

2020-2025年中国女装行业市场调研分析及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国女装行业市场调研分析及投资战略咨询报告》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/518851.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

女士穿着的衣物统称为女装。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文化，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。女装品牌与款式的多元化推动了时装的发展。

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 女装行业发展综述

第一节 女装行业定义及分类

- 一、行业定义
- 二、女装种类
- 三、女装行业发展历程
- 四、女装经济在国民经济中的地位及作用
- 五、女装经济重要性领先男装经济的因素
- 六、购物节对女装的消费刺激作用

第二节 最近3-5年中国女装所属行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 女装行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性
- 四、行业产业链上游相关行业分析

- 1、棉花种植行业发展状况
- 2、服装面料行业发展状况
- 3、服装辅料行业发展状况
- 4、缝纫机械行业发展状况
- 五、行业中下游产业链相关行业分析
- 1、百货商场女装销售情况
- 2、购物中心女装销售情况
- 3、服装批发市场销售情况
- 4、电子商务发展情况及影响
- 5、礼仪公关行业发展状况及影响
- 6、模特行业发展状况及影响
- 六、上下游行业影响及风险提示

第二章 女装行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 女装行业政治法律环境（P）

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 1、《商业特许经营管理条例》
- 2、《中华人民共和国商标法》
- 3、《零售商促销行为管理办法》
- 三、女装行业标准
- 1、《产品质量监督抽查管理办法》
- 2、《服装防雨性能要求》
- 3、《涂层服装抗湿技术要求》
- 4、《工作服防静电性能的要求及试验方法》
- 5、《出口服装检验管理规定》
- 四、行业相关发展规划
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

- 一、女装产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、女装产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、服装模版技术分析
- 二、立体裁剪在女装成衣设计中的运用
- 三、女装设计发展分析
 - 1、女装设计概述
 - 2、女装设计的特征
 - 3、女装设计的原则
 - 4、女装设计的发展
 - 5、女装设计的视点
 - 6、设计元素的处理
- 四、现代女装技术发展趋势
- 五、技术环境对行业的影响

第三章 国际女装行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球女装市场总体情况分析

- 一、全球女装行业的发展特点
- 二、全球女装市场结构
- 三、全球女装行业发展分析
- 四、全球女装行业竞争格局
- 五、全球女装市场区域分布
- 六、国际重点女装企业运营分析
 - 1、Etam
 - 2、Chanel
 - 3、Bestseller
 - 4、Esprit
 - 5、Gucci

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

- 一、法国
 - 1、法国女装行业发展概况
 - 2、法国女装销售市场及品牌特点分析
 - 3、2020-2025年法国女装行业发展前景预测
- 二、意大利
 - 1、意大利女装行业发展概况
 - 2、意大利女装销售市场及品牌特点分析
 - 3、2020-2025年意大利女装行业发展前景预测

三、韩国

- 1、韩国女装行业发展概况
- 2、韩国女装销售市场及品牌特点分析
- 3、2020-2025年韩国女装行业发展前景预测

四、其他国家地区

第四章 我国女装所属行业运行现状分析

第一节 我国女装所属行业发展状况分析

- 一、我国女装行业发展阶段
- 二、我国女装行业发展总体概况
- 三、我国女装行业发展特点分析

第二节 女装所属行业发展现状

- 一、我国女装行业市场规模
- 二、我国女装行业发展分析
 - 1、我国女装行业目前还处于成长期
 - 2、国际奢侈品女装发展呈现四个特点
 - 3、高端女装发展及增长潜力分析
 - 4、少淑女装品牌发展市场突破能力强

三、中国女装企业的发展特点

- 1、跨越式实现跨国经营
- 2、区域特征突出
- 3、紧盯欧美市场
- 4、劳动力比较优势具有持久性
- 5、企业高端化品牌创新

第三节 女装市场情况分析

- 一、中国女装市场总体概况
- 二、中国女装产品市场发展分析
- 三、女装市场发展的六个阶段分析

- 1、萌芽期
- 2、成长期
- 3、发展期
- 4、蜕变期
- 5、淘汰沉淀期

6、细分、多元化阶段

第四节 我国女装所属行业市场价格走势分析

- 一、女装市场定价机制组成
- 二、女装市场价格影响因素
- 三、女装价格走势分析

第五章 我国女装所属行业整体运行指标分析

第一节 中国女装所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、所属行业资产规模分析
- 四、所属行业市场规模分析

第二节 中国女装所属行业产销情况分析

- 一、我国女装所属行业年产量
- 二、我国女装所属行业销售规模
- 三、我国女装所属行业产销率

第三节 中国女装所属行业财务指标总体分析

- 一、所属行业盈利能力分析
- 二、所属行业偿债能力分析
- 三、所属行业营运能力分析
- 四、所属行业发展能力分析

第六章 2020-2025年我国女装市场供需形势分析

第一节 女装行业产品及原料调查分析

- 一、夏季针织服装面料功用性分析
- 二、时装性面料越来越注重色彩和创意设计
- 三、富有艺术气息的创意图案在女装面料上表现依然突出
- 四、薄型服装面料仍是夏季流行主题
- 五、产品开发新工艺、新技术方面有所突破
- 六、纤维的种类及特性

第二节 我国女装市场供需分析

- 一、我国女装行业供给情况
- 二、我国女装行业需求情况
- 三、我国女装行业供需平衡分析

第三节 女装市场应用及需求预测

- 一、女装市场总体需求分析
- 二、2020-2025年女装行业领域需求量预测

三、重点行业女装需求分析预测

第七章 女装所属行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 女装所属行业进出口市场分析

- 一、女装所属行业进出口综述
- 二、女装所属行业出口市场分析
- 三、女装所属行业进口市场分析

第二节 中国女装出口面临的挑战及对策

- 一、中国女装出口面临的挑战
- 二、中国女装行业未来出口展望
- 三、中国女装产品出口对策
- 四、女装行业进出口前景及建议

第八章 我国女装细分市场分析及预测

第一节 中国女装行业细分市场结构分析

- 一、女装行业市场结构现状分析
- 二、女装行业细分结构特征分析
- 三、女装行业细分市场发展概况
- 四、女装行业市场结构变化趋势

第二节 女装市场细分分析预测

一、职业女装市场分析预测

- 1、职业女装发展历程分析
- 2、职业女装市场规模分析
- 3、职业女装市场结构分析
- 4、职业女装市场品牌竞争格局
- 5、职业女装市场趋势预测

二、休闲女装市场分析预测

- 1、休闲女装发展历程分析
- 2、休闲女装市场规模分析
- 3、休闲女装市场结构分析
- 4、休闲女装市场品牌竞争格局
- 5、休闲女装市场趋势预测

三、运动女装市场分析预测

- 1、运动女装发展历程分析
- 2、运动女装市场规模分析

- 3、运动女装市场结构分析
- 4、运动女装市场品牌竞争格局
- 5、运动女装市场趋势预测
- 四、其他女装市场分析预测
- 1、女式内衣发展状况分析
- 2、女性内裤发展状况分析
- 3、女性袜业发展状况分析
- 4、女士婚纱发展状况分析

第九章 中国女装消费市场分析

第一节 女装消费者特征分析

- 一、人口结构分析
- 二、年龄结构分析
- 三、学历结构分析
- 四、职业结构分析
- 五、收入结构分析

第二节 我国女装市场消费者行为的基本特征

- 一、广告与卖场是消费者认知品牌了解流行的主要渠道
- 二、品牌是引起女性消费者购买欲望的集中因素
- 三、品牌、陈列、装修是吸引消费者进入卖场的主要因素
- 四、款式是大多数消费者购买女装时最关心的问题
- 五、品牌特色和产品品质是影响重复购买的重要因素
- 六、休闲是女性消费者普遍追求的服装风格
- 七、春夏装和秋冬装需求档次区分明显

第三节 女性品牌服装的消费者分析

- 一、消费阶层分析
- 1、名牌服装消费层
- 2、中档服装消费层
- 3、低档服装消费层
- 4、不同年龄消费者分析
- 二、消费者购买行为分析
- 三、消费者市场的购买行为具有哪些特点
- 1、购买者的广泛性
- 2、需求的差异性

第四节 女装行业影响消费者选购因素分析

一、价格因素

二、质量因素

三、品牌的影响

四、广告的影响程度

第五节 女装市场消费者费渠道分析

一、商场百货

二、大、中型购物中心

三、批发市场

四、电子商务平台

五、品牌专卖店

六、其他渠道

第十章 我国女装行业营销趋势及策略分析

第一节 女装行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、女装营销环境分析与评价

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 女装行业营销策略分析

一、中国女装营销概况

二、女装营销策略探讨

1、中国女装产品营销策略浅析

2、女装新产品的市场推广策略

3、女装细分产品营销策略分析

第三节 女装营销的发展趋势

一、女装营销九大趋势预测

1、虚拟市场营销

2、个性化市场营销

3、精简、反应快速的营销组织

4、以客户为中心的市场营销

5、营销人员成为咨询顾问

6、市场营销国际化

7、品牌全球化

8、数字化分销渠道

9、高科技市场营销

二、未来女装市场营销的出路

第四节 女装市场营销模式与面临的挑战

一、市场营销概述

1、市场营销的定义

2、市场营销学的产生与发展

二、市场营销的作用

1、促进社会经济的发展

2、促进企业的发展

三、市场营销在我国现状与机遇

四、市场营销在我国企业存在的问题和面临的挑战

五、女装市场营销模式探讨

六、女装市场营销面临的挑战

第十一章 女装行业产业集群及区域市场分析

第一节 我国服装行业产业集群情况分析

一、我国服装产业集群概况

1、服装产业集群概况

2、服装产业集群特征

二、服装产业集群发展进步

1、品牌化发展带动产业由数量竞争向价值竞争迈进

2、人才集聚和培育带动产业创新能力提升

3、产业链整合提升集群功能灵活性

4、公共服务平台和配套设施的完善助推区域产业进步

三、影响服装产业集群发展的重要因素

1、政府作用

2、专业市场作用

3、集群创新能力

4、企业引进的植根性问题

5、集群内部有机性问题

6、公共服务平台建设

7、产业链建设

四、服装产业集群发展建议

1、立足区域优势、置身全球资源链

2、注重学习和创新、塑造集群持续生命力

3、控制规模提高效率、培育扶植领军企业

第二节 中国女装重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

二、女装区域市场分析

1、华东地区

2、华北地区

3、华中地区

4、华南地区

5、东北地区

6、西北地区

7、西南地区

三、女装区域市场前景及趋势

第十二章 2020-2025年女装行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、女装行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、女装行业企业间竞争格局分析

三、女装行业集中度分析

四、女装行业SWOT分析

第二节 中国女装行业竞争格局综述

一、女装行业竞争概况

二、中国女装行业竞争力分析

三、中国女装产品及设计能力竞争力优势分析

四、女装行业主要企业竞争力分析

第三节 女装行业竞争格局分析

一、国内外女装竞争分析

二、我国女装市场竞争分析

第四节 女装行业并购重组分析

一、跨国公司在华投资兼并与重组分析

二、本土企业投资兼并与重组分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

四、女装企业实施外海并购战略启示

第五节 女装市场竞争策略分析

一、品牌女装面对市场竞争的目标策略

二、服装市场营销竞争策略的选择

第十三章 女装行业领先企业经营形势分析

第一节 中国女装企业总体发展状况分析

一、女装企业主要类型

二、女装企业创新及品牌建设

三、女装企业国际竞争力分析

第二节 中国领先女装企业经营形势分析

一、浙江华鼎集团有限责任公司

1、企业发展概况

2、主营业务结构

3、企业经营情况

4、企业销售收入

5、企业产能分析

二、宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司

1、企业发展概况

2、主营业务结构

3、企业经营情况

4、企业销售收入

5、企业产能分析

三、山东舒朗服装服饰股份有限公司

1、企业发展概况

2、主营业务结构

3、企业经营情况

4、企业销售收入

5、企业产能分析

四、深圳影儿时尚集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、主营业务结构
- 3、企业经营情况
- 4、企业销售收入
- 5、企业产能分析

五、浙江雅莹服装有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、主营业务结构
- 3、企业经营情况
- 4、企业销售收入
- 5、企业产能分析

六、深圳华丝企业股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、主营业务结构
- 3、企业经营情况
- 4、企业销售收入
- 5、企业产能分析

七、达利（中国）有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、主营业务结构
- 3、企业经营情况
- 4、企业销售收入
- 5、企业产能分析

八、深圳玛丝菲尔时装股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、主营业务结构
- 3、企业经营情况
- 4、企业销售收入
- 5、企业产能分析

九、汉帛（中国）有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、主营业务结构
- 3、企业经营情况
- 4、企业销售收入

5、企业产能分析

8、企业销售渠道分布

十、上海斯尔丽服饰有限公司

1、企业发展概况

2、主营业务结构

3、企业经营情况

4、企业销售收入

5、企业产能分析

第十四章 2020-2025年女装行业前景及趋势预测

第一节 2020-2025年女装市场发展前景

一、2020-2025年女装市场发展潜力

二、2020-2025年女装市场发展前景展望

三、2020-2025年女装细分行业发展前景分析

第二节 2020-2025年女装市场发展趋势预测

一、2020-2025年女装行业发展趋势

二、2020-2025年女装市场规模预测

三、2020-2025年细分市场发展趋势预测

第三节 2020-2025年中国女装行业供需预测

一、2020-2025年中国女装行业产量预测

二、2020-2025年中国女装市场销量预测

三、2020-2025年中国女装行业需求预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十五章 2020-2025年女装行业投资影响分析

第一节 女装行业投资特性分析

一、女装行业进入壁垒分析

二、女装行业盈利因素分析

三、女装行业盈利模式分析

第二节 2020-2025年女装行业发展的影响因素

一、有利因素

- 1、国家产业政策的大力扶持
- 2、城市化进程推动服装市场的扩容和升级
- 3、经济增长带来的居民购买力提升和消费理念的改变
- 4、我国服装行业形成了完整的产业链体系

二、不利因素

图表目录：

图表 2015-2019年全球女装行业市场规模

图表 2015-2019年中国女装行业市场规模

图表 2015-2019年女装行业主要经济指标统计表

图表 2015-2019年不同规模企业数量变化趋势图

图表 2015-2019年不同规模企业资产总额变化趋势图

图表 2015-2019年不同规模企业销售收入变化趋势图

图表 2015-2019年不同规模企业利润总额变化趋势图

图表 2015-2019年国有女装企业主要经济指标

图表 2015-2019年集体女装企业主要经济指标

图表 2015-2019年私营女装企业主要经济指标

图表 2015-2019年女装类消费价格指数变化情况

图表 2015-2019年女装出口累计同比情况示意图

图表 2015-2019年我国对主要市场女装出口情况

图表 女装行业规模以上企业产量增幅情况示意图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/518851.html>