨棉花刚性需求通过缴纳高昂的滑准税进口。配额制、滑准税在一定程度上造成了中国棉纺织行业成本偏高。

中国进口棉纺织品制品销售渠道研究

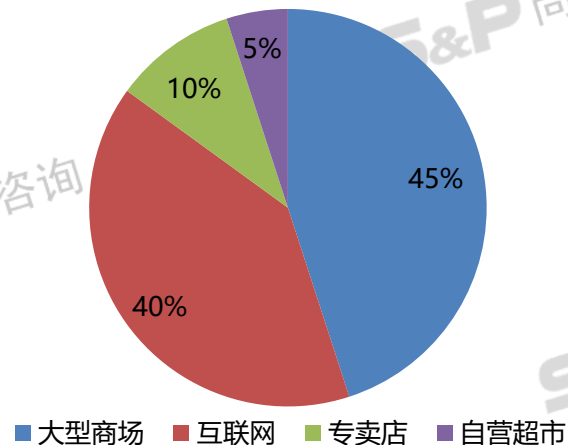
- 国外产品进入中国首先需要中国出入境检验检疫局检验，只有符合相关规定和准则的产品才能进入中国境内。经销商或者进口商在获取到该产品的入境通知单才能去海关提取物品。
- 进口棉纺织品制品进入中国后，由进口商/经销商按订单再次销售至商场、专卖店等渠道。

中国进口棉纺织品制品分销渠道



- 目前中国棉纺织制品销售有线下和线上两种方式，线下为大型商场，专卖店，自营商店，线上依靠互联网，通过电商平台、微信平台挖掘客户。
- 线下销售方式依然占非常重要的地位，由于线下销售主要通过实体店，顾客可以通过产品外观、触感、销售服务等因素，决定是否达成销售。
- 互联网销售是目前中国兴起的时尚方式，占比达到20%。互联网棉纺织制品销售是消费者通过网络平台订购产品，经过第三方物流企业发货到购买方手中。
- 互联网销售是中国近几年兴起的一个朝阳行业，发展迅速、市场潜力巨大。迄今为止中国大众对互联网销售接受度较高，通过物流企业可以克服距离问题。消费者可以接受相对于同类线下产品较高的价格，但是对于产品质量要求也随着提高。

棉纺织品制品几种销售渠道占比



来源：尚普咨询调研绘制

行业案例说明



以上案例是本项目的精简版报告，如需与研究团队接洽，请联系尚普咨询市场调研部：010-82885716

尚普咨询在行业研究领域，还可以为您提供以下研究内容：

研究模块	研究内容					
行业背景	发展环境分析	行业政策及规划	行业投资情况	行业驱动因素	行业发展前景 (需求趋势、技术趋势、竞争趋势)	
市场容量/需求	市场规模	行业利润率	行业利润结构	新增市场规模	市场结构 (按品类/档次/区域/领域)	未来市场规模预测
	进出口规模	进出口结构	市场需求结构	用户需求分析	市场需求影响因素	市场需求规模推算
产品应用	细分市场	产品需求特征	产品技术参数	产品价格	产成品应用领域	不同领域需求特征
	典型应用案例	主流技术类别	技术发展现状及趋势	工艺技术流程	替代产品特征	替代趋势
渠道模式	主要渠道模式	渠道类型及占比	销售资源配置	渠道分布	渠道政策与管理	渠道发展方向
	渠道优劣势比较	渠道对市场的影响	主要代理商情况			
供应链条	产业链分析	上游原材料采购特征	上游采购价格	上游主要厂商	采购路径	总体采购规模
	下游应用市场需求规模	下游供应特点	下游供应金额	下游供应路径	OEM分布及基本信息	采购影响因素分析
市场竞争	竞争环境研究	市场竞争格局	市场集中度分析	竞争梯队	竞争企业市场份额	行业进入壁垒
	TOP10竞争企业研究(经营信息、核心竞争力、对行业的看法及应对)					
市场咨询	行业壁垒与风险 (政策/技术壁垒)	细分市场机会分析	投资可行性分析 (投资机会与风险、投资要求、可行性评估)	投资回报分析 (总投资额、利润率测算、汇报周期测算)	市场进入切入点 (产品选型、产品定位、细分市场定位、区域定位、用户类型定位)	实施建议 (经营策略、竞争策略、发展策略)

来源：尚普咨询调研绘制

尚普咨询的前身是成立于1999年的国家经贸委信息中心，为国家各部委制定行业政策提供数据和信息支持。

2008年，在国家统计局的支持下，尚普咨询公司作为独立的商业咨询机构成立，注册资金5000万元，是中国最早成立的专业市场研究公司之一。

作为首批取得国家统计局涉外调查许可资质的咨询机构，尚普咨询致力于为企业战略决策提供专业解决方案。

成立以来，一直作为独立的市场研究团体为企业、政府、科研院所提供战略转型、市场进入、行业投资可行评估、竞争对手研究、消费者研究、海外市场开拓等方面的咨询与服务。

尚普咨询累计完成各类咨询项目5000余项，年度营业额突破8000万元。

2008

- 尚普咨询 (S&P consulting) 正式成立

2003

- 从经贸委剥离, 改制企业独立运营

1999

- 尚普咨询的前身 (国家经贸委信息中心) 成立, 为国家各部委制定行业政策提供数据和信息支持

2009

- 与中国国家统计局、中国国家海关总署建立数据合作关系
- 建立宏观经济、行业月度、产品产量、进出口、企业数据库等自有数据库
- 门户网站, 中国联合市场调研网(www.cu-market.com.cn)正式上线运营

2010

- 取得国家统计局颁发的涉外调查许可 (编号0709)
- 自主研发的“市场竞争情报软件系统”成功上线, 当年服务上千家企业
- 累计与30多个行业协会和多个政府研究机构达成合作关系。

2011

- 通过ISO9001: 2008质量管理体系认证
- 基于SCP模型, 创建产业研究地图
- 与北京大学中国金融政策研究中心建立长期合作关系

2012

- 成立上海分公司
- 成为具有50多年历史的日本工业市场研究所在华唯一担当
- 开拓海外市场咨询业务

2014

- 成立广州分公司
- 成为新浪、腾讯、网易、和讯网、金融界、中国经济网、凤凰网等媒体官方合作市场研究机构

2016

- 自主研发的市场调研数据分析系统、企业智库云平台、新市场进入、项目投资价值等多个平台成功上线, 当年服务用户2000多家

2017

- 累计完成各类咨询项目5000余例
- 年营业额突破8000万元
- 作为发起人成立千乘探索, 由小米、青岛市政府、哈尔滨工业大学、嘉实资本投资
- 成为财政部首批PPP咨询入库机构

2018

- 成立香港公司
- 荣膺“市场咨询行业先锋机构”
- 荣获“项目咨询服务机构百强”称号
- 荣获“项目咨询服务最佳智库奖”



尚普咨询各地分支机构职能

- ▲ 北京总部：全国业务服务
- ▲ 香 港：全球业务服务
- ▲ 上 海：华东地区咨询服务
- ▲ 广 州：华南地区咨询服务
- ▲ 各地办事处：商务支持





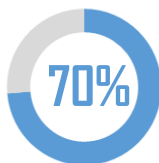
百人交叉学科团队 Team

@北京 @上海 @广州 @济南 @西安 @南京 @杭州 @武汉 @重庆

咨询顾问 初级项目经理 高级项目经理 合伙人

行业分析师 研究员 高级研究员 商业策略师 市场专家

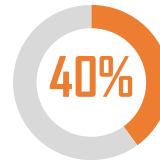
团队成员来自985和211高校、科研机构、日本工研所
金融、统计、IT、生物、医疗、材料、能源、房地产、工商管理
等专业的硕士、博士和资深学者。



博士或硕士学位



5年以上专业
市场研究经验



海外学习背景

来源：尚普咨询调研绘制

尚普咨询集成来自中国多机构渠道的数据资源，目前数据库容量达120万数据指标，超9000多万条数据。每年增加1000多万条。



时间

数据时间从1998年到2018年
共计20年



覆盖面

占中国工业总产值的90%以上
企业



变量

20余项企业基本信息、30余项
财务信息、40余经营信息



维度

分时间、分行业、分地区、
分企业类型

来源：尚普咨询调研绘制



- ◆ 尚普咨询是国内为数不多的拥有多项相关自主知识产权的研究型咨询公司
- ◆ 专利涵盖：云平台、大数据分析系统、数据监测、市场进入多要素模型、精准营销、项目可行性评级、项目投资价值分析等多个方向
- ◆ 已经实现标准化数据处理，自动行业数据监测、云平台市场信息数据处理、分析全部模型化

服务五年以上的用户 Customer



我们长期服务于世界500强企业、中国百强企业等各行业头部企业，连续服务5年以上用户已达500余家。

利用专业的研究方法帮助用户深入的了解行业，发现投资价值和投资机会，规避经营风险，提高管理和运营能力。

行业背景

- 发展环境分析
- 行业政策及规划
- 行业投资情况
- 行业驱动因素
- 行业发展前景
(需求趋势、技术趋势、竞争趋势)

市场容量/需求

- 市场规模
- 行业利润率
- 行业利润结构
- 市场结构
(按品类、按档次、按区域、按领域)
- 新增市场规模
- 未来市场规模预测
- 进出口规模
- 进出口结构
- 市场需求结构
- 用户需求分析
- 市场需求影响因素
- 市场需求规模推算

产品应用

- 细分市场
- 产品需求特征
- 产品技术参数
- 产品价格
- 产成品应用领域
- 不同领域需求特征
- 典型应用案例
- 主流技术类别
- 技术发展现状及趋势
- 工艺技术流程
- 替代产品特征
- 替代趋势

渠道模式

- 主要渠道模式
- 渠道类型及占比
- 销售资源配置
- 渠道分布
- 渠道政策与管理
- 渠道发展方向
- 渠道优劣势比较
- 渠道对市场的影响
- 主要代理商情况

供应链条

- 产业链分析
- 上游原材料采购特征
- 上游采购价格
- 上游主要厂商
- 采购路径
- 总体采购规模
- 上游发展趋势
- 下游应用市场需求规模
- 下游供应特点
- 下游供应金额
- 下游供应路径
- OEM分布及基本信息
- 采购影响因素分析

市场竞争

- 竞争环境研究
- 市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 竞争梯队
- 竞争企业市场份额
- TOP10竞争企业研究
(经营信息、核心竞争力、对行业的看法及应对)
- 行业进入壁垒

市场咨询

- 行业壁垒与风险
(政策/技术壁垒)
- 细分市场机会分析
- 投资可行性分析
(投资机会与风险、投资要求、可行性评估)
- 投资回报分析
(总投资额、利润率测算、汇报周期测算)
- 市场进入切入点
(产品选型、产品定位、细分市场定位、区域定位、用户类型定位)
- 实施建议
(经营策略、竞争策略、发展策略)

尚普咨询的工作方法强调落地，实操性更强，一切以用户最终目的为出发点。



售后服务完善

在项目结束后为用户长期提供：数据更新、行业发展建议、投资建议、风险预警等综合性价值服务。

行业实践经验

各行业设有产业研究组，长期为各大证券机构提供各种投资研报。研究组定期举办行业主题研讨会及典型企业走访调研，积累丰富的行业实践经验。

信息渠道广泛

与国家统计局、税务局、工商总局、海关总署、商务部、环保部以及20多个行业协会保持良好合作和畅通的信息购买渠道。

8成一手调研

8成信息来自一手调研，基于一手调研信息的数据支撑，数据具备极大参考价值。

权威媒体发布

长期行业监测，并通过国内权威媒体发布研究成果。

数据优势：

- ◆ 1300万+企业基本信息（工商注册信息）
- ◆ 20万+工业制造企业1996年至今的财务信息（资产负债、利润表）
- ◆ 1000+工业产品2000年至今的产、销量统计数据
- ◆ 2万+种产品，100+万家企业2000年至今的进出口数据
- ◆ 2万+贸易行企业2000年至今的财务信息（资产负债、利润表）
- ◆ 500+个行业1996年至今的行业累计数据
- ◆ 40万+外商投资企业财务信息（资产负债、利润表）
- ◆ 北京、上海、杭州、广州、武汉等100余个城市50万中产人群消费趋势及动向数据
- ◆ 北京、上海、杭州、广州、武汉等城市3000多家汽车零部件零售商销售动向数据

精诚合作 携手共赢

Cooperation and win-win


しっかりと協力して共に勝利する

정성껏 협력하여 함께 이긴다




 北京尚普信息咨询有限公司


 <http://www.shangpu-china.com>

 北京总部 010-82885716 010-82885719 010-82885790 北京市海淀区北四环中路229号海泰大厦11层

邮箱: survey@shangpu-china.com

 上海分公司 021-61397134 021-51601826 021-64023562 上海市浦东新区商城路800号斯米克大厦6层

邮箱: service@shangpu-china.com

 广州分公司 020-82885716 13426335838 13811075849 广州市天河区林和西路157号保利中汇广场A座9层

邮箱: dengxy@shangpu-china.com