

2017-2022年中国女装行业市场深度调查及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国女装行业市场深度调查及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/296923.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

服饰的变迁是一部历史，是一个时代发展的缩影。它是这个时代进步、文明、兴旺发达、繁荣昌盛的象征。它在记录历史变革的同时，也映衬着一种民族的精神，传承着当地的历史文化风俗，女装更是其中不可缺少的一部分。女士穿着的衣物统称为女装。女装品牌与款式的多元化推动了时装的发展。女装使女人倍添姿彩，女装为产业增添亮点。

我国女装行业整体处于“多、小、散、低”的局面，基本呈现完全竞争的格局。目前我国的女装企业已经超过2万家，女装品牌众多，但国内女装行业目前尚处于发展初期，企业规模普遍较小，多数仍属传统加工制造企业，在品牌、设计、技术和工艺、管理、营销等方面与国际女装企业差距较大，能够在市场上与国际一、二线品牌女装直接竞争的企业为数极少。

我国品牌女装目前的市场集中度较低。高级百货渠道国内中、高端女装的市场容量约为500亿元，总市场容量约为680亿元，不包括国际品牌，2010年市场综合占有率前10位的女装品牌市场占有率总计仅为22.84%，2011年该比例则下降为22.03%。相对于女装市场零售额6,965亿元而言，我国品牌女装存在巨大的发展空间和机遇。

我国女装品牌化起步较晚。总体而言，目前市场上知名的国内女装品牌大都创立于90年代，与欧美女装市场近百年的历史相比，我国女装行业在设计、技术和工艺、管理、营销等方面尚有一定差距。同时，伴随着中国消费者消费观念的成熟和中国市场的持续扩大，国际品牌纷纷进入国内市场，加剧了国内女装市场的竞争。目前，我国女装市场正由过去的价格竞争逐步转变成款式、时尚、销售环境、文化底蕴、品牌地位、渠道、管理等因素的综合竞争，并已经出现如宝姿、JORYA、朗姿、玛丝菲尔、例外等出色的本土品牌。可以预见，部分优秀女装企业将逐步确立竞争优势，成为真正意义上的国际女装品牌。

国际、国内主要女装品牌创立时间

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 女装行业概述

第一节 女装行业界定

第二节 女装行业发展历程

第三节 女装产业链分析

一、产业链模型介绍

二、女装产业链模型分析

第二章 中国女装行业发展环境分析

第一节 全球宏观经济分析

一、全球宏观经济运行概况

二、全球宏观经济趋势预测

第二节 中国宏观经济环境分析

一、经济发展现状分析

二、经济发展主要问题

三、未来经济政策分析

四、未来经济走势预测

第三节 中国女装行业相关政策、标准

第三章 女装行业技术发展现状及趋势

第一节 当前我国女装技术发展现状

第二节 中外女装技术差距及产生差距的主要原因分析

第三节 提高我国女装技术的对策

第四章 中国女装行业运行状况分析

第一节 女装行业市场规模分析

一、2012-2016年女装行业市场规模分析

二、2016年女装行业市场规模现状分析

二、2017-2022年女装行业市场规模况预测

第二节 女装行业市场供给分析

一、2012-2016年女装行业市场供给情况分析

二、2016年女装行业市场供给现状分析

二、2017-2022年女装行业市场供给情况预测

第三节 女装行业市场需求分析

一、2012-2016年女装行业市场需求情况分析

二、2016年女装行业市场需求现状分析

二、2017-2022年女装行业市场需求情况预测

第四节 2015年中国女装行业集中度分析

一、女装行业市场集中度情况

二、女装行业企业集中度分析

第五章 2012-2016年中国女装行业总体发展状况分析

第一节 中国女装行业规模情况分析

第二节 中国女装行业产销情况分析

一、女装行业生产情况分析

二、女装行业销售情况分析

三、女装行业产销情况分析

第三节 2012-2016年中国女装行业财务能力分析

一、女装行业盈利能力分析

二、女装行业偿债能力分析

三、女装行业营运能力分析

四、女装行业发展能力分析

第六章 中国女装行业市场区域结构分析

第一节 中国女装行业市场需求结构分析

第二节 女装行业重点区域（一）需求分析

第三节 女装行业重点区域（二）需求分析

第四节 女装行业重点区域（三）需求分析

第五节 女装行业重点区域（四）需求分析

第七章 中国女装行业市场价格走势及影响因素分析

第一节 中国女装市场价格回顾

第二节 中国女装行业当前市场价格及评述

第三节 中国女装市场价格影响因素分析

第四节 2017-2022年中国女装未来市场价格走势预测

第八章 中国女装行业进出口分析及预测

第一节 中国女装行业进出口格局分析

一、女装行业进口格局

二、女装行业出口格局

第二节 2012-2016年中国女装行业进出口分析

一、女装行业进口分析

二、女装行业出口分析

第三节 影响女装行业进出口因素分析

一、金融危机特别是“后危机时代”主要影响因素

二、人民币升值对进出口影响分析

三、行业高端产品进出口市场分析

四、营销模式对产品进出口影响分析

第三节 2017-2022年中国女装行业进口预测

第四节 2017-2022年中国女装行业出口预测

第九章 女装行业标杆企业竞争力分析

第一节 女装重点企业（一）

一、女装企业概况

二、女装企业经营情况分析

三、企业发展规划及前景展望

第二节 女装重点企业（二）

一、女装企业概况

二、女装企业经营情况分析

三、企业发展规划及前景展望

第三节 女装重点企业（三）

一、女装企业概况

二、企业经营情况分析

三、女装企业发展规划及前景展望

第四节 女装重点企业（四）

一、女装企业概况

二、女装企业经营情况分析

三、企业发展规划及前景展望

第五节 女装重点企业（五）

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、女装企业发展规划及前景展望

第十章 女装行业市场竞争策略分析

第一节 女装竞争结构分析

一、女装行业现有企业间竞争

二、女装行业潜在进入者分析

三、女装行业替代品威胁分析

四、女装行业供应商议价能力

五、女装行业客户议价能力

第二节 女装市场竞争策略分析

一、女装市场增长潜力分析

二、女装行业产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第三节 女装企业竞争策略分析

一、2017-2022年中国女装市场竞争趋势

二、2017-2022年女装行业竞争格局展望

三、2017-2022年女装行业竞争策略分析

第四节 女装竞争力评价及构建分析

一、女装整体产品竞争力评价

二、女装竞争优势评价及构建建议

第十一章 女装行业发展趋势与投资战略研究

第一节 中国女装行业发展趋势分析

一、2012-2016年中国女装行业发展趋势总结

二、2017-2022年中国女装行业发展趋势预测

第二节 2017-2022年中国女装行业产品技术趋势

一、女装行业产品发展新动态

二、女装行业产品技术新动态

三、女装行业产品技术发展趋势预测

第三节 2017-2022年中国女装行业风险分析

一、女装市场竞争风险分析

二、女装行业原材料压力风险分析

三、女装行业技术风险分析

四、女装行业政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第四节 女装行业的发展战略研究

一、女装行业战略综合规划

二、女装行业技术开发战略

三、女装行业区域战略规划

四、女装行业产业战略规划

五、女装行业营销品牌战略

六、女装行业竞争战略规划

第十二章 女装行业前景分析及对策

第一节 女装行业发展前景分析

一、女装行业市场发展前景分析

二、女装行业市场蕴藏的商机分析

三、女装行业“十二五”规划解读

第二节 女装行业发展对策

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、市场的重点客户战略实施

第三节 女装行业研究结论及建议

图表目录：

图表 2012-2016年我国女装行业需求及增长情况

图表 2017-2022年我国女装行业需求预测图

图表 2012-2016年我国女装行业销售毛利率及增长情况

图表 2012-2016年我国女装行业资产合计及增长情况

图表 2016年女装行业需求区域结构分析

图表 2017-2022年中国女装行业需求量预测

略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/296923.html>