

# 2010 年纺织服装专业市场交易大盘点

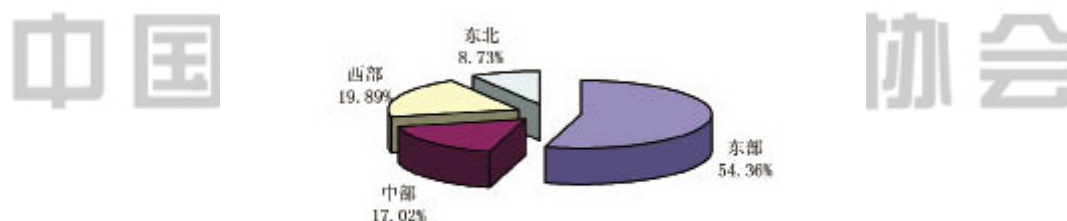
纺织服装周刊

据中国纺织工业协会流通分会不完全统计，2010 年我国拥有纺织服装专业市场（万平方米以上）699 家，市场经营总面积 9172.51 万平方米，同比增长 22.55%；市场店铺总数 108.41 万个，同比增长 7.02%；市场经营商户总数 93.53 万家，同比增长 6.49%；市场成交总额 1.56 万亿元，同比增长 10.86%。

## 东部地区市场密集度进一步加大

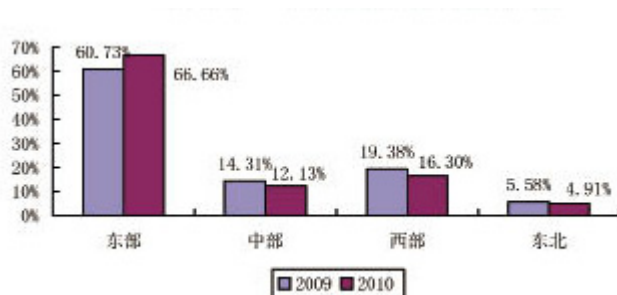
东部地区是我国重要的产地型纺织服装市场的聚集地，尤其是华南与华东地区。从市场数量来看，2010 年东部地区市场数量达到 380 个，占全国纺织服装专业市场总数的 54.36%；中西部市场数量分别为 119、139 个，占比为 17.02% 和 19.89%；东北地区市场主要集中在省会城市沈阳、长春、哈尔滨，纺织服装专业市场数量共计 61 个，占比为 8.73%。

2010 年我国纺织服装专业市场数量区域分布



从经营面积来看，2010 年东部地区市场经营面积达到 6114.01 万平方米，占总面积的 66.66%。与 2009 年东部市场经营面积所占比重相比，提高了 5.93 个百分点，体现出东部地区市场的密集度正在进一步增强。中西部地区市场经营面积所占比重则分别有不同程度下降。2010 年中西部地区市场经营面积分别为 1112.84 万平方米和 1495.14 万平方米，占比依次为 12.13%、16.3%，与 2009 年相比分别下降了 2.18 和 3.08 个百分点。2010 年东北地区市场为 450.52 万平方米，同比下降了 0.67 个百分点。

## 2009、2010 年各地区市场经营面积占比对比

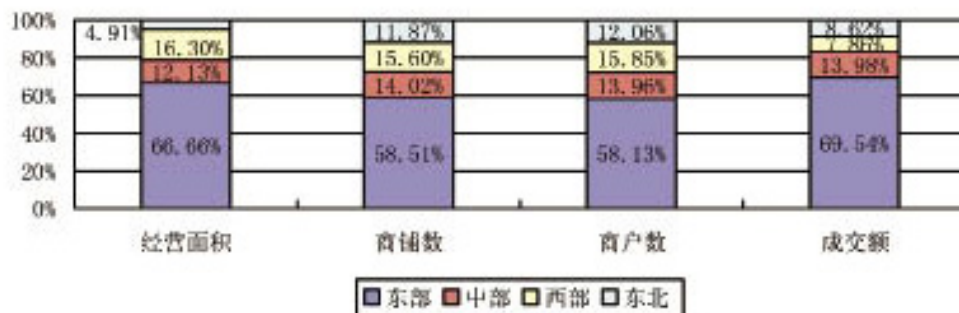


### 中部地区市场交易额实现提升

2010 年,从市场经营规模来看,中部地区商铺和经营商户的数量分别为 15.2 万和 13.96 万,占比分别达到 14.02%和 13.96%;同期,西部地区市场商铺总数为 16.92 万个,商户总数为 14.82 万家,占比分别为 15.6%和 15.85%,由此可以看出中部地区市场的整体经营规模小于西部。

但是从交易额来看,中部地区交易额却是大于西部地区。中部地区市场 2010 年成交额达到 2176.16 亿,占比为 13.98%;而西部地区市场成交额为 1223.1 亿元,占比仅为 7.86%。近年来,中部地区如河南、安徽、江西等中部省份通过承接产业转移,积极发展本地纺织服装产业,为商贸流通的发展奠定了一定的产业基础,有助于市场交易额的提升。

### 2010 年各地区纺织服装专业市场分布情况

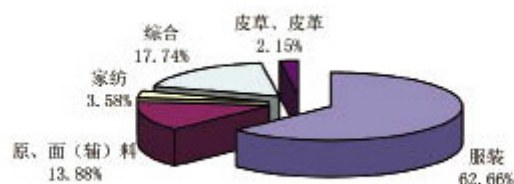


### 服装类与综合类市场经营规模增幅明显

2010 年各类别专业市场数量排名前两位的分别为服装类和综合类。服装类市场数量 438 个,占比 62.66%;综合类(主要是小商品与鞋类市场)市场为 124

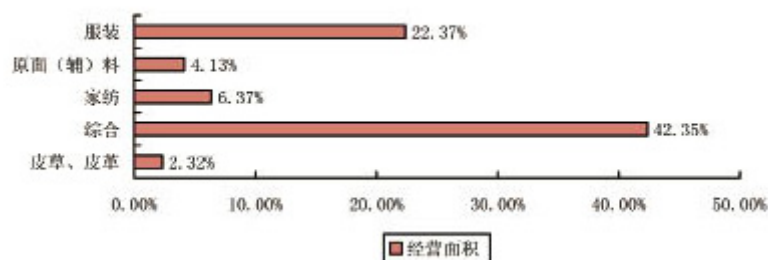
个，占比 17.74%；原、面（辅）料类和家纺类市场数量分别为 97 个和 25 个，占比分别为 13.88%、3.58%；皮草、皮革类市场数量为 15 个，占比 2.15%。

2010 年各类别纺织服装专业市场数量分布情况



从经营面积来看，2010 年我国服装类市场与综合类市场的经营规模扩张较快，经营面积同比分别增长 22.37%、42.35%，体现出近年来整体专业市场的投资走向。由于服装类市场直接面向终端消费者，而综合类市场主要是一些大型综合商业体项目，体量大，有利于规避风险，故这两类市场更易受到投资商的青睐。原、面（辅）料类和家纺类市场的经营面积增幅则相对有限，尤其是中西部地区原、面（辅）料市场较为缺乏，一定程度上影响着当地产业链上下游的配套。

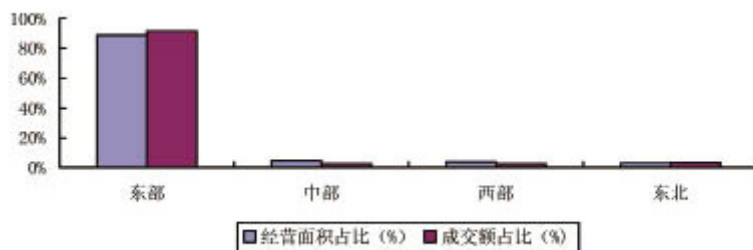
2010 年我国各类别市场经营面积同比增幅



原、面（辅）料类市场呈中西部转移之势

我国原、面（辅）料类市场主要集中在东部地区，其经营面积占全国同类市场总经营面积的比例为 88.75%，成交额占比则达到 91.6%。而中西部、东北地区市场随着承接产业转移步伐的加快，也正在吸引更多的原、面（辅）料类专业市场投资、运营。以重庆地区为例，近年来重庆市正在通过各项措施扶持渝派女装的发展，已经取得了一定的成效，2010 年，经营面积近 1 万平方米的面辅料市场已经开业。

2010 年我国各地区原、面（辅）料类市场经营面积和成交额占比对比



服装市场交易规模增幅低于全行业增幅

2010年我国纺织服装专业市场中服装产品交易额为8312.81亿元，同比增长8.36%，低于全行业10.86%的增幅。原、面（辅）料，家纺，皮草、皮革和以小商品为代表的综合类别产品交易额的同比增幅均超过10%，分别为13.58%，19.75%，10.92%和23.24%，它们的成交额分别为3692.28亿元、887.4亿元、2304.46亿元和363.82亿元。

2010年各类别产品成交额与同比增幅



引起服装类产品交易额同比增幅相对较低的原因主要来自两方面。首先，2010年以来，以棉花为代表的纺织原材料价格上涨明显，在一定程度上推动了原料与面辅料产品价格的上涨，拉高了其总成交额。而我国产业链传导具有一定的滞后性，原材料价格对终端服装产品的影响要到次年春季时才能逐步体现出来，因此服装产品交易额的同比增幅比例相对较低；其次，近年来，我国纺织服装专业市场的投资方向逐步延伸至二三线城市，这些市场尚处在新兴培育阶段，交易量的释放需要一定周期。

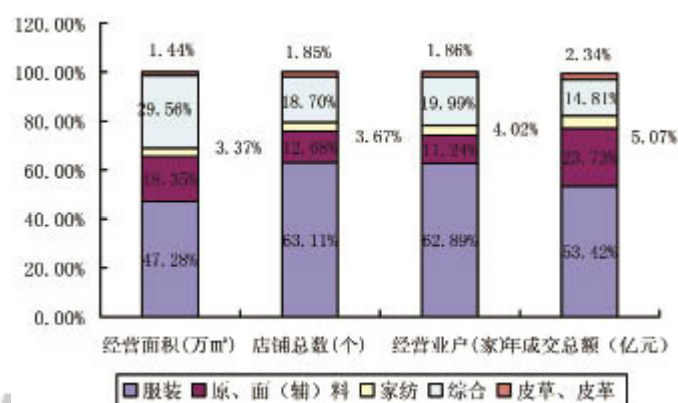
原、面（辅）料和家纺类市场经营效率提高

2010年，我国原、面（辅）料类和家纺类市场经营规模与交易规模稳步增长，市场投入产出效率较大。原、面（辅）料类市场97个，经营面积1683.16万平方米，同比增长4.13%；交易额3692.28亿元，同比增长13.57%。家纺类市

场 25 个，经营面积 309.02 万平方米，同比增长 6.37%；交易额 887.4 亿元，同比增长 19.75%，交易额的增幅远大于经营面积。

引起这两大类市场投入产出效率提高的重要原因在于 2010 年产品价格走高在一定程度上推动了交易额的增长；另一方面，这也反映出我国纺织服装产业链对于原、面（辅）料类和家纺产品的需求正在逐步增大。

2010 年我国纺织服装专业市场类别分布情况



#### 市场交易集中度进一步增强

据流通分会不完全统计，2010 年，成交额在百亿元以上的市场数量为 34 个。它们的总经营面积为 1970.38 万平方米，占全国专业市场总面积的 21.48%，比 2009 年下降 3.61 个百分点；成交额 7015.62 亿元，占总交易额的比重为 45.09%，与同期相比提高了 0.52 个百分点。

成交额占比逐年提高，经营面积占比相对有所下降，体现出我国纺织服装专业市场的交易集中度正在进一步增强，成熟市场的影响力和辐射范围正逐步加大。

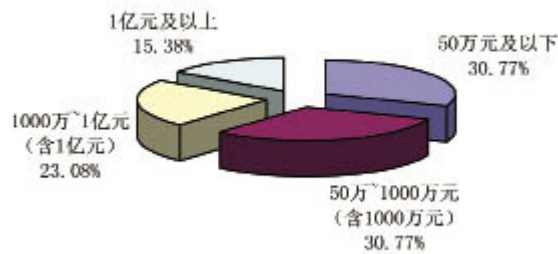
#### 专业市场电子商务具备较大发展空间

2011 年初中国纺织工业协会流通分会对会员单位的最新抽样调查统计结果显示，电子商务在会员中的应用率达到了 62.50%。在 30 家已经应用电子商务的单位中，有 13 家市场自建电子商务平台，具备在线交易功能；11 家已自建了电子商务平台，仅具备商务展示功能；另外 6 家市场则是通过与第三方电子商务平台的合作，来实现电子商务展示与交易功能。

从网上交易规模来看，电子商务已经成为实体市场交易不可或缺的补充力量。目前市场通过自建网站、第三方平台所实现的成交额，与实体交易相比比重较小，市场的电子商务具备较大的发展空间。

13 家具备线上交易功能的市场电子商务成交额显示，2010 年，其成交额主要维持在 1000 万元以下，这部分市场占到样本总数的 61.54%。而像由清河县人民政府、清河县商务局、清河?濮院羊绒制品市场管理委员会、清河县羊绒制品市场共同筹建的电子商务平台，2010 年电子商务成交额已经达到 3 亿元

2010 年流通分会部分会员单位自建电子商务平台成交额分布



ww

.cn

中国毛纺织行业协会