

2020-2026年中国女装品牌 市场深度评估与前景趋势报告

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年中国女装品牌市场深度评估与前景趋势报告》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/202006/171566.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

品牌女装是女装在时代发展过程中的需求，对于服装市场来说，推动了女装款式的多元化。同时不同品牌的女装，也代表着当地的历史文化与民族精神，也让女装更加的多姿多彩。品牌女装顾名思义就是两词的完美组合，但是在现今互网络流行的阶段，它不再那么简单，在流行的网络语中，它富有低调的奢华，高调的品味；优雅于行，优越于心；品质最懂女人心，款式最动女人心。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国女装品牌市场深度评估与前景趋势报告》共十二章。首先介绍了女装品牌行业市场发展环境、女装品牌整体运行态势等，接着分析了女装品牌行业市场运行的现状，然后介绍了女装品牌市场竞争格局。随后，报告对女装品牌做了重点企业经营状况分析，最后分析了女装品牌行业发展趋势与投资预测。您若想对女装品牌产业有个系统的了解或者想投资女装品牌行业，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：

第一部分 女装行业发展分析

第一章 女装行业发展概况

第一节 女装行业基本定义和分类

一、女装历史发展分析

二、女装行业文化的演变

第二节 女装行业的基本特征

一、区域特征突出

二、时尚个性突出

三、与上下游共荣

第三节 女装工艺和使用设备现状

一、饰绣设备

二、激光雕刻机

三、内衣无缝加工技术

第二章 国际女装行业发展分析

第一节 美国女装市场分析

- 一、美国女装发展状况
- 二、美国女装设计影响因素
- 三、2019年纽约秋冬女装流行趋势

第二节 日本女装市场分析

- 一、2019年日本女装电子商务销售情况分析
- 二、日本高级女装生产要素管理模式分析
- 三、2019年日本百货商场女装市场发展状况
- 四、2019年日本女装色彩流行趋势

第三节 法国女装市场分析

- 一、法国女装产业发展分析
- 二、法国女装市场营销理念
- 三、法国女装市场发展情况
- 四、法国女装市场进出口情况
- 五、法国女装市场本地生产情况
- 六、法国女装市场消费者分析
- 七、法国女装市场进入情况分析
- 八、欧洲联盟针对中国进口服装产品的限制措施
- 九、中国企业今后应该努力的方向
- 十、2019年法国女装企业经营现状

第四节 其他国家女装市场分析

- 一、意大利女装产业现状分析
- 二、韩国女装发展策略分析

第三章 中国女装行业发展分析

第一节 中国女装行业现状分析

- 一、中国女装行业概况
- 二、中国女装产业现状
- 三、中国女装企业发展状况
- 四、2019年我国女装行业发展分析
- 五、2019年中国女装品牌发展情况

六、2019年女装全国市场销售情况

七、2019年市场经济景气度对女装着装趋势影响

第二节 中国女装发展问题与机遇分析

一、女装市场大码女装商机分析

二、的女装品牌机遇

三、传统外贸女装开拓国内市场

四、中国女装国内市场发展策略选择

五、中国女装发展存在问题分析

第三节 中国女装市场消费分析

一、中国女装消费主体

二、中国女装市场细分分析

三、中国女装市场销售特点

四、中国女装消费者行为研究

五、女装零售顾客的消费心理

六、中国女装消费趋势和市场空白

第四节 不同品牌忠诚度的女装消费者对价格促销的态度研究

一、问题的提出

二、研究设计

三、结果与分析

四、结论

第四章 中国女装所属行业进出口数据分析

第一节 针织或钩编女装进出口统计

一、2016-2019年针织或钩编女大衣等进出口

二、2016-2019年女西服套装等进出口统计

三、2016-2019年女衬衫、浴衣进出口统计

四、2016-2019年针织或钩编女衬衣进出口统计

第二节 非针织或钩编女装进出口统计

一、2016-2019年非针织或钩编女大衣进出口统计

二、2016-2019年女西服或便服套装等进出口统计

三、2016-2019年非针织或钩编女衬衫进出口统计

四、2016-2019年女背心、衬衫、浴晨衣进出口统计

五、2016-2019年胸罩、紧身胸衣等进出口统计

第二部分 女装区域及细分市场分析

第五章 女装行业区域市场分析

第一节 深圳女装市场分析

- 一、深圳女装业现状
- 二、深圳女装市场现状
- 三、深圳女装行业发展模式分析
- 四、深圳女装产业区域品牌塑造分析
- 五、2019年深圳女装内贸市场现状
- 六、2019年深圳女装品牌发展预测

第二节 杭州女装市场分析

- 一、杭州女装设计人才现状
- 二、杭州女装营销软肋分析
- 三、新形势下杭州丝绸女装业发展对策
- 四、杭女装产业面临新机遇新挑战
- 五、发展杭州女装业对策措施
- 六、2019年杭州女装向国际大牌靠拢

第三节 郑州女装市场分析

- 一、郑州女装业发展现状分析
- 二、2019年郑州女装发展形势分析
- 三、2019年郑州女装抱团发展分析
- 四、2019年郑州女装发展前景分析
- 五、郑州女裤发展趋势

第四节 其他部分城市女装市场分析

- 一、2019年泉州女装市场发展分析
- 二、2019年厦门女装市场发展分析

第六章 女装细分产品分析

第一节 孕妇装市场分析

- 一、中国孕妇装市场潜力分析
- 二、中国孕妇装市场现状分析

三、80后让孕妇装时尚升级

四、孕妇装市场战略分析

五、2019年我国孕妇装投资前景

六、2019年孕妇装竞争趋势

第二节 女性内衣市场分析

一、经济危机下女性内衣销售形势分析

二、女人内衣跨性别营销模式分析

三、女性高端内衣竞争策略选择分析

四、中国高档女性内衣销售特征趋势

五、2020-2026年女性内衣发展预测

六、女性内衣发展前景

第三节 婚纱行业分析

一、我国《婚纱礼服行业标准》分析

二、婚纱市场需求状况

三、我国婚纱产业发展现状

四、我国婚纱市场存在的问题

五、关于我国婚纱产业的建议及前景

六、2019年我国婚纱市场发展形势分析

第四节 其他部分女装子行业分析

一、中国旗袍的发展

二、中国女裤行业现状

三、高级女装市场分析

第七章 相关行业发展分析

第一节 服装行业发展分析

一、2019年服装产品生产情况

二、形势下行业的发展态势

三、2019年纺织服装所属行业出口情况分析

四、2019年中国服装企业发展机遇及转型分析

五、2019年纺织服装外销市场发展预测

第二节 纺织行业发展分析

一、2019年我国纺织所属行业经济运行分析

- 二、2019年我国纺织行业内需市场回顾
 - 三、2019年纺织行业整体发展形势分析
 - 四、2019年纺织行业发展环境分析
 - 五、2019年中国纺织内需市场预测
 - 六、2019年中国纺织行业发展目标分析
- 第三节 2019年各地区纺织服装制造经济指标

第三部分 女装行业竞争格局分析

第八章 中国女装行业竞争分析

第一节 中国女装行业竞争分析

- 一、中国女装行业竞争格局
- 二、2019年女裤行业竞争状况
- 三、2019年女装企业综合能力竞争分析
- 四、女装企业国际品牌发展分析
- 五、中国女装行业竞争趋势

第二节 中外女装竞争分析

- 一、中外女装的比较分析
- 二、我国女装市场品牌发展状况
- 三、外国品牌女装在中国市场竞争分析
- 四、外国品牌女装在中国高端市场竞争分析

第三节 国外女装在华竞争分析

- 一、2019年韩国美伊恋品牌服装在华女装市场竞争
- 二、2019年法国芭碧妮娅在华女装市场竞争分析
- 三、2019年菲格迪娅在中国女装市场竞争分析
- 四、2019年箩伦诗在华高端女装市场竞争分析
- 五、2019年韩国左娜拉在华女装市场竞争状况

第九章 国外女装行业优势企业分析

第一节 范思哲 (VERSACE)

- 一、公司简介
- 二、范思哲中国市场战略
- 三、公司发展状况分析

四、2019年公司在亚洲市场扩张分析

第二节 古琦(GUCCI)

一、公司简介

二、公司品牌介绍

三、2019年Gucci女装系列产品分析

第三节 VEROMODA

一、公司简介

二、公司在华发展

三、公司产品特点

第四节 埃斯普瑞 (ESPRIT)

一、公司简介

二、公司品牌介绍

三、公司市场定位

四、公司发展方向

五、公司在华分销网络策略

第五节 ONLY

一、公司简介

二、品牌优势

三、ONLY公司品牌取胜策略

第十章 中国女装行业优势企业分析

第一节 北京白领时装有限公司

一、公司简介

二、公司发展战略分析

第二节 上海斯尔丽服饰有限公司

一、公司简介

二、公司发展战略分析

第三节 上海英模特制衣有限公司

一、公司简介

二、公司人才战略

第四节 东莞东越服装有限公司

一、公司简介

二、公司市场定位

三、以纯品牌发展分析

第五节 武汉红人服饰有限公司

一、公司简介

二、公司品牌定位

三、公司发展战略分析

四、公司逆势扩张分析

第六节 阿依莲有限公司

一、公司简介

二、公司品牌分析

三、公司设计风格分析

四、公司经营理念

第七节 邦宸国际有限公司

一、公司简介

二、公司品牌分析

三、公司市场定位

第八节 雅戈尔有限公司

一、公司简介

二、2019年公司经营情况分析

三、2019年公司财务数据分析

四、2019年公司发展动态及策略

五、2019年公司进入女装市场计划分析

第四部分 女装行业发展趋势及战略

第十一章 2020-2026年女装行业发展趋势与投资分析

第一节 2020-2026年女装市场发展趋势分析

一、女装市场发展前景分析

二、中国女装行业发展趋势

三、中国女装产业集群趋势

四、中国高级女装品牌发展趋势

五、中国高级女装市场发展趋势

六、中国女装色彩及面料、款式流行趋势

第二节 2019年女装流行趋势分析

- 一、2019年春夏女装市场新走势
- 二、2019年春夏女装流行趋势
- 三、2019年春季女装市场新款流行色彩
- 四、2019年秋冬女装面料流行趋势

第三节 2020-2026年女装行业投资分析

- 一、女装的绿色壁垒及对策
- 二、银行信贷机会投资分析
- 三、女性服装市场投资前景
- 四、未来女装行业投资热点

第十二章 2020-2026年女装行业营销战略分析

第一节 女装营销策略分析

- 一、女装营销渠道分析
- 二、女装品牌渠道建设策略分析
- 三、女装存货的管理消化方案
- 四、哥弟女装市场细分化策略
- 五、女装市场定位及战略发展分析

第二节 女装品牌企业发展策略分析

- 一、女装品牌发展策略
- 二、女装品牌代理策略
- 三、代理国外女装品牌新思考
- 四、品牌女装折扣店营销分析
- 五、女装品牌终端经营策略

第三节 探讨中国女装名牌企业的发展之路

- 一、明确的市场定位
- 二、科学的技术标准
- 三、艺术的经营策略
- 四、品牌女装企业发展之路

第四节 中高档女装企业市场策略分析

- 一、中高档中年女装策略
- 二、高级女装经营战略

三、高级女装品牌经营法则

图表目录：

图表：服装基本分类表

图表：意大利按净利润排名前十位的女装企业

图表：消费者了解女装趋势的主要渠道

图表：女装消费者对于广告方式的认可程度

图表：最能引起女装消费者购买欲望的因素

图表：吸引女装消费者进入卖场的主要因素

图表：消费者购买女装时最关心的问题

图表：影响女装消费者重复购买的因素

图表：女装消费者主要购买的服装类别

图表：女性消费者春夏装和秋冬装的消费档次

图表：女装消费者品牌忠诚度分布表

图表：女装不同品牌忠诚度的消费者对价格重视度的均值及方差检验表

图表：偶尔深度折扣和频繁浅幅度折扣的比较

图表：女装两种促销方式的配对样本检验

图表：女装不同品牌忠诚度的消费者的折扣敏感区间的交叉表分析

图表：2019年针织或钩编女大衣等进口统计

图表：2019年针织或钩编女大衣等出口统计

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/171566.html>