

2021-2027年中国时尚休闲 女装行业分析与市场年度调研报告

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年中国时尚休闲女装行业分析与市场年度调研报告》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/202106/225322.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

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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国时尚休闲女装行业分析与市场年度调研报告》共十五章。首先介绍了时尚休闲女装相关概念及发展环境，接着分析了中国时尚休闲女装规模及消费需求，然后对中国时尚休闲女装市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国时尚休闲女装面临的机遇及发展前景。您若想对中国时尚休闲女装有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 时尚休闲女装产品概述

第一节 产品定义

第二节 产业链分析

第三节 产品用途

第四节 行业发展特性分析

一、周期性

二、季节性

三、区域性

第二章 中国时尚休闲女装行业供给情况分析 & 趋势

第一节 2015-2019年中国时尚休闲女装行业市场供给分析

一、时尚休闲女装整体供给情况分析

二、时尚休闲女装重点区域供给分析

三、时尚休闲女装供给结构分析

第二节 时尚休闲女装行业供给关系因素分析

- 一、需求变化因素
- 二、厂商产能因素
- 三、原料供给状况
- 四、政策变动因素

第三节 2015-2019年中国时尚休闲女装行业市场供给趋势

- 一、时尚休闲女装整体供给情况趋势分析
- 二、影响未来时尚休闲女装供给的因素分析

第三章 后贸易战下时尚休闲女装行业宏观经济环境分析

第一节 贸易战下经济发展环境分析

- 一、宏观经济发展状况
- 二、固定资产投资情况
- 三、贸易战下工业生产与效益情况

第二节 社会发展环境

- 一、贸易战下收入增长情况
- 二、社会消费品零售总额
- 三、居民消费水平分析

第三节 贸易战下对外贸易发展情况

第四章 2019年中国时尚休闲女装行业发展概况

第一节 2019年中国时尚休闲女装行业发展态势分析

第二节 2019年中国时尚休闲女装行业发展特点分析

第三节 2019年中国时尚休闲女装行业市场供需分析

第四节 2019年中国时尚休闲女装行业产品结构分析

第五章 时尚休闲女装产品竞争力优势分析

第一节 时尚休闲女装消费者调研分析

- 一、被调查消费者的样本构成
- 二、消费者对时尚女装的需求与偏好
- 三、购买频率

第二节 时尚休闲女装国际竞争力分析

第六章 2015-2019年中国时尚休闲女装所属行业进出口市场分析

第一节 2015-2019年时尚休闲女装行业进出口特点分析

第二节 2015-2019年时尚休闲女装行业进出口量分析

一、进口分析

二、出口分析

第三节 2021-2027年时尚休闲女装行业进出口市场预测

一、进口预测

二、出口预测

第四节 时尚休闲女装主要贸易壁垒及应对措施

一、进出口市场存在问题分析

二、纺织品出口面临新的贸易壁垒

三、纺织品出口企业的应对措施

第七章 时尚休闲女装国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品市场价格现状

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2021-2027年国内产品未来价格走势预测

第八章 时尚休闲女装行业运行状况分析

第一节 行业情况背景

一、参与调查企业及其分布情况

二、典型企业介绍

第二节 总体效益运行状况

一、总体销售效益

二、2015-2019年时尚休闲女装行业总体盈利能力

三、2015-2019年时尚休闲女装行业总体税收能力

四、2015-2019年时尚休闲女装行业市场总体产值能力

第三节 不同地区行业效益状况对比

一、不同地区销售效益状况对比

二、不同地区行业盈利能力状况对比

三、不同地区行业税收能力状况对比

四、不同地区行业产值状况对比

第四节 类型运行效益对比

一、行业不同类型销售效益状况对比

二、不同类型盈利能力状况对比

三、不同类型税收能力状况对比

四、不同类型产值状况对比

第五节 规模运行效益对比

一、行业不同规模销售效益状况对比

二、不同规模盈利能力状况对比

三、不同规模税收能力状况对比

四、不同规模产值状况对比

第九章 2015-2019年中国时尚休闲女装产业行业重点区域运行分析

第一节 2015-2019年东北地区时尚休闲女装产业行业运行情况

第二节 2015-2019年华东地区时尚休闲女装产业行业运行情况

第三节 2015-2019年中南地区时尚休闲女装产业行业运行情况

第四节 2015-2019年华北地区时尚休闲女装产业行业运行情况

第五节 2015-2019年西北地区时尚休闲女装产业行业运行情况

第六节 2015-2019年西南地区时尚休闲女装产业行业运行情况

第十章 中国时尚休闲女装行业重点企业竞争力分析

第一节 绫致时装（天津）有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司竞争力

第二节 ONLY

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、品牌竞争力

四、ONLY品牌发展SWOT分析

五、公司未来战略分析

第三节 VEROMODA

一、品牌基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、品牌竞争力

第四节 OCHIRLY

一、公司基本情况

二、财务数据分析

三、公司竞争力

第五节 ZARA

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司竞争力

四、公司未来战略分析

第六节 H&M

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第十一章 时尚休闲女装行业竞争格局分析

第一节 时尚休闲女装竞争结构分析

一、行业内企业竞争

二、潜在进入者

三、替代产品威胁

四、供应商议价能力

五、需求客户议价能力

第二节 2015-2019年中国时尚休闲女装行业集中度分析

第三节 2015-2019年时尚休闲女装市场竞争现状

第四节 2021-2027年中国时尚休闲女装行业竞争格局预测分析

第十二章 中国时尚休闲女装行业投资策略分析

第一节 2019年中国时尚休闲女装行业投资环境分析

第二节 2019年中国时尚休闲女装行业投资趋势分析

第三节 2021-2027年中国时尚休闲女装行业投资收益预测

一、2021-2027年中国时尚休闲女装行业工业总产值预测

二、2021-2027年中国时尚休闲女装行业市场容量预测

三、未来发展趋势特点

四、中国时尚休闲女装品类发展趋势

五、中国时尚休闲女装流行趋势

第十三章 中国时尚休闲女装行业投资风险分析

第一节 中国时尚休闲女装行业内部风险分析

一、市场竞争风险分析

二、技术水平风险分析

三、企业竞争风险分析

四、企业出口风险分析

五、产业转型风险

六、相关产业风险

第二节 2021-2027年行业环境分析

一、国际经济环境

二、宏观经济政策环境

三、行业政策环境分析

第三节 中国时尚休闲女装行业投资风险分析

一、汇率风险

二、市场竞争风险

三、成本风险

四、环保风险

五、技术风险

六、进入退出风险

第十四章 市场预测及行业项目投资建议

第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析

一、零售经营模式分析

二、多元时尚模式分析

第二节 休闲时尚女装投资经营模式及策略分析

一、经营方式选择

二、产品形象策略

三、品牌是管理出来的

第三节 投资营销模式

一、时尚休闲女装企业的国内营销模式建议

二、时尚休闲女装企业海外营销模式建议

第四节 2021-2027年全国市场规模趋势

第五节 2021-2027年全国投资规模预测

第六节 2021-2027年市场盈利预测

一、中国时尚女装产业的格局分布战略分析

二、时尚女装品牌策划与推广瓶颈分析

三、时尚女装品牌策划与推广建议

第七节 项目投资建议

一、项目投资注意事项

二、产品生产开发注意事项

三、产品销售注意事项

第十五章 观点与结论

第一节 休闲服装的经营策略

一、市场的细分

二、产品生命周期策略

三、定价策略

四、分销渠道的选择

第二节 我国休闲女装品牌发展道路的探析

一、培养核心价值

二、注重原创经营

三、市场整合发展

第三节 休闲服装品牌发展策略

一、品牌定位策略

二、品牌形象策略

三、品牌个性策略

第四节 未来发展战略趋势预测

- 一、服装物流创新
- 二、信息管理系统建设
- 三、注重服装产品开发和展示
- 四、多种营销方式创新

部分图表目录：

- 图表 1：时尚休闲服装产业链示意图
- 图表 2：2015-2019年时尚休闲女装供给量情况
- 图表 3：2019年中国时尚休闲女装行业前10名省份供给量及供给份额
- 图表 4：2015-2019年度收储逐日累计成交走势图
- 图表 5：2015-2019年国内外棉价差走势图
- 图表 6：2015-2019年我国国内生产总值同比增长速度
- 图表 7：2019年GDP增长情况
- 图表 8：2019年我国固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表 9：2015-2019年我国规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表 10：全国居民消费价格涨跌幅
- 图表 11：2015-2019年主要外资快时尚服装品牌企业在华门店数量（家）
- 图表 12：2019年时尚休闲女装市场销售额对比
- 图表 13：女性日用消费支出比例
- 图表 14：2019年女性服装网上消费市场调查
- 图表 15：时尚女装热销品牌与成交金额占比
- 图表 16：年龄构成
- 图表 17：教育背景构成
- 图表 18：职业构成
- 图表 19：每月可支配费用构成
- 图表 20：喜欢的服装风格——按年龄分析
- 图表 21：喜欢的服装风格——按教育背景分析
- 图表 22：喜欢的服装风格——按职业分析
- 图表 23：喜欢的服装风格——按可支配费用分析
- 图表 24：喜欢的服装风格
- 图表 25：对潮流的看法——按年龄分析
- 图表 26：对潮流的看法 ——按教育背景分析

图表 27：对潮流的看法——按职业分析

图表 28：对潮流的看法——按可支配收入分析

图表 29：对潮流的看法

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/225322.html>