

2021-2027年中国女装市场 评估与投资前景报告

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

《2021-2027年中国女装市场评估与投资前景报告》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/202104/216490.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

2019年及2019年一季度女装收入增速略有下滑，主要受到宏观经济下行压力影响，终端销售走弱，但整体表现好于服装家纺板块，主要由于大部分公司属于高端女装，VIP销售占比高，且客群购买力受经济影响较小，但净利润波动较大，主要由于直营占比高，费用相对刚性，收入增速稍有放缓，费用率大幅上升影响。女装行业收入情况（亿元）数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国女装市场评估与投资前景报告》共九章。首先介绍了女装行业市场发展环境、女装整体运行态势等，接着分析了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1章：中国女装行业发展综述

1.1女装行业定义及分类

1.1.1行业概念及定义

1.1.2行业主要产品大类

1.1.3行业在国民经济中的地位

1.2女装行业统计标准

1.2.1女装行业统计部门和统计口径

1.2.2女装行业统计方法

1.2.3女装行业数据种类

1.3行业政策环境分析

1.3.1行业相关政策动向

（1）出口退税调整

（2）《国家纺织产品基本安全技术规范》

（3）《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》

- (4) 商务部下发通知规范网络购物促销行为
- (5) 国家出台9项措施支持小型和微型企业发展
- (6) 国家发布相关纺织服装标准8项

1.3.2 女装行业发展规划

- (1) 纺织工业调整和振兴规划
- (2) 纺织工业“十三五”科技进步纲要
- (3) 《纺织工业标准化“十三五”发展规划》

1.4 行业经济环境分析

1.4.1 GDP增长分析

1.4.2 中国人口结构分析

1.4.3 居民收入水平分析

1.4.4 居民消费水平分析

1.4.5 行业宏观经济分析

第2章：2014-2019年女装行业发展状况分析

2.1 中国女装行业发展状况分析 女装行业毛利率情况数据来源：公开资料整理

2.1.1 中国女装行业发展总体概况

2.1.2 中国女装行业发展主要特点

2.1.3 2019年女装所属行业经营情况分析

- (1) 经营效益分析
- (2) 盈利能力分析
- (3) 运营能力分析
- (4) 偿债能力分析
- (5) 发展能力分析

2.2 2014-2019年女装行业经济指标分析

2.2.1 主要经济效益影响因素分析

2.2.2 主要经济指标分析

2.2.3 不同规模企业经济指标分析

2.2.4 不同性质企业经济指标分析

2.3 2014-2019年女装行业供需平衡分析

2.3.1 2014-2019年全国女装行业供给情况分析

- (1) 行业总产值分析

(2) 行业产成品分析

2.3.22014-2019年各地区女装行业供给情况分析

(1) 总产值排名前10个地区分析

(2) 产成品排名前10个地区分析

2.3.32014-2019年全国女装行业需求情况分析

(1) 行业销售产值分析56

(2) 所属行业销售收入分析57

2.3.42014-2019年各地区女装行业需求情况分析

(1) 销售产值排名前10个地区分析

(2) 销售收入排名前10个地区分析

2.3.52014-2019年全国女装所属行业产销率分析

2.42014-2019年女装所属行业进出口分析

2.4.1进出口总体情况

2.4.22014-2019年女装行业出口情况

(1) 行业出口总体情况

(2) 行业出口产品结构

(3) 2019年行业出口分析

(4) 行业出口前景分析

2.4.32014-2019年女装行业进口情况分析

(1) 行业进口总体情况

(2) 行业进口产品结构

(3) 2019年行业进口分析

(4) 行业进口前景分析

第3章：女装行业产业链分析

3.1女装行业供应链分析

3.2行业上游供应链分析

3.2.1服装面料行业发展分析

(1) 2019年服装面料行业分析

1) 服装面料行业产量

2) 服装面料行业需求

3) 服装面料行业投资

(2) 2019年服装面料行业分析

- 1) 服装面料行业产销
- 2) 服装面料行业投资
- 3) 服装面料行业盈利能力
- 4) 服装面料行业运营能力
- 5) 服装面料行业偿债能力

(3) 服装面料开发趋势

3.2.2服装辅料行业发展分析

(1) 拉链行业发展分析

- 1) 拉链行业发展现状
- 2) 拉链行业发展趋势

(2) 衬布行业发展分析

- 1) 衬布行业发展现状
- 2) 衬布行业发展趋势

(3) 纽扣行业发展分析

- 1) 纽扣行业发展现状
- 2) 纽扣行业发展趋势

3.2.3缝纫机械行业发展分析

(1) 缝纫机械行业发展概况

(2) 缝纫机械产品发展趋势

3.3行业下游供应链分析

3.3.1女装消费主体分析

- (1) 主要消费阶层
- (2) 主要消费年龄层

3.3.2女装消费特征分析

- (1) 消费支出情况
- (2) 消费品牌偏好
- (3) 消费影响因素

3.3.3女装消费趋势分析

第4章：女装行业市场竞争状况分析

4.1行业总体市场竞争状况分析

4.2行业国际市场竞争状况分析

4.2.1国际女装市场发展状况

(1) 意大利女装市场

(2) 日本女装市场

(3) 法国女装市场

4.2.2国际女装市场竞争状况分析

4.2.3跨国公司在投资布局

(1) Etam

(2) Chanel

(3) Bestseller

(4) Esprit

(5) ZARA

(6) H&M

(7) Ports

(8) Versace

(9) Gucci

4.2.4跨国公司在中国的竞争策略分析

4.3行业国内市场竞争状况分析

4.3.1国内女装行业市场规模分析

4.3.2国内女装行业竞争格局分析

4.3.3国内女装行业议价能力分析

4.3.4国内女装行业潜在威胁分析

4.4行业投资兼并与重组整合分析

4.4.1国际女装企业投资兼并与重组整合

4.4.2国内女装企业投资兼并与重组整合

4.4.3女装行业投资兼并与重组整合特征判断

4.5行业不同经济类型企业特征分析

4.5.1不同经济类型企业特征情况

4.5.2行业经济类型集中度分析

第5章：女装行业主要产品市场分析

5.1行业主要产品结构特征

5.1.1行业产品结构特征分析

5.1.2行业产品市场发展概况

5.2职业女装市场分析

5.2.1职业女装市场发展概况

5.2.2职业女装消费需求特点

5.2.3职业女装消费者调研

(1) 消费动机分析

(2) 消费者职业装保有量分析

(3) 消费者偏好分析

5.2.4职业女装市场发展前景

5.3休闲女装市场分析

5.3.1休闲女装市场发展概况

5.3.2休闲女装市场品牌格局

5.3.3休闲女装消费者调研分析

(1) 消费者偏好分析

(2) 消费者考虑因素分析

(3) 消费者购买时间分析

(4) 消费者信息来源

5.3.4休闲女装市场发展趋势

5.4运动女装市场分析

5.4.1运动女装市场发展概况

5.4.2运动女装市场发展趋势

5.5其他女装市场分析

5.5.1女性内衣市场分析

5.5.2婚纱市场发展分析

5.6女装产品设计分析

5.6.1女装设计瓶颈分析

5.6.2女装设计趋势分析

第6章：女装市场销售渠道与营销策略分析

6.1女装销售渠道分析

6.1.1女装销售渠道发展概况

6.1.2女装主流商业模式分析

- (1) 自营模式
- (2) 特许加盟模式
- (3) 批发模式
- (4) 经销商模式

6.1.3女装销售细分渠道分析

- (1) 百货商场
- (2) 购物中心/主题百货
- (3) 专卖连锁
- (4) 超级市场
- (5) 服装批发市场
- (6) 网络销售
- (7) 展会

6.1.4女装销售渠道发展趋势

6.2女装电子商务分析

6.2.1我国电子商务发展现状

- (1) 我国电子商务发展规模
- (2) 我国电子商务物流建设分析
- (3) 电子商务支付建设分析
- (4) 我国电子商务发展趋势

6.2.2女装电子商务分析

- (1) 服装业电子商务规模
- (2) 女装电子商务分析

6.2.3女装电子商务消费者调研分析

- (1) 消费者购买行为分析
- (2) 消费者偏好分析

6.2.4女装电子商务典型案例分析

- (1) 麦考林电子商务案例
- (2) 梦芭莎电子商务案例

6.3女装营销策略分析

6.3.1品牌营销策略

- (1) 品牌营销概念介绍

(2) 品牌传播策略分析

6.3.2 价格营销策略

(1) 价格营销现状分析

(2) 价格营销策略分析

6.3.3 视觉营销策略

(1) 视觉营销概念介绍

(2) 视觉营销策略分析

6.3.4 新媒体营销策略

(1) 新媒体营销现状分析

(2) 新媒体营销策略分析

6.3.5 知名女装品牌营销策略

(1) Only——定位与服务先行

(2) 太平鸟——“另类经营”模式

(3) 哥弟——细分市场策略

(4) 斯尔丽——品牌战略制胜

第7章：女装行业重点区域市场分析

7.1 行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

7.1.2 行业区域集中度分析

7.1.3 行业区域分布特点分析

7.1.4 行业规模指标区域分布分析

7.1.5 行业效益指标区域分布分析

7.1.6 行业企业数的区域分布分析

7.2 广东省女装行业发展分析

7.2.1 广东省女装行业发展规划及配套措施

7.2.2 广东省女装行业在行业中的地位变化

7.2.3 广东省女装所属行业经济运行状况分析

7.3 浙江省女装行业发展分析

7.3.1 浙江省女装行业发展规划及配套措施

7.3.2 浙江省女装行业在行业中的地位变化

7.3.3 浙江省女装所属行业经济运行状况分析

7.4江苏省女装行业发展分析

7.4.1江苏省女装行业发展规划及配套措施

7.4.2江苏省女装行业在行业中的地位变化

7.4.3江苏省女装所属行业经济运行状况分析

7.5福建省女装行业发展分析

7.5.1福建省女装行业发展规划及配套措施

7.5.2福建省女装行业在行业中的地位变化

7.5.3福建省女装所属行业经济运行状况分析

7.6山东省女装行业发展分析

7.6.1山东省女装行业发展规划及配套措施

7.6.2山东省女装行业在行业中的地位变化

7.6.3山东省女装所属行业经济运行状况分析

7.7上海市女装行业发展分析

7.7.1上海市女装行业发展规划及配套措施

7.7.2上海市女装在行业中的地位变化

7.7.3上海市女装所属行业经济运行状况分析

7.8辽宁省女装行业发展分析

7.8.1辽宁省女装行业发展规划及配套措施

7.8.2辽宁省女装在行业中的地位变化

7.8.3辽宁省女装所属行业经济运行状况分析

7.9湖北省女装行业发展分析

7.9.1湖北省女装行业发展规划及配套措施

7.9.2湖北省女装在行业中的地位变化

7.9.3湖北省女装所属行业经济运行状况分析

第8章：女装行业主要企业生产经营分析

8.1女装企业发展总体状况分析

8.1.1女装行业企业规模

8.1.2女装行业销售收入和利润

8.2女装行业领先企业个案分析

8.2.1浙江华鼎集团有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析

8.2.2 衣恋时装（上海）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析

8.2.3 上海英模特制衣有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析

8.2.4 现代时装（厦门）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析

8.2.5 汉帛(中国)有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析

第9章：女装行业发展趋势与投资分析

9.1 女装市场发展趋势与前景

9.1.1 女装市场发展趋势分析

9.1.2 女装市场发展前景预测

9.2 女装行业投资特性分析

9.2.1 女装行业进入壁垒分析

9.2.2 女装行业盈利模式分析

9.2.3 女装行业盈利因素分析

9.3 女装行业投资风险及建议

9.3.1 女装行业投资风险分析

- (1) 女装行业政策风险

- (2) 女装行业研发风险
- (3) 女装行业供求风险
- (4) 女装行业宏观经济波动风险
- (5) 女装行业关联产业风险
- (6) 女装行业其他风险

9.3.2 女装行业主要投资建议

部分图表目录：

图表1：2014-2019年女装行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表2：2014-2019年女装行业产值及占GDP的比重（单位：亿元，%）

图表3：2014-2019年纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%）

图表4：2014-2019年中国GDP增长情况（单位：%）

图表5：2014-2019年我国出生人口性别比（单位：%）

图表6：2014-2019年城镇居民人均可支配收入及其增速（单位：元，%）

图表7：2014-2019年农村居民人均纯收入及其增速（单位：元，%）

图表8：2014-2019年农村居民生活消费支出及增长情况（单位：元/人，%）

图表9：按农户收入5等份分组的农村居民生活消费水平比较（单位：元/人，%）

图表10：2014-2019年女装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表11：2014-2019年中国女装所属行业盈利能力分析（单位：%）

图表12：2014-2019年中国女装所属行业运营能力分析（单位：次）

图表13：2014-2019年中国女装所属行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表14：2014-2019年中国女装行业发展能力分析（单位：%）

图表15：2014-2019年女装行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表16：2014-2019年中国大型女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表17：2014-2019年中国中型女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表18：2014-2019年中国小型女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表19：2014-2019年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表20：2014-2019年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表21：2014-2019年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表22：2014-2019年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表23：2014-2019年国有女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表24：2014-2019年集体女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表25：2014-2019年股份合作女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表26：2014-2019年股份制女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表27：2014-2019年私营女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202104/216490.html>