

中国服装市场的销量一年减少了 178.5 亿件——

消费者不爱买衣服了吗？



休闲、潮流、都市、街头、森系……逛逛今天的城市商场，各种风格、不同类型的服装可以说是“乱花渐欲迷人眼”，其背后折射出日趋年轻、多元、个性的消费需求。衣食住行、吃穿用度，服装是最基础的消费之一。但是，数据显示，服装和布的销量近年来均有明显下降，全国重点大型零售企业服装零售量也遭遇下滑趋势。中国人真的不像从前那样爱买衣服了吗？

自去年秋冬季起，北京白领小王找到了买衣服的替代方法：租衣服。“变买为租，花费更少，体验更多，还省去了自己打理衣服的麻烦。”小王说，在商场里买一件称心的衣服动辄几百上千，时间长了不少衣服闲置下来又觉得浪费。现在市场上出现的租衣服服务，品类繁多，价格也不贵，特别是有些特殊场合需要的衣服，平常穿的机会也不多，算下来租比买更合适。

从市场上陆续兴起的一些租衣 APP、小程序到各类二手服装的线下门店、线上交易平台和专营商，人们在服装交易上探索着更多可能性，买新衣不

也有消费者会问，为什么服装销售量少了，买衣服花的钱却不少，衣着消费支出整体上仍然在增长中？

的确如此，看零售额，服装行业也在持续增长中。数据显示，2018 年，限额以上服装类商品零售额实现 9870.4 亿元，累计增长 8.5%，增速较 2017 年提高 0.5 个百分点，限额以上服装零售延续了 2017 年以来的增速加快趋势。2018 年全国重点大型零售企业服装类商品零售额同比增长 0.99%。

服装零售额增加、衣着消费支出增加而服装销量减少，这意味着服装价格发生了变化。

中华全国商业信息中心统计显示，2018 年，服装消费价格累计上涨 1.4%，涨幅略有加快。而就全国

看数量，的确买得少了

再是唯一的选项。

这样的新趋势与数据相互映照看服装行业正面临的变化。

国家统计局数据显示，自 2017 年第四季度起，服装和布的销售量同比均有不同程度下跌。其中服装销售量 2018 年是 540.6 亿件，相较 2017 年的 719.1 亿件下降了 24.8%。

人们买衣服的确更少了。中国商业联合会和中华全国商业信息中心发布的中国市场商品销售统计结果也显示，2018 年，全国重点大型零售企业服装零售量累计下降 4.2%，增速较 2017 年放缓 8.4 个百分点。主要品类

论金额，钱却没少花

重点大型零售企业来说，价格上涨更是服装销量下滑的主要原因。2018 年，全国重点大型零售企业服装单价累计上涨 5.3%，较 2017 年提升 4.1 个百分点。

其中，男装销售单价上涨 4.6%，涨幅较 2017 年加快 2.4 个百分点；女装销售单价上涨 7.1%，涨幅较 2017 年提高 7.7 个百分点；童装销售单价上涨 10.5%，涨幅较 2017 年回落 2.1 个百分点。

为什么价格上涨如此明显？

一方面，企业综合成本居高不下。中国服装协会指出，由于用工、融资、税收、原材料、能源等成本费用持续增长，企业综合运营成本不断提升。从成本费用占主营业务收入的比重变化来看，全国规模以上工业企业的平均水

中，除运动服零售量实现同比正增长外，其他品类服装零售量均不及上年同期。

在整体消费支出中，人们用于服装消费的比例也更低了。国家统计局数据显示，2018 年，全国居民人均衣着消费支出为 1289 元，同比增长 4.1%，增速较上年同期加快 1.2 个百分点。而同期居民人均消费支出实际增长 6.2%，生活用品及服务、交通通信、教育文化娱乐、医疗保健类支出增速更是明显高于衣着消费支出。2018 年，全国居民人均衣着支出在消费支出中的比重为 6.5%，较上年下降 0.3 个百分点。

平逐年下降，而服装行业的该项比重呈现了不断上升的态势，成本费用的快速上涨进一步挤压了服装企业的利润空间。

另一方面，业内人士指出，时尚、快销、个性等服饰消费观念的流行，改变了整个服装消费市场。以往常出“爆款”服装，动辄几万件、几十万件的销量，但今天的消费者不再愿意与别人“撞衫”。新的消费理念迅速反馈到服装企业，其生产模式由“大而全”变成“小而精”。服装企业投入大量人力、财力在服装设计、款式、面料等方面，很难像以前那样大量投产来降低创新成本、扩大收益，单件服装的销售价格也就提高了。

时尚变革加速行业细分

与差异化、风格化的趋势相呼应，如今不仅是高端奢侈大牌，越来越多普通消费者熟悉的大众品牌也开始推出副线产品，服装市场似乎更“热闹”了。未来行业还会朝着哪些方面演进？消费者能买到怎样的服装？

从整体来看，时尚变革加速行业细分。

中国服装协会指出，在新消费群体崛起的过程中，企业无法像过去捕捉 60、70、80 年代消费群体偏好那样对“90 后”“00 后”消费群体标签化，这就意味着新一轮消费升级更加多变、多元、多维。个性化、细分化、差异化的生活形态导致品牌诉求无法统一，众多服装品牌会推出年轻化、风格化的副线品牌，更多小而美的小众品牌受到青睐，年轻化、高端化逐渐成为服装行业转型升级的主流趋势。

从针对人群来看，男装、女装、童装正呈现不同的竞争格局。

男装定制化。中国服装协会称，随着消费者时尚品位和个性化需求不断提升，男装消费更加品牌化、国际化、户外化和休闲化，商务正装、商务休闲、户外休闲等会进一步细分，精准的营销方式和定制化的产品成为男装品牌竞争的重点。

女装自主品牌化。中华全国商业信息中心称，中高端女装品牌在设计、推广和营销方面具有优势，更容易在市场竞争中脱颖而出。业内预计，2019 年，女装企业转型升级将更加深入，开始从品牌内涵、研发设计、供应链管理等方面加强精细化、差异化的自主品牌建设。

童装市场快速拓展。不少券商看好童装市场，他们认为，受二孩政策利好及新生代父母育儿理念不断提升，中国童装市场规模仍将进一步扩大。当前国际童装品牌进入中国市场，越来越多的国内外成人装、运动品牌持续加大童装业务，中国童装市场呈现出更激烈的竞争态势。

从品类来看，运动休闲服饰潜力十足。数据显示，近年，国内行业运动休闲服饰市场的复合年增长率保持在 30% 左右。随着三四线市场的崛起和品牌渠道下沉，休闲装品牌面临国际快时尚品牌的增长挑战将更加激烈，产品时尚度、高性价比需求将持续提高。

据人民网

分类广告

百十元投入 数万人关注
权威发布 快速传播 全城覆盖
咨询电话：0734-8243140

综合信息

亮剑调查事务所

婚姻咨询，调查取证，寻人查址。
地址：衡阳市妇幼保健院对面四楼
电话：0734-8197112/15096005151

招聘启事

本单位招聘前台接待和计调，熟手优先，有意者请与我们联系。
联系人：15367084545 陈生
衡阳万里旅行社



衡阳全城搜索婚恋平台

专注于 70、80、90 后的正规严肃征婚机构

未婚男 1990 年 1.75 米 广铁集团工作 独子 父母经商 积极有活力 豁达大度 爱整洁 有礼貌 喜运动 看电影 江景婚房已备 只等佳人
TEL:13763409085(微信和电话同号)

未婚男 1987 年 1.70 米 事业单位工作 有车房 独子 退伍军人 父母均为公务员 自信幽默 直爽大方 随和真诚 喜运动 唱歌 最好的人品 是善待家人
TEL:18173422811(微信和电话同号)

未婚男 1984 年 1.78 米 街道办事处人员 有车房 退伍军人 高大魁梧 踏实可靠 有责任心 独立生活能力强 爱下厨 喜户外运动 寻一个相爱的人踏踏实实过日子
TEL:13307473391(微信和电话同号)

未婚女 1991 年 1.60 米 小学老师 本科 父母在企业工作 柔美如玉 乐观积极 自由率真 喜旅行 看电影 热爱美食 因为你 有一种思念叫望眼欲穿

TEL:18173422811((微信和电话同号))

离异女 1982 年 1.60 米 事业单位工作 漂亮大方 善解人意 文静优雅中带点调皮可爱 传统又不失现代 喜整洁干净 爱快乐厨房 崇尚浪漫温馨简单的爱情
TEL:加入 17752777505(微信和电话同号)有本人照片与详细介绍

丧偶女 1974 年 1.60 米 珠宝销售 有婚房 女儿读大三 成熟的个人风

格 干练 爱整洁 心直口快 业务能力很强 余生和让你笑的人在一起
TEL:13762409085(微信和电话同号)

单身热线:0734-3170020
1376240905
QQ:203296377
地址:衡阳日报社(环城北路 3 号五一文楼上)4 楼 404 室(石鼓区)
衡阳华新开发区解放大道 9 号御璟花苑 A1 栋 1910 室
加入单身微信群
13307473391,有大量会员本人照片与详细介绍
招聘大量兼职红娘
18774210221

