

2020-2026年中国女装行业 发展态势与投资分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国女装行业发展态势与投资分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/178967.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

在服装行业中，女装从来都是发展最好的，女性消费者天生对于美丽的服装就没有抵抗力，女性消费者更愿意将自己的金钱投入到服装上。

据最新数据统计显示，2019年1-8月全国网络零售额为55195亿元，同比增长28.2%；其中，实物商品网络零售额为41993亿元，同比增长28.6%。2017-2019年中国女装实物商品网络零售额及增长速度

中企顾问网发布的《2020-2026年中国女装行业发展态势与投资分析报告》共十四章。首先介绍了中国女装行业市场发展环境、女装整体运行态势等，接着分析了中国女装行业市场运行的现状，然后介绍了女装市场竞争格局。随后，报告对女装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国女装行业发展趋势与投资预测。您若想对女装产业有个系统的了解或者想投资中国女装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章女装相关概述

1.1女装相关概述

1.1.1连衫裙

1.1.2职业装

1.1.3时装

1.1.4女裤

1.2中国服装行业管理体制及法规

1.2.1女装行业管理体制分析

1.2.2服装行业主要法规和政策

1.2.3服装零售业相关法规

第二章2014-2019年中国女装所属行业发展的环境分析

2.1宏观经济环境

2.1.12014-2019年中国gdp增长分析

- 2.1.22014-2019年中国居民收入增长情况
- 2.1.32019年中国社会消费品零售总额分析
- 2.2社会消费环境
 - 2.2.12019年中国城镇化水平分析
 - 2.2.22019年中国城乡居民衣着消费情况分析
 - 2.2.32019年中国女性人口及年龄分布
 - 2.2.42019年中国居民消费与恩格尔系数
- 2.3服装行业发展
 - 2.3.12014-2019年中国服装所属行业运行状况分析
 - 2.3.22014-2019年中国服装所属行业市场规模变化分析
 - 2.3.32019年中国各类服装产量及出口情况统计
 - 2.3.42019年服装电子商务b2c市场发展概况
 - 2.3.5中国服装行业主流商业模式分析
 - 2.3.6中国服装产业发展特征及趋势分析
 - 2.3.72019年中国服装市场发展趋势分析
- 2.4服装行业政策环境
 - 2.4.12019年服装家纺自主品牌建设意见出台
 - 2.4.22019年---加强产品质量体系标准化建设
 - 2.4.32019年印染行业加强淘汰落后产能工作
 - 2.4.42019年网店实名制开始施行

第三章2014-2019年中国女装所属行业发展现状分析

- 3.12014-2019年中国女装产业发展概况
 - 3.1.1中国女装产业发展历程分析
 - 3.1.2中国女装设计元素和品牌特点分析
 - 3.1.3中国女装三种流行风格分析
 - 3.1.4中国女装消费群体细分分析
- 3.22014-2019年中国女装市场规模分析
 - 3.2.12019年中国女装总体市场规模分析
 - 3.2.22019年中国女装细分市场规 模分析
 - 3.2.32019年重点大型百货商场女销量分析
 - 3.32019年中国主要女装市场规模分析

- 3.3.12019年中国女士上衣市场规模分析
- 3.3.22019年中国女士衬衫市场规模分析
- 3.3.32019年中国女士夹克和外套市场规模分析
- 3.3.42019年中国女士连衣裙市场规模分析
- 3.42014-2019年中国女装市场竞争格局分析
- 3.4.1中国少女装市场竞争格局分析
- 3.4.2中国---装市场竞争格局分析
- 3.4.3中国高档女装品牌和市场分析
- 3.52014-2019年中国职业女装市场发展现状分析
- 3.5.1中国职业女装发展概况
- 3.5.2中国职业女装市场存在的问题分析
- 3.5.3中国职业女装品牌发展策略分析
- 3.62019年中国女装存在的问题及品牌发展建议
- 3.6.1中国女装发展的制约因素分析
- 3.6.2中国女装商场销售存在的问题分析
- 3.6.3中国女装品牌提升策略分析

第四章2014-2019年中国女装区域发展现状分析

- 4.12014-2019年中国广东女装发展现状分析
- 4.1.1深圳女装品牌发展历程分析
- 4.1.22019年深圳女装产业发展状况分析
- 4.1.32019年深圳女装品牌国际化发展分析
- 4.1.42019年虎门女装产业发展目标分析
- 4.22014-2019年杭州女装发展现状分析
- 4.2.12019年杭州丝绸女装产业联盟成立
- 4.2.22019年杭州丝绸与女装产业政策分析
- 4.2.3杭州丝绸与女装产业发展策略分析
- 4.32014-2019年宁波女装产业发展现状分析
- 4.3.12019年宁波女装产业发展概况
- 4.3.2宁波女装品牌的市场定位分析
- 4.3.3宁波女装品牌经营模式分析
- 4.3.4宁波女装产业发展趋势分析

- 4.42019年北京女装市场销售状况分析
- 4.4.12019年北京女装市场销售规模分析
- 4.4.22019年北京女装主要品牌销售分析
- 4.4.32019年北京女装品牌价位分类分析
- 4.52014-2019年福州女装产业发展现状分析
- 4.5.12019年福州女装产业发展概况
- 4.5.2福州女装产业链的发展完善分析
- 4.62014-2019年郑州女裤产业发展现状分析
- 4.6.1郑州女裤产业集---展历程分析
- 4.6.22019年郑州女裤产业发展现状分析

第五章2014-2019年中国主要女装所属行业进出口分析

- 5.12014-2019年中国女大衣及防风衣进出口分析
- 5.1.12014-2019年中国女大衣及防风衣进出口总体情况
- 5.1.22014-2019年中国主要省市女大衣及防风衣进出口情况
- 5.1.32014-2019年中国女大衣及防风衣进出口流向情况
- 5.1.42014-2019年中国女大衣及防风衣进出口均价分析
- 5.22014-2019年中国女式睡衣进出口分析
- 5.2.12014-2019年中国女式睡衣进出口总体情况
- 5.2.22014-2019年中国主要省市女式睡衣进出口情况
- 5.2.32014-2019年中国女式睡衣进出口流向情况
- 5.2.42014-2019年中国女式睡衣进出口均价分析
- 5.32014-2019年中国女裤进出口分析
- 5.3.12014-2019年中国女裤进出口总体情况
- 5.3.22014-2019年中国主要省市女裤进出口情况
- 5.3.32014-2019年中国女裤进出口流向情况
- 5.3.42014-2019年中国女裤进出口均价分析
- 5.42014-2019年中国女衬衫进出口分析
- 5.4.12014-2019年中国女衬衫进出口总体情况
- 5.4.22014-2019年中国主要省市女衬衫进出口情况
- 5.4.32014-2019年中国女衬衫进出口流向情况
- 5.4.42014-2019年中国女衬衫进出口均价分析

第六章中国女装主要品牌分析

6.1中国少女装主要品牌分析

6.1.1etam及在中国的发展

6.1.2only与veromoda

6.1.3韩国衣恋品牌分析

6.1.4淑女屋产品分析

6.1.5阿依莲定位分析

6.2中国中高档女装主要品牌分析

6.2.1宝姿品牌风格及价位

6.2.2白领品牌风格及优势

6.2.3maxmara品牌发展及启示

6.2.4卡利亚里品牌发展及启示

6.32019年中国女裤主要品牌分析

6.3.1逸阳女裤发展及定位

6.3.2纽伦产品及品牌分析

6.3.3梦舒雅在中国的发展分析

6.3.4百斯盾

6.3.5李维斯

6.3.6金夏丽

第七章2019年中国网民女装消费调研分析

7.1女性网民行为特征分析

7.1.1网民网络应用行为分析

7.1.2女性网民服装品牌偏好

从女装行业网络零售情况来看，2019年8月女装行业网络零售总额达201.6亿元。从品牌来看，8月女装行业网络零售TOP10品牌分别是：ONLY、VERO MODA、JUPE VENDUE、优衣库/UNIQLO、CHINSTUDIO、太平鸟/PEACEBIRD、小象/MG、乐町、茵曼/INMAN、冠军/CHAMPION。其中，ONLY品牌市场占比为0.7%，位列榜首。2019年8月行业网络零售TOP10品牌

7.1.3女性网民着装风格分析

7.2信息渠道和购买场所分析

- 7.2.1 女性网民获取服装信息渠道
- 7.2.2 女性网民网上信息渠道
- 7.2.3 女性网民服装购买场所
- 7.3 女性网民服装消费调研分析
 - 7.3.1 女性网民消费关注因素
 - 7.3.2 女性网民服装购买者
 - 7.3.3 女性网民服装花费
 - 7.3.4 女性网民对服装广告的态度

第八章中国女装行业重点企业分析

8.1 凯撒股份

- 8.1.1 公司简介
- 8.1.2 生产经营情况分析
- 8.1.3 财务运营分析
- 8.1.4 公司未来发展展望

8.2 江苏三友

- 8.2.1 公司简介
- 8.2.2 企业经营情况
- 8.2.3 企业运营指标状况
- 8.2.4 企业未来发展策略

8.3 金飞达

- 8.3.1 企业基本情况
- 8.3.2 企业经营情况
- 8.3.3 企业运营指标状况
- 8.3.4 企业未来发展策略

8.4 宝姿时装有限公司

- 8.4.1 公司简介
- 8.4.2 经营情况分析
- 8.4.3 宝姿中国市场一体化经营分析
- 8.4.4 宝姿多品牌发展策略分析

8.5 深圳歌力思实业有限公司

- 8.5.1 企业简介

- 8.5.2歌力思公司发展分析
- 8.5.3歌力思入选中国潜力企业榜
- 8.5.4歌力思品牌定位与发展策略分析
- 8.6上海斯尔丽服饰有限公司
 - 8.6.1企业基本情况
 - 8.6.2企业经营情况分析
- 8.7浙江雅莹服装有限公司
 - 8.7.1企业基本情况
 - 8.7.2企业经营情况分析
- 8.8深圳梁子时装实业有限公司
 - 8.8.1企业基本情况
 - 8.8.2企业经营情况分析
- 8.9深圳影儿时装有限公司
 - 8.9.1企业基本情况
 - 8.9.2企业经营情况分析
- 8.1深圳玛丝菲尔时装有限公司
 - 8.10.1企业基本情况
 - 8.10.2企业经营情况分析
- 8.11杭州红袖服饰有限公司
 - 8.11.1企业基本情况
 - 8.11.2企业经营情况分析
- 8.12深圳市兴泰季候风服饰有限公司
 - 8.12.1企业基本情况
 - 8.12.2企业经营情况分析
- 8.13浙江雪歌服饰有限公司
 - 8.13.1企业基本情况
 - 8.13.2企业经营情况分析
- 8.14东莞市东越服装有限公司
 - 8.14.1公司基本情况
 - 8.14.2“以纯”品牌和产品分析
 - 8.14.3以纯服装进入印度市场

第九章2020-2026年中国女装行业发展前景与投资分析

9.12020-2026年中国女装行业发展前景分析

9.1.12020-2026年中国女装市场前景与趋势分析

9.1.22020-2026年中国女装整体市场规模预测

9.1.32020-2026年中国休闲女装市场规模预测

9.22020-2026年中国女装行业投资风险分析

9.2.1原材料价格上涨风险

9.2.2技术风险

9.2.3竞争风险

9.32020-2026年中国女装行业投资建议

9.3.1提升女装的文化内涵

9.3.2女装价格定位策略

9.3.3女装市场推广策略

9.3.4开发中老年女装市场

图表目录：

图表1连衣裙的主要分类

图表2女裤的主要分类方式及类别

图表3中国服装零售业相关法规主要内容

图表42009-2019年中国国内生产总值及增长速度

图表52009-2019年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表62009-2019年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表72009-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度

图表82000-2019年中国城镇人口增长趋势图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/178967.html>