

2015-2020年中国女装行业 监测及投资方向研究报告

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

《2015-2020年中国女装行业监测及投资方向研究报告》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/201501/119895.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

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。

2004-2014年中国服装行业产量统计分析

产量（万件）

同比增长（%）

2004年

1,183,266.14

——

2005年

1,479,835.57

25.06%

2006年

1,700,190.85

14.89%

2007年

2,027,831.42

19.27%

2008年

2,065,172.53

1.84%

2009年

2,375,012.92

15.00%

2010年

2,852,267.17

20.09%

2011年

2,542,035.47

-10.88%

2012年

2,672,834.36

5.15%

2014年

2,710,069.77

1.39%

资料来源：国家统计局

我国女装品牌区域特征明显。由于我国地域辽阔、风俗迥异，不同地区的消费群体有着不同的服装偏好和需求层次，同时女性消费也更加个性化，决定了女装多变性、风格多样和周期短的特点，逐步形成了粤派、京派、汉派、海派和杭派等区域特色明显的女装品牌。随着国际品牌大量涌入我国市场，特别是中、高端女装市场，少数具有较强学习能力和国际竞争视野的国内女装企业开始培养品牌特色，加强自主研发设计能力，渗透全国市场，拉近与国际品牌的距离。但总体而言，全国性的、具有较高附加值的品牌仍多为国际品牌，尤其在奢侈品女装领域更为明显。

我国品牌女装目前的市场集中度较低。据中华全国商业信息中心的统计，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5,853亿元而言，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如下图：

资料来源：智研数据中心整理

我国女性社会地位较高，女性就业比例在全球居于首位达到70%。改革开放以来，随着女性受教育水平大幅提高，我国女性的职业水平、收入水平相应提高，经济日益独立，服装消费

能力不断提升。调查显示，中国77.3%的已婚女性决定日常用品的选购，46.5%的已婚女性个人收入由自己支配，51.5%为与丈夫共同支配。中国女性的经济自主权使得服装消费一直是女性消费支出的热点，据数据显示，在当代女性的实际个人消费构成中，服装类消费支出达到35.40%，而现代白领女性毫无疑问是中、高端女装消费市场的主力军。

女性各项消费支出占比

资料来源：智研数据中心整理

中企顾问网发布的《2015-2020年中国女装行业监测及投资方向研究报告》共十五章。首先介绍了女装相关概述、中国女装市场运行环境等，接着分析了中国女装市场发展的现状，然后介绍了中国女装重点区域市场运行形势。随后，报告对中国女装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。

第一部分 女装行业特性研究

第一章 女装行业概述

第一节 女装行业概述

一、女装行业定义

二、女装行业产品分类

三、女装行业产品特性

第二节 女装行业属性及国民经济地位分析

一、国民经济依赖性

二、经济类型属性

三、行业周期属性

四、女装行业国民经济地位分析

第三节 女装行业产业链模型分析

一、产业链模型介绍

二、女装行业产业链模型分析

第二章 2013-2014年我国女装行业发展环境分析

第一节 2013-2014年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、中国汇率调整
- 九、货币供应量
- 十、中国外汇储备
- 十一、存贷款基准利率调整情况
- 十二、存款准备金率调整情况
- 十三、社会消费品零售总额
- 十四、对外贸易&进出口
- 十五、城镇人员从业状况

第二节 女装产业政策环境变化及影响分析

第三节 女装产业社会环境变化及影响分析

第二部分 女装行业发展现状研究

第三章 2013-2014年全球女装行业发展状况分析

第一节 2013-2014年全球女装行业运行概况

一、全球女装行业市场发展状况

一、全球女装行业特点分析

二、国外女装行业技术现状分析

三、全球女装行业市场竞争状况

第二节 2012-2014年全球女装行业区域市场运营情况分析

一、美国女装市场发展分析

二、欧洲市场发展分析

三、日本市场发展分析

第三节 2015-2020年全球女装行业发展趋势预测分析

第四章 2013-2014年我国女装行业发展分析

第一节 2013-2014年我国女装行业发展综述

一、行业运行特点分析

二、行业主要品牌分析

三、产业技术分析

第二节 中国女装产品供给分析

一、女装行业总体产能规模

二、女装行业生产区域分布

三、2013-2014年中国女装产量分析

四、供给影响因素分析

第三节 中国女装行业市场需求分析

一、2013-2014年中国女装行业市场需求量分析

二、区域市场分布

三、下游需求构成分析

四、女装行业市场需求热点

第四节 2013-2014年中国女装产品在建、拟建项目

一、在建项目

二、拟建项目

第五节 2013-2014年女装行业发展存在的问题及对策分析

一、女装行业存在的问题分析

二、女装行业发展策略分析

第五章 2013-2014年中国女装所属行业数据监测分析

第一节 2013-2014年中国女装所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2012-2014年中国女装所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2013-2014年中国女装所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2013-2014年中国女装所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2013-2014年中国女装所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2013-2014年我国女装行业进出口市场分析

第一节 2013-2014年中国女装进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2013-2014年中国女装出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2013-2014年中国女装进出口产品结构分析

一、女装行业进口产品结构

二、女装行业出口产品结构

第四节 2013-2014年中国女装进出口平均单价分析

一、进口价格走势

二、出口价格走势

第七章 2013-2014年女装行业销售渠道与技术发展趋势

第一节 行业销售渠道与策略

一、行业主要产品销售渠道现状

二、行业企业的营销战略分析

三、行业销售渠道发展趋势与策略

第一节 女装生产工艺技术发展现状

一、中国女装行业技术现状分析

- 二、产品技术成熟度分析
- 三、中外女装技术差距及其主要因素分析
- 四、提高中国女装技术的策略
- 五、中国女装行业技术发展趋势

第八章 中国女装区域行业市场分析

- 第一节 东北地区
- 第二节 华北地区
- 第三节 华东地区
- 第四节 华中地区
- 第五节 华南地区
- 第六节 西部地区

第九章 女装国内产品价格走势及影响因素分析

- 第一节 国内产品2013-2014年价格回顾
- 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 2015-2020年国内产品未来价格走势预测

第十章 女装及其主要上下游产品

- 第一节 女装上下游分析
 - 一、与行业上下游之间的关联性
 - 二、上游原材料供应形势分析
 - 三、下游产品解析
- 第二节 女装行业产业链分析
 - 一、行业上游影响及风险分析
 - 二、行业下游风险分析及提示
 - 三、关联行业风险分析及提示

第十一章 中国女装行业竞争状况分析

- 第一节 2013-2014年中国女装行业竞争力分析
 - 一、中国女装行业要素成本分析
 - 二、品牌竞争分析

三、技术竞争分析

第二节 2013-2014年中国女装行业市场区域格局分析

一、生产区域竞争力分析

二、市场销售集中分布

三、国内企业与国外企业相对竞争力

第三节 2013-2014年中国女装行业市场集中度分析

一、行业集中度分析

二、企业集中度分析

第四节 中国女装行业五力竞争分析

一、“波特五力模型”介绍

二、女装“波特五力模型”分析

(1) 行业内竞争

(2) 潜在进入者威胁

(3) 替代品威胁

(4) 供应商议价能力分析

(5) 买方侃价能力分析

第五节 2013-2014年中国女装行业竞争的因素分析

第三部分 女装行业企业竞争力分析

第十二章 女装行业重点企业竞争分析

第一节 企业一分析

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第二节 企业二分析

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第三节 企业三分析

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析
- 五、公司发展最新动态及未来发展分析

第四节 企业四分析

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析
- 五、公司发展最新动态及未来发展分析

第五节 企业五分析

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析
- 五、公司发展最新动态及未来发展分析

第六节 企业六分析

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析
- 五、公司发展最新动态及未来发展分析

…….

第十三章 2015-2020年中国女装行业发展趋势及预测分析

第一节 2015-2020年中国女装行业前景分析

- 一、女装的研究进展及趋势分析
- 二、女装价格趋势分析
- 三、女装行业发展趋势

第二节 2015-2020年中国女装行业供需预测分析

- 一、女装行业供给预测
- 二、女装行业需求预测
- 三、女装行业市场价格预测
- 四、女装行业进出口预测

第三节 2015-2020年中国女装行业盈利能力预测

第十四章 2015-2020年中国女装行业投资机会与风险分析

第一节 2015-2020年中国女装行业投资前景分析

第二节 2015-2020年中国女装行业投资特性分析

- 一、2015-2020年中国女装行业行业进入壁垒分析
- 二、2015-2020年中国女装行业行业盈利模式分析
- 三、2015-2020年中国女装行业行业盈利因素分析

第三节 2015-2020年中国女装行业投资机会分析

- 一、2015-2020年中国女装行业细分市场投资机会分析
- 二、2015-2020年中国女装行业区域市场投资潜力分析

第四节 2015-2020年中国女装行业投资风险分析

- 一、2015-2020年中国女装行业市场竞争风险
- 二、2015-2020年中国女装行业技术风险
- 三、2015-2020年中国女装行业政策风险
- 四、2015-2020年中国女装行业进入退出风险

第十五章 2015-2020年中国女装行业发展策略及投资建议ZY LZG

第一节 女装行业发展策略分析

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 女装行业市场的客户战略实施

- 一、实施客户战略的必要性
- 二、合理确立客户
- 三、对客户的营销策略

四、强化客户的管理

五、实施客户战略要解决的问题

图表目录

图表：女装行业产业链模型图

图表：2013-2014年中国GDP增长变化趋势图

图表：2013-2014年中国消费价格指数变化趋势图

图表：2013-2014年中国城镇居民可支配收入变化趋势图

图表：2013-2014年中国农村居民纯收入变化趋势图

图表：2013-2014年中国社会消费品零售总额变化趋势图

图表：2013-2014年中国全社会固定资产投资总额变化趋势图

图表：2013-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2013-2014年中国女装产量情况

图表：2014年我国女装消费结构表

图表：2014年我国女装消费结构图

图表：2013-2014年中国女装需求量情况

图表：女装行业产业链

图表：2013-2014年年我国女装行业企业数量增长趋势图

图表：2013-2014年年我国女装行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2013-2014年年我国女装行业从业人数增长趋势图

图表：2013-2014年年我国女装行业资产规模增长趋势图

图表：2013-2014年年我国女装行业产成品增长趋势图

图表：2013-2014年年我国女装行业工业销售产值增长趋势图

图表：2013-2014年年我国女装行业销售成本增长趋势图

图表：2013-2014年年我国女装行业费用使用统计图

图表：2013-2014年年我国女装行业主要盈利指标统计图

图表：2013-2014年年我国女装行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2013-2014年女装行业市场供给
图表：2013-2014年女装行业市场需求
图表：2013-2014年女装行业市场规模
图表：女装所属行业生命周期判断
图表：女装所属行业区域市场分布情况
图表：2015-2020年中国女装行业市场规模预测
图表：2015-2020年中国女装行业供给预测
图表：2015-2020年中国女装行业需求预测
图表：2015-2020年中国女装行业价格指数预测
图表：……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201501/119895.html>