# 最新服装市场调研报告(大全8篇)

来源：网络 作者：玄霄绝艳 更新时间：2024-01-16

*报告是一种常见的书面形式，用于传达信息、分析问题和提出建议。它在各个领域都有广泛的应用，包括学术研究、商业管理、政府机构等。那么报告应该怎么制定才合适呢？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。服装市场调研报告篇一1...*

报告是一种常见的书面形式，用于传达信息、分析问题和提出建议。它在各个领域都有广泛的应用，包括学术研究、商业管理、政府机构等。那么报告应该怎么制定才合适呢？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。

**服装市场调研报告篇一**

1、调研目的：经过调研市场上的针织服装，来了解针织服装的基本发展前景。也学会市场调研的基本方式。

2、调研地点：新乡市胖东来百货、胖东来生活广场、温州商业步行街、百货大楼、火车站市场。

3、调研时间：20xx年xx月8日-9日。

4、调研方式：实地统计，问访消费者，小组讨论。

5、调研对象：市场的针织服饰面料、款型、流行色、针织服饰的市场占有率，消费者理解程度。

针织物是由纱线经过针织有规律的运动而构成线圈，线圈和线圈之间互相串套起来而构成的织物。所以，线圈是针织物的最小基本单元。这也是识别针织物的一个重要标志。

织制针织物可使用的原料比较广泛，包括棉、毛、丝、麻、化纤及它们的混纺纱或交并纱等。按生产方式的不一样，分纬编和经编两类。

针织物质地松软，除了有良好的抗皱性和透气性外，还具有较大的延伸性和弹性，适宜于做内衣、紧身衣和运动服等。针织物在改变结构和提高尺寸稳定性后，同样可做外衣。

1、针织服装面料的应用：

(1)纬编针织面料常以低弹涤纶丝或异型涤纶丝、锦纶丝、棉纱、毛纱等为原料，采用平针组织，变化平针组织，罗纹平针组织，双罗纹平针组织、提花组织，毛圈组织等，在各种纬编机上编织而成。它的品种较多，一般有良好的弹性和延伸性，织物柔软，坚牢耐皱，毛型感较强，且易洗快干。可是它的吸湿性差，织物不够挺括，且易于脱散、卷边，化纤面料易于起毛、起球、钩丝。所以我们调研发现，纬编针织面料主要运用的服装是：男女上装、套装、风衣、背心、裙子、棉袄面料、童装等。

(2)经编针织面料常以涤纶、锦纶、维纶、丙纶等合纤长丝为原料，也有用棉、毛、丝、麻、化纤及其混纺纱作原料织制的。它具有纵尺寸稳定性好，织物挺括，脱散性小，不会卷边，透气性好等优点。但其横向延伸、弹性和柔软性不如纬编针织物。所以我们小组调查讨论的结果是，经编针织面料主要运用于男女上衣、风衣、上装、套装、长裤等面料。

2、针织服装的款式种类：

(1)针织服装的款式种类繁多，基本上有以下几种基本分类：

局部设计变化：面料组织与大身组织的变化与开口功能结合的变化边口工艺形式的变化。

1、针织服装市场调查，市场潜力比较大，并且市场比较广泛。消费阶层比较广泛，消费对象也比较多。

2、消费的年龄层次是：

(1)童装，童装中，针织服装比比皆是，这也是因为针织面料的特点决定的。针织服装穿着舒适，对于儿童的生长发育影响较小。并且中童活动量大，针织面料的伸缩性强。易于活动。并且针织面料的透气性好，对于儿童的新陈代谢影响小。所以，我们得出结论，针织面料在童装的运用中还是比较广泛的。

(2)针织服装在青年穿着的也是比较流行的。近年来受韩版服饰的影响。国内休闲装市场上，针织衫市场销售量很好。新乡市的各大商场中，针织衫，羊毛衫也是也是琳琅满目。针织衫的价格也范围广泛，根据面料的不一样。针织衫的面料不一样，价格也是有较大区别的。如便宜的有几十元钱的针织衫，高档的有上千元的针织衫。

(3)中老年的针织服装，主要是羊毛衫销售多。中老年的收入稳定，并且消费水平比较固定。许多老年消费主要是取决于其孩子的消费水平。许多老年人，没有十足的精力来逛街，可能没有跟上社会的消费水平的发展。所以许多中老年的消费都是比较固定的。这样也有商店的回头客。

新乡市针织服装市场，发展还是比较稳定的。并且，经调查发现，新乡市的针织服装正在逐步健康发展。并且正在逐步专业化，规模化。针织服装也越来越受到广大市民的青睐。随着新乡市经济的不断发展，新乡市的针织服装消费的档次也会逐步的提高。新乡市的针织服装市场占有率也会逐步提高;随着市场的发展，针织服装的品牌将会更多。品类将会更加齐全。市场的潜力是不可估量的。

在新乡这个二线城市，国际名牌进驻的不多。因为是消费水平限制，消费水平又收到经济水平的的制约。所以，新乡市的服装市场发展还是要看新乡市的经济水平的提高了。

总结：经过对新乡市的针织服装市场的调研，让我对针织服装的具体知识有了系统的认知，又全新的认识了针织服装的市场前景，还有针织服装的具体用途，还有针织服装的发展水平。对自身的专业有更加明晰的认识。

**服装市场调研报告篇二**

1、以消费者为对象，了解中青年消费者在服装方面的购买动机、过程和事实。

2、了解目标消费者的媒体接触情况及习惯，了解本产品广告的媒体选择与广告形式的效果。

3、分析目标市场中的销售良机与潜在性。

4、竞争产品的市场占有情况及基本销售策略。

5、结合市场调查在被调查地开展一次规模适当的促销活动和品牌推广活动。

1、基本界定为黄冈地区的中青年者。

2、了解消费者经常购买的服装品牌。

3、了解消费者购买频率。

4、了解消费者对品牌的认知情况。

5、了解消费者的消费价格段。

6、对公司产品包装、价格、性能、品质等评价。

7、对本产品品牌的认知。

8、了解本产品的包装及卖场有无影响消费者购买。

9、通过何种渠道知道本产品。

10、了解消费者基本情况。

1、区域：黄冈市。

2、调查对象：中青年者。

3、调查方法：问卷调查。

4、调查对象比例分配：男性20，女性80。

星期一、二写出市场调查方案，设计出市场调查问卷。

面访。

差旅费：20元文印费：70元小礼品：50元。

合计：140元。

吕文婷、徐文娟、罗芬雷、永凤、刘晓林。

**服装市场调研报告篇三**

二手服装贸易是指二手服装商品的贸易或交换。二手服装贸易是高质量低成本人群的代言。说到二手服装，很多人可能不是很喜欢。他们觉得穿二手衣服不够好，不卫生，降低了身份。同样，也有人认可二手服装，既节约资源，又不贵。

其实对买二手衣服感兴趣的人还是存在的，最集中的是在城市打工的农民工。很多农民工说因为工作原因，便宜的旧衣服最适合当工作服。另外，二手服装对普通消费者有吸引力。据了解，穿二手衣服和买二手衣服在欧美市场很受欢迎，香港很多店专门卖明星的二手衣服。日本有xx多家二手服装店，年销售额超过2亿美元。

为了扩大二手服装市场的运作，需要保证一定数量的消费者。消费者对二手服装的购买力是提升二手服装市场经营范围的重要因素。消费者在购买和消费商品过程中的心理活动。一般:第一次接触商品，引起注意；然后通过了解和比较，产生兴趣和偏好，有购买欲望；条件成熟了，再做购买决定。消费者购买意愿是个体从事特定行为的主观概率，由同一概念引申而来。消费者对二手服装的态度，结合外部因素，构成了消费者的购买意愿，可以看作是消费者选择特定产品的主观倾向，被证明是预测消费行为的重要指标。因此，消费者应该愿意自愿购买二手服装，这样二手服装市场才会持续更久。

环顾四周，中国的旧衣市场有多大？河北科技大学纺织服装学院进行的一项河北省居民调查显示，近一半的家庭储存了30多件旧衣服，每个家庭每年要购买10多件新衣服。调查显示，在xx年，价值xx亿元左右的废旧衣物在中国可能被淘汰。生产者市场中用户的购买行为是一种组织行为，但这种组织行为最终是由几个个人决定和购买的，不可避免地受到购买决策所涉及的个人因素的影响。个人因素包括年龄、职位、教育程度、经历、动机、认知能力、性格和对风险的态度等。其实每个人都有一定的身份，人会不自觉地暴露自己的身份。尤其是那些有一定名声、权力、地位的人，时刻关注自己的身份，表现出自己的身份，让自己的举止、社交活动尽可能与自己的身份保持一致。而人的身份最好的表达就是衣、食、住、行。比如有人穿着名牌高档服装，开着劳斯莱斯轿车，住在五星级豪华酒店。这样的人群可能不会考虑二手服装。可见，二手服装市场还没有被消费者完全理解，不赞成二手服装的人也情有可原。

事实上，根据中国资源综合利用协会的统计，中国的纺织品产量在xx年达到4300万吨，每年扔掉的旧衣服约为2600万吨，中国每年回收数百吨废纺织品。旧衣服大多藏在衣柜里或者埋在垃圾堆里。由于卫生等因素，国内禁止销售旧衣服和成衣，但允许回收分解成原料。事实上，中国旧衣出口市场发展的最大问题是合法性。比如在美国、日本、英国、巴西、印度等国家，都是作为环保产业来支持的。比如旧衣服免费回收，甚至补贴。中国也应该发展二手服装的市场运作。向全民普及二手服装市场知识，让人们真正了解二手服装的内在含义，规范二手服装市场的管理模式。或许二手服装市场也是一个可持续发展的行业。这不仅提高了国民经济水平，也开拓了更广阔的服装市场，为中国服装行业提供了更广阔的前景。

对北京大学生二手服装市场进行了调查。调查报告显示，约30%的学生表示购买过二手服装，其中大多数是女生。

(一)大学生对二手服装的理解。

近年来，二手商品市场逐渐火爆，而二手服装贸易则被称为高品质享受和低消费的代言。然而，大学生对二手服装的理解仍然停留在第一印象&;lsquo二手衣服是别人穿而不想穿并出售的衣服。其实二手服装的定义很宽泛。意思是旧衣服，但不是全部。更重要的是，二手衣服意味着已经转手，不一定是旧衣服，也可以是新衣服，只是因为其他原因。

很多大学生都穿二手衣服，但是那些衣服基本都是家里人穿的或者同学朋友因为尺码不合适送的，很少是自己买的。在服装市场上，大学生是主要消费者之一，也是二手服装形成的主力军。要充分利用大学生来重新设计、回收和再利用二手服装。

从大学生对二手服装的理解中，我们也可以推导出他们都买二手服装和不愿意买二手服装的原因。

(二)大学生购买二手服装的意愿、原因及心理。

1.购买二手服装意愿的主观表达。

(1)愿意在二手网站买衣服；(2)愿意穿家人或朋友送的衣服；(3)我宁愿衣服少，也不买旧衣服。

2.愿意在网上交易二手服装的主要原因。

(1)买旧衣服可以帮我省钱，有时候还能找到新潮的衣服，让人开心；(2)如果买旧衣服，服装制造和资源消耗会减少；(3)买旧衣服可以带来明智购物的乐趣；(4)买旧衣服可以让我有创造性使用旧衣服的自由。

3.不愿意买二手衣服的原因。

(1)感觉穿旧衣服会传播很多细菌；(2)一想到衣服被别人穿就难受；(3)买旧衣服会损害我的形象。

4.日常生活中愿意买二手衣服的学生的心理活动。

(1)智能着装是生活和活动的重要组成部分；(2)选择适合自己的衣服的能力；(3)尽量穿时髦的衣服。

大学生购买二手服装的意愿、原因和心理之间的关系是相互关联的，这导致了他们购买服装的欲望。考虑到二手服装贸易带来的好处，也就是买衣服的原因，平时的生活心理造成了买衣服的动机，二手服装的低价让他们有了足够的购买力，最终可以导致二手服装贸易的成功。这一系列心理活动相互影响，构成购买活动。

(3)二手衣物的处理。

现在大学生处理自己不穿的衣服的方式多种多样，比如把衣服留给家人，送给好朋友，通过学校组织的活动捐赠衣服，或者有能力把衣服重新设计改造成新衣服，基本上很少有人会把衣服拿到二手市场转卖。

与欧美、日本和港台流行的二手服装市场相比，目前国内二手服装市场几乎是空白。其实二手衣服流通不畅也是直接浪费精力。二手衣服的流通也是资源的周转，可以物尽其用，在全社会形成良好的节约氛围。

有人感叹:毕竟网上有几件衣服可以卖或者换，期望和&;lsquo衣衫褴褛的国王活动多，涉及的人多，半旧新装更容易找到新主人。毕竟买了一两次就把一件衣服当废品处理了，很可惜。因此，我们应该加深对二手服装市场的了解，多参与，更好地处置旧衣服，这对我们自己和社会都是有益的。

大部分人可以接受二手衣服，但只接受同学、同事、亲戚提供的衣服，对于来历不明的衣服还是有些顾虑的。随着服装市场的发展，服装的更换速度加快，大量闲置的服装已经成为大多数大学生的问题。衣服闲置的主要原因是过时或不合身，但这些衣服有89%是新的。人们不能接受二手衣服的主要原因是卫生。对于二手衣服的处置，我觉得可以从以下三个方面来探讨:。

(一)增强大学生的二手服装意识。

其实二手衣服不一定穿坏，有些其实是闲置的，因为消费者穿的不合适。可以在校园内宣传二手服装，增加人们对二手服装的认识，宣传大学生的环保低碳理念。事实上，衣服的生产过程包含了大量的能源消耗和成本。比如化纤衣服消耗油，而普通棉布使用机械耕作、化肥农药、收割处理、纺织品裁剪，每一步都消耗能量，其中印染消耗能量最多。如果有更多的衣服可以重复使用，会节省更多的资源，更环保。循环经济也是我们应该更加关注的经济结构。

(二)把握大学生的购买心理。

绝大多数买二手衣服的大学生，都是本着明智购物、节约能源、最大化金钱价值的精神买旧衣服。而且大学生消费者的新鲜感也是二手服装市场应该把握的一个重要的购买心理。首先，旧衣服回收成本低，可以达到节约的目的。最重要的是二手衣服的创新性和与众不同，这是吸引大学生的重点。

(3)对回收后的二手衣物进行全新处理。

1.大部分人都说便宜的，质量好的，尺码合适的，干净的，80%新的，就可以接受二手衣服。而最重要的是健康。应建立严格的卫生制度，严格控制二手衣服的卫生。给这些卫生服标上安全标志。因为每一件二手衣服都可能附着着这样那样的病菌，在集中存放、运输、清洗的过程中会交叉感染。往往只要一两件衣服带有传染性病原体，一堆衣服就不能幸免，被蒙在鼓里的消费者就会受到伤害。建立良好的安全检测体系，可以消除人们的顾虑，在一定程度上增加一定数量的消费者。因此，对二手衣物进行消毒和检查是非常重要的。

2.重新设计二手衣服。首先，现在的大学生追求时尚潮流，衣服更新换代快。相当一部分大学生有闲置的衣服，并不意味着他们穿坏了。大多数衣服经过改造后可以完全翻新，成为个性和时尚的焦点。然而，大多数人不能独立进行服装翻新。因此，过剩的闲置服装为企业提供了充足的资源。其次，当今社会的年轻人大多热衷于展示自己，注重与众不同，追求时尚和个性。独特的服装更容易打动他们的心，更受他们的青睐。这个时尚群体为企业的产品销售提供了可观的市场。因为原材料是同学的闲置衣服，购买价格低，重新设计流程很简单，装修由同学独立完成，装修成本也很低，所以产品成本低。可见二手服装市场有绝对的价格优势。鼓励大学生改造自己的服装，加强对服装改造过程的了解，吸引更多的大学生关注二手服装市场，从而实现二手服装市场的发展。

3.设立专门的二手衣服回收办公室和二手衣服重新设计销售点。规范二手服装市场。通过宣传，让更多人了解服装回收点，对回收的服装进行分类，专业处理。新衣服重新设计，有的投放市场，有的可以捐赠；磨损的原材料可以转化为其他供应品。如今，许多企业回收旧衣服，将其提取、加工并生产成拖把和地毯。这样可以使旧衣市场逐步规范化、产业化，同时增加资源的流通。

**服装市场调研报告篇四**

1)性别：

答案总数量：100。

2)年龄：

答卷总数量：100。

3)能接受的服装价格：

答卷总数量：100。

4)经常购买服装的地方：

答卷总数量：100。

5)对服装面料的选择：

答答案总数量：100。

6)对网络购物的态度：

答卷总数量：100。

4、总体的结论及建议。

：该年龄段的消费群体是服装消费的最主要的群体，是消费群体中服装购买频率最多，总体购买金额较多的群体，其中女性人口略多于男性，与中国总体人口男女比例相反。该群体有很强的购买欲望，时尚，追求流行、个性，敢于尝试新事物，容易接受各种新品牌。该群体中很大一部分容易冲动购物。是目前服装品牌最多，竞争最激烈的细分市场。

品牌的接受程度较低，购物理性居多。

中年：

该年龄段的消费群体事业有成，服装购买欲望一般，但对服装有一定的高阶需求(即品牌需求)。

。

市场上适合该年龄段的服装品牌较少，往往是有购买欲望时，却找不到适合的服装品牌，特别是满足该年龄段的女性服装品牌严重缺失，市场机会较大。

老年：

该年龄段人口购买欲望较低，对服装的需求不是很强。对于该年龄段的服装品牌基本为空缺。

。

消费者的购买行为受收渗透水平、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。

**服装市场调研报告篇五**

市场营销对企业经营发展的作用将更加重要,而市场调研是市场营销有效开展实施的基础和前提,已成为现代企业不可或缺的一项活动,其重要性也不言而喻。下面是本站小编整理的一些服装市场营销。

希望大家喜欢!

自20xx年国际金融危机爆发以来，世界经济跌宕起伏，贸易保护主义和反区域一体化的逐步抬头，实体经济面临错综复杂的环境，世界经济前景难以乐观，我国经济也受到了前所未有的挑战。除成本、资金等因素外，我们面临的压力有3方面：一是项目重复建设、扎堆上马;二是需求萎缩、市场低迷;三是国际竞争对手的打压。面对严峻形势，我国必须实现经济转型升级。

另外，中国尽管成功地避开了金融危机，但是中国过去三十年经济持续增长严重依赖的“人口红利”逐渐消失，发展中积累的一些问题开始凸显：产业低端化、环境压力大、通货膨胀、贫富差距拉大等等。在这种情况下，要实现中国经济的可持续发展，就必须转型升级。

转型升级不仅势在必行，而且是恰逢其时。随着全球经济环境的变化，外需拉动经济增长的因素正逐渐减弱，国内经济增速因此逐渐放缓。此外，随着材料、劳动力成本增长，资源、环境对经济增长的约束力正在增强，这些都直接影响到了传统企业的生存发展。要顺利渡过这一瓶颈阶段，企业必须转变经济增长方式，加快转型升级步伐。

我国企业转型升级面临巨大的压力，但同时也拥有巨大的机会和空间。目前国内消费市场正处于加速扩展时期，蕴藏在民间的巨大消费潜力，将转化为经济增长的强劲动力。而城市化进程的加快，将进一步创造出新的投资需求和消费需求。此外，科技创新能力和人力资本投入的提升，也将为经济增长注入新的动力。此时此刻，推动企业技术、管理的创新升级恰逢其时。

当前各个行业及省市都在抓紧制定转型升级战略，服装行业也应抓住当前有利时机，培育和健全企业创新机制。同时，加大研发投入和人才储备，提升创新能力，重点突破制约产业价值链提升的关键环节，加快发展研发、设计、标准、物流、营销等生产性服务环节，促进生产服务化和服务知识化。同时，通过“创造性破坏”，建立新的技术和生产体系，以生产效率的提升抵消、对冲成本上升带来的压力。

未来五年，我国服装行业发展的着力点不在于追求更高的增速，而在于正确处理好增长速度与结构、质量、效益、环境保护等的重大关系，改善和提升产业整体素质，着力提高技术创新能力、国际竞争力和可持续发展能力。20xx年1月，国务院正式发布了《工业转型升级规划(20xx-20xx年)》(以下简称《规划》)。这是改革开放以来第一个把整个工业作为规划对象，并且由国务院发布实施的综合性中长期规划，指导未来五年我国工业发展方式转变方向。

本研究咨询报告由企业管理公司领衔撰写，主要依据国家统计局、国务院发展研究中心、国家发改委、国家商务部、中国海关总署、行业相关协会、深圳市企业管理咨询公司、国内外相关刊物的基础信息以及服装行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前经济转型升级整体发展形势，对新形势下中国服装行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、进出口、竞争格局、重点企业等进行了分析及预测，并对20xx-20xx年服装行业在当前经济转型升级下的发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了服装行业今后转型升级下的发展与投资策略，为服装行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

调查报告。

是运用科学的方法，有目的地、有系统地搜集、记录、整理有关婴儿服装行业市场信息和资料，分析婴儿服装行业市场情况，了解婴儿服装行业市场的现状及其发展趋势，为婴儿服装行业投资决策或营销决策提供客观的、正确的资料。

内容有：婴儿服装行业市场环境调查，包括政策环境、经济环境、社会文化环境的调查;婴儿服装行业市场基本状况的调查，主要包括市场规范，总体需求量，市场的动向，同行业的市场分布占有率等;有销售可能性调查，包括现有和潜在用户的人数及需求量，市场需求变化趋势，本企业竞争对手的产品在市场上的占有率，扩大销售的可能性和具体途径等;还包括对婴儿服装行业消费者及消费需求、企业产品、产品价格、影响销售的社会和自然因素、销售渠道等开展调查。客户可根据自身要求研究最终的调研大纲。

采用直接调查与间接调查两种研究方法：

1)直接调查法。通过对主要区域的婴儿服装行业国内外主要厂商、贸易商、下游需求厂商以及相关机构进行直接的电话交流与深度访谈，获取婴儿服装行业相关产品市场中的原始数据与资料。

2)间接调查法。充分利用各种资源以及所掌握历史数据与二手资料，及时获取关于中国婴儿服装行业的相关信息与动态数据。

通过一定的科学方法对市场的了解和把握，在调查活动中收集、整理、分析婴儿服装行业市场信息，掌握婴儿服装行业市场发展变化的规律和趋势，为企业/投资者进行婴儿服装行业市场预测和决策提供可靠的数据和资料，从而帮助企业/投资者确立正确的发展战略。

根据服装市场调研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研报告，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。调研产品涉及：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研报告。

调研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，市场调研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。

。

**服装市场调研报告篇六**

二手服装交易是指二手的服装类商品的交易或交换。二手服装交易它是人们高质量的享受低花费的代言。提到二手服装，可能很多人不是很亲睐，觉得穿二手服装不够档次，而且不卫生，并且降低了自己的身份。同样也有一部分人认可二手服装，认为既节约了资源，又物美价廉。

事实上，有意向购买二手服装的人群依然存在，比较集中的就是在城市务工的农民工。不少农民工说，由于工作的原因，廉价的旧衣服作为工作服最适宜不过。此外，二手服装对普通消费者也有不小的吸引力。据了解，穿二手衣、买二手衣在欧美市场很流行，香港也有很多店面专卖明星的二手衣服。日本共有多家二手服装店，年销售额已过2亿美元。

想要拓展二手服装市场的经营，就要保障有一定的消费人群。消费者对二手服装的购买力是提升二手服装市场经营范围的重要因素。消费者在购买和消费商品过程中的心理活动。一般是：先接触商品，引起注意。然后经过了解和比较，产生兴趣和偏爱，出现购买欲望。条件成熟，作出购买决定。消费者的购买意愿是个人从事特定行为的主观概率，经由相同的概念延伸，购买意愿即消费者愿意采取特定购买行为的机率高低。消费者二手服装的态度，加上外在因素的作用，构成消费者的购买意愿，购买意愿可视为消费者选择特定产品之主观倾向，并被证实可做为预测消费行为的重要指标。所以要使消费者产生自愿购买二手服装的意愿，这样二手服装市场才会走得更长久。

放眼望去，中国的旧衣服市场规模到底有多大？河北科技大学纺织服装学院对河北省居民的一项调查显示，近一半居民家庭存放30件以上的大件废旧服装，而每个家庭每年还要购买10件以上的新衣服。该调查粗略预计，全国或有价值约2024亿元的废旧衣服被淘汰。生产者市场用户的购买行为是一种组织行为，但这种组织行为最终还是由若干个人做出决策并执行购买的，这难免要受到参与采购决策的个人因素的影响。个人因素包括年龄、职位、受教育程度、阅历、动机、认识能力、个性和对风险的态度等等。

其实每个人都有一定的身份，人们也在不知不觉中显露着自己的身份。尤其是那些有了一定名誉、权力和地位的人，更是无时无刻不在注重自己的身份，显示自己的身份，尽可能地使自己的言谈举止与社交活动同自己的身份相符。而最能表现人的身份的是衣食住行用，譬如某人穿的是名牌高档服装，乘的是劳斯莱斯轿车，住的是五星级豪华酒店，那这样的人群对于二手服装可能考虑都不会考虑。可见二手服装市场还没有完全被消费者所了解到它的内涵，对于有不赞成二手服装的人群也是情有可原的。

其实中国资源综合利用协会的统计数据显示，我国纺织品生产量达4300万吨，我国每年扔掉的旧衣服约有2600万吨，而我国每年约回收几百吨废旧纺织品。大多数旧衣服深藏衣柜或被掩埋在垃圾堆里。出于卫生等因素，我国禁止旧衣服成衣销售，但允许用于回收分解加工成原料。其实中国的旧衣服出口市场发展最大问题就是合法性。像在美国、日本、英国、巴西、印度等国将其作为一个环保行业来支持，如旧衣服原料回收免费，甚至还有补贴。我国应该也多发展一下二手服装的市场经营。在各个人群中都普及下二手服装市场的知识，让人们真正了解到二手服装的内在意义，并且在二手服装市场经营方式上进行统一规范，也许二手服装市场也是一个可持续发展的的一项产业。这样既增长了国家的经济水平，又开拓了更为广阔的服装市场，为我国的服装产业提供了更广阔的前景。

二、调查数据分析。

针对北京大学生做了一次关于服装二手市场的调研，调查报告显示，总体的约30%表示曾购买过二手服装，并且其中女生占绝大多数。

近几年来二手货物市场渐渐开始流行起来，而二手服装交易则被称为是高质量的享受，低消费的代言。然而大学生对二手服装的理解还停留在第一印象就是‘二手服装都是别人穿过的不想再穿，转手卖掉的衣服’。其实，二手服装的定义很广，它有旧的服装的意思，但不全是，更主要的二手服装是表示经过转手的，不一定是旧的衣服，也可以是新的，只不过是因为其他原因才转手在出售。

很多大学生都穿过二手服装，不过那些衣服基本都是家里人穿过的或者是同学、朋友因为尺寸不合等原因转赠的，很少自己购买。在服装市场，大学生是主要的消费人群之一，大学生也是主要的二手服装形成人群主力。充分利用好大学生这个群体进行二手服装的再设计、再循环、再利用是十分必要的。

从大学生对二手服装的认识中也可以导出他们都买二手服装的原因以及不愿意购买的心理。

1、购买二手服装意愿的主观表现：

（1）我愿意在二手网站购买衣服。

（2）我愿意穿家人或朋友给的衣服。

（3）宁愿衣服少也不愿意购买旧衣服。

2、愿意从网上进行二手服装交易的主要原因：

（1）购买旧衣服能帮我省钱，有时还能淘到新潮的衣物，另人开心。

（2）如果购买旧衣服，服装制造和资源消耗就会减少。

（3）购买旧衣服能够带来明智购物的快感。

（4）购买旧衣服能够给我一种以创造性方式使用这些衣服的自由。

3、不愿意购买二手服装的原因：

（1）觉得穿旧衣服会传播很多细菌。

（2）一想到衣服被别人穿过就觉得不舒服。

（3）购买旧衣服会损害我的形象。

4、愿意购买二手衣服的学生在日常生活中的心理活动：

（1）明智的着装是生活和活动重要的一部分。

（2）有能力选择适合我的衣服。

（3）尽量去穿时尚的服装。

大学生购买二手服装的意愿，原因以及心理之间的关系是相互关联的，产生购买衣服的欲望，考虑二手服装交易带给自己的好处即购买原因，平时的生活心理造成服装购买动机，再加上二手服装的价格便宜使得自己有充足的购买能力，最终可以导致二手服装交易的成功。这一系列的心理活动之间互相牵动构成购买活动。

（三）对二手服装的处置。

目前大学生对于自己不穿的衣服的处理方式多种多样，比如，留给自己的家人，转赠给好朋友，通过学校组织的活动将衣服捐赠出去，或者有能力的学生会对衣服进行重新设计改造成为新衣服，基本上很少人会拿去二手市场转卖。

有人感叹：“通过网上能够卖或换出去的衣服毕竟是少数，期望类似‘破烂王’的活动能够多起来，参与的人也能更多些，这样为半新旧衣物找到新主人的可能性就更大。毕竟一件衣服买回来才穿一两次就把它们当废品处理掉，实在太可惜了。”因此，我们应该加深对二手服装市场的了解，多多参与，更好地处置旧衣物，对自己，对社会都是有利的。

三、结论及对策。

对于二手衣服大多数人还是比较能够接受的，但是接受的范围只是在自己的同学或者同事以及亲戚所提供的衣服，对于未知来源的衣服还是存在一定的顾虑。随着服装市场的发展，服装的更替加速，大量的闲置衣服已然成为大多数大学生的问题。衣服闲置的主要原因是过时或者不合身，但是这些衣服还是有八成新的。而人们主要难以接受二手衣服的原因是卫生问题。对于二手衣服的处置对策，我认为可以通过以下三个方面进行论述：

二手衣服其实不一定是十分破旧的，一部分的二手衣服其实是由于消费者穿着的不合适而闲置下来的。可在校园内进行二手衣服宣传，增加大家对二手衣服的认知，提升大学生的环保低碳理念。衣服的生产过程其实是蕴藏着很大的能源消耗和成本的，例如：化纤衣物要消耗石油，而普通的棉布从棉花的种植开始，使用机械耕作、施以化肥农药、收割处理、纺织剪裁，每个步骤均要消耗能源，其中以印染这一步对能源的耗费最大。如果能够将更多的衣服再次利用将会节省更多的资源，也更加环保。而循环经济也是我们更应该注重的经济结构。

绝大多数购买二手服装的大学生都是本着明智购物，节约能源和金钱价值最大化的心理去购买旧服装的。而且大学生消费者的标新立异也是二手服装市场应该把握的重要购买心理。首先，旧衣服的回收成本较低，所以可以满足节约的目的，最重要的是二手衣服的改造新颖，与众不同，则是吸引大学生消费者的重点。

（三）对二手衣服回收后进行全新的处理。

1、大部分人表示如果二手衣服价格便宜、质量好、尺寸合适、干净、他们是可以接受的。而其中最重要的就是卫生问题。应设立严格的卫生制度，对二手衣服的卫生进行严格把控。将这些经过卫生处理的衣物标以安全的标志。因为每一件二手衣服上都可能附带这样、那样的病菌，在集中储运、清洗的过程中，会交叉感染，往往只要一两件衣物带有传染病原，一堆衣物就无一幸免，危害的将是广大被蒙在鼓里的消费者。而建立良好的安全检验体制可以消除人们的顾虑在一定程度上增加一定数量的消费者。所以对二手衣服的消毒、检验是十分重要的。

2、对二手衣服进行再设计。首先，当今大学生追求时尚、潮流，服装的更新也比较快，相当多的大学生都有闲置的服装，闲置不等于破旧，大多衣服经改造后可以焕然一新，成为个性与时尚的焦点。而多数人自己无法独立进行服装改造处理，因此，过剩的闲置服装为企业提供了充足的资源。其次，如今社会上多数年轻人在着装上热衷张扬自我、注重与众不同、追求时尚与个性，独一无二的服装更容易打动他们的心，倍受他们青睐，这个时尚的群体为企业的.产品销售提供了相当大的市场。由于原料是同学的闲置衣物，收购价格较低，再设计的过程极为简单，改造由同学自主完成，改造成本也很低，因此，产品成本低廉。可见，二手衣服市场存在绝对的价格优势。鼓励大学生自己对自己的衣服进行改造，加强大学生对服装改造流程的理解，吸引更多的大学生关注二手服装市场，从而达到二手服装市场的发展。

3、设立专门的二手衣服回收处以及二手衣服再设计销售点。将二手服装市场规范化。通过宣传让更多的人知道服装回收点，对回收的服装进行分类，专业化的处理。比较新的衣服进行再设计，一部分投入市场，一部分可捐赠。比较破旧的可以经过改造成为其他用品的原材料，现在有很多企业都是回收破旧衣服经过提取、加工、生产，制作成墩布、地毯等。这样可以使旧衣服市场逐渐规范化、行业化，同时也加大了资源的循环性。

基金项目：北京服装学院科研项目“基于设计之都的时尚产业园区规划与建设研究（a-03）”。北京服装学院本科生科研训练项目“服装纺织品全生命周期管理，实现产业可持续发展”。

**服装市场调研报告篇七**

1、现代大学生在服装类型的选择上，更追求服装的舒适度，并非只注重潮流。其中有63。04%的男生和65。59%的女生都偏好运动休闲型，而追求流行时尚型服装的男、女生分别只占16。3%和21。51%。

2、就购买服装的场所而言，58。06%的女生和47。37%的男生选择在专卖店购买。而具体在厦门，均有超过半数的男、女生选择到中山路选购服装。到厦大一条街，沃尔玛及莱雅百货的购物者则依次减少。

3、价格是购买服装的又一重要影响因素。有超过半数的购买者只愿理解50—100元的服装价位。可见，攀比之风在学校里逐步蔓延，但大部分青年学生并未随波逐流。

调查显示，人们普遍认为，当今服装批发市场普遍存在的问题是产品档次不全、产品质量不高、卫生条件差等。这些问题都是服装市场急需解决的问题。这也证明，采购者的要求在不断提高，他们期望在一个产品档次全、产品质量高、金融设施健全、环境舒适的服装批发市场采购服装。

最终。所以厂商应在款式的设计上注重新奇，以迎合现代大学生着衣的不一样品位与风格。

**服装市场调研报告篇八**

自20x年国际金融危机爆发以来，世界经济跌宕起伏，贸易保护主义和反区域一体化的逐步抬头，实体经济面临错综复杂的环境，世界经济前景难以乐观，我国经济也受到了前所未有的挑战。除成本、资金等因素外，我们面临的压力有3方面：一是项目重复建设、扎堆上马；二是需求萎缩、市场低迷；三是国际竞争对手的打压。面对严峻形势，我国必须实现经济转型升级。

另外，中国尽管成功地避开了金融危机，但是中国过去三十年经济持续增长严重依赖的“人口红利”逐渐消失，发展中积累的一些问题开始凸显：产业低端化、环境压力大、通货膨胀、贫富差距拉大等等。在这种情况下，要实现中国经济的可持续发展，就必须转型升级。

转型升级不仅势在必行，而且是恰逢其时。随着全球经济环境的变化，外需拉动经济增长的因素正逐渐减弱，国内经济增速因此逐渐放缓。此外，随着材料、劳动力成本增长，资源、环境对经济增长的约束力正在增强，这些都直接影响到了传统企业的生存发展。要顺利渡过这一瓶颈阶段，企业必须转变经济增长方式，加快转型升级步伐。

我国企业转型升级面临巨大的压力，但同时也拥有巨大的机会和空间。目前国内消费市场正处于加速扩展时期，蕴藏在民间的巨大消费潜力，将转化为经济增长的强劲动力。而城市化进程的加快，将进一步创造出新的投资需求和消费需求。此外，科技创新能力和人力资本投入的提升，也将为经济增长注入新的动力。此时此刻，推动企业技术、管理的创新升级恰逢其时。

当前各个行业及省市都在抓紧制定转型升级战略，服装行业也应抓住当前有利时机，培育和健全企业创新机制。同时，加大研发投入和人才储备，提升创新能力，重点突破制约产业价值链提升的关键环节，加快发展研发、设计、标准、物流、营销等生产性服务环节，促进生产服务化和服务知识化。同时，通过“创造性破坏”，建立新的技术和生产体系，以生产效率的提升抵消、对冲成本上升带来的压力。

未来五年，我国服装行业发展的着力点不在于追求更高的增速，而在于正确处理好增长速度与结构、质量、效益、环境保护等的重大关系，改善和提升产业整体素质，着力提高技术创新能力、国际竞争力和可持续发展能力。20x年1月，国务院正式发布了《工业转型升级规划（20x-20x年）》（以下简称《规划》）。这是改革开放以来第一个把整个工业作为规划对象，并且由国务院发布实施的综合性中长期规划，指导未来五年我国工业发展方式转变方向。

本研究咨询报告由企业管理公司领衔撰写，主要依据国家统计局、国务院发展研究中心、国家发改委、国家商务部、中国海关总署、行业相关协会、深圳市企业管理咨询公司、国内外相关刊物的基础信息以及服装行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前经济转型升级整体发展形势，对新形势下中国服装行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、进出口、竞争格局、重点企业等进行了分析及预测，并对20x-20x年服装行业在当前经济转型升级下的发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了服装行业今后转型升级下的发展与投资策略，为服装行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！