

2022-2028年中国女性时装 行业发展态势与投资战略报告

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

《2022-2028年中国女性时装行业发展态势与投资战略报告》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/202205/288722.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国女性时装行业发展态势与投资战略报告》共十四章。首先介绍了女性时装行业市场发展环境、女性时装整体运行态势等，接着分析了女性时装行业市场运行的现状，然后介绍了女性时装市场竞争格局。随后，报告对女性时装做了重点企业经营状况分析，最后分析了女性时装行业发展趋势与投资预测。您若想对女性时装产业有个系统的了解或者想投资女性时装行业，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：

第一部分行业发展概况

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、基本定义

二、基本分类

三、女装历史发展分析

四、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

四、2019年缝纫机状况

第二章 女装相关行业发展分析

第一节 服装行业发展分析

- 一、2019服装产业国际市场分析
- 二、2019年中国服装产量合计
- 三、2019年服装渠道八大变数
- 四、2019年服装风格流行预报
- 第二节 布料辅料行业发展分析
 - 一、2019年盛泽流行面料排行
 - 二、2019年织里流行面料排行
 - 三、中国羊绒产业市场发展分析
 - 四、2022-2028年世界棉花库存预测
- 第三节 纺织行业发展分析
 - 一、2019年纺织业运行的现状
 - 二、纺织业走到巨变的临界点
 - 三、出口形势变化对纺织业的影响
 - 四、2019年中国纺织业的压力分析

第三章 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、美国裙子市场分析
- 三、2019年美国女装流行色

第二节 日本女装市场分析

- 一、日本中小女装企业的发展
- 二、日本百货店女装销售低迷
- 三、日本时装主攻中国白领

第三节 韩国女装市场分析

- 一、2019年韩国女装流行总结
- 二、韩国品牌在中国市场状况
- 三、韩国女装接轨国际趋势

第四节 其他国家女装市场分析

- 一、2019年意大利女装面料流行
- 二、法国女装市场企业模式分析

第二部分行业发展现状

第四章 中国女装行业发展分析

第一节 中国女装市场现状分析

- 一、中国女装进入细分时代
- 二、中国女装企业发展状况
- 三、2019年秋冬女装流行回顾
- 四、中国女装市场受“韩流”影响

第二节 中国女装行业品牌分析

- 一、女装品牌定位两极分化
- 二、女装流行趋向欧美风格
- 三、老年装市场逐渐缩水
- 四、女装单品牌质量提高

第三节 中国女装发展存在问题分析

- 一、女装六大瓶颈
- 二、质量存在问题
- 三、缺乏全国性品牌
- 四、中老年女装的盲点
- 五、设计水平相对薄弱

第三部分行业市场分析

第五章 中国女装行业市场分析

第一节 中国纺织服装制造经济运行分析

- 一、2019年纺织服装制造企业销售排行
- 二、2019年各地区纺织服装制造经济指标

第二节 针织或钩编女装所属行业进出口统计

- 一、2019年针织或钩编女大衣等进出口
- 二、2019年女西服套装等进出口统计
- 三、2019年针织或钩编女衬衣进出口
- 四、2019年女衬衫、浴衣进出口统计

第三节 非针织或钩编女装进出口统计

- 一、2019年非针织或钩编女大衣进出口统计
- 二、2019年女西服或便服套装等进出口统计

- 三、2019年非针织或钩编女衬衫进出口统计
- 四、2019年女背心、衬裙浴晨衣进出口统计
- 五、2019年胸罩、紧身胸衣等进出口统计

第六章 女装所属行业区域市场分析

第一节 北京女装市场分析

- 一、2019年北京亿元商场女装销售
- 二、2019年女装前十位品牌占有率
- 三、2019年北京亿元商场女装销售
- 四、2019年北京亿元商场女装销
- 五、2019年北京亿元商场女装销售

第二节 深圳女装市场分析

- 一、深圳女装发展现状
- 二、深圳女装品牌分析
- 三、深圳女装在北京市场
- 四、深圳女装的品牌营销

第三节 浙江女装市场分析

- 一、杭州女装人才战略盘点
- 二、杭派女装市场发展分析
- 三、宁波女装的快速成长
- 四、温州女装寻求市场突围

第四节 其他部分城市女装市场分析

- 一、青岛重金吸引女装品牌企业
- 二、江西女装市场价格两极分化
- 三、上海世贸女装的“中国制造”
- 四、郑州女装产业规模分析
- 五、2019年成都女装调查分析

第七章 女装细分产品分析

第一节 孕妇装市场分析

- 一、2019年孕妇装行业回顾
- 二、中国孕妇装市场面临大变局

三、80后让孕妇装时尚升级

四、温州孕妇装市场发展分析

五、2019年春夏孕妇装新亮点

第二节 女性内衣市场分析

一、女性内衣的消费者特征

二、女性内衣销售特征分析

三、女性内衣发展趋势分析

四、女性内衣品牌策略分析

第三节 其他部分女装子行业分析

一、2019年婚纱流行回顾

二、中国旗袍的发展

三、中国女裤行业现状

四、高级女装市场分析

第四部分行业消费分析

第八章 中国女装行业消费分析

第一节 中国女装消费者收入分析

一、中国人口情况

二、消费者收入水平

三、居民消费价格指数

第二节 中国女装消费者行为研究

一、消费者购买行为分析

二、女装消费者的信息渠道分析

三、女装消费者的购买欲望分析

四、吸引女装消费者的主要因素

第三节 中国女装消费者基本情况

一、消费阶层分析

二、不同年龄消费者分析

三、““盛年”女装市场分析

第五部分行业竞争分析

第九章 中国女装行业竞争分析

第一节 中国女装行业竞争现状

- 一、服装产品更加细分化
- 二、女装向多品牌战略发展
- 三、服装销售人员更加专业
- 四、男装企业的进入分析

第二节 中国女装行业的竞争格局分析

- 一、区域割据南强北弱
- 二、女装市场竞争力分析
- 三、洋品牌占尽高端市场

第三节 中外女装的比较分析

- 一、风格比较
- 二、材质比较
- 三、销售比较
- 四、品牌塑造

第十章 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、公司品牌特点
- 三、范思哲中国市场战略
- 四、范思哲春夏女装流行

第二节 古琦(GUCCI)

- 一、公司简介
- 二、公司品牌介绍
- 三、Gucci女装

第三节 VEROMODA

- 一、VEROMODA简介
- 二、VEROMODA特点

第四节 埃斯普瑞 (ESPRIT)

- 一、公司简介
- 二、公司市场定位
- 三、Esprit女装三大主题

第五节 ONLY

一、公司简介

二、品牌优势

第十一章 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、公司发展策略

第二节 上海斯尔丽服饰有限公司

一、公司简介

二、公司市场策略

三、公司品牌建设

第三节 上海英模特制衣有限公司

一、公司简介

二、公司策略

三、公司品牌特色

第四节 东莞东越服装有限公司

一、公司简介

二、公司产品

三、以纯发展情况

四、以纯飞跃之谜

第五节 武汉红人服饰有限公司

一、公司简介

二、公司品牌优势

三、公司多品牌战略

第六部分 行业趋势分析

第十二章 女装行业发展趋势分析

第一节 女装市场未来发展展望

一、批发市场的发展趋势

二、国外女装大量涌进中国

三、SPA模式逐渐增多

四、复合型店铺逐渐增多

第二节 女装产品未来发展趋势

一、加大码女装市场引起关注

二、中高档女装前景被看好

三、古典与现代结合的女装

第三节 2019年女装流行趋势分析

一、2019年春夏流行主题预测

二、2019年春夏女装流行色

三、2019女装豹纹回归战场

四、2019年针织女装的流行

第七部分行业策略分析

第十三章 女装行业营销策略分析

第一节 女装营销渠道分析

一、大型百货

二、大型超市

三、专卖连锁

四、服装零售店

五、专业市场

六、品牌精品店

七、直销店

八、加盟店

九、网络商店

第二节 女装品牌企业发展策略分析

一、精准定位品牌

二、丰富品牌内涵

三、强化品牌认知

四、制定合适价格

五、引领品牌时尚

第三节 女装企业市场策略分析

一、女装品牌代理的策略

二、中高档中年女装策略

三、女装产品存货策略

四、女装品牌终端经营策略

第十四章 女装行业投资分析

第一节 女装行业投资环境分析

一、2019年CPI涨幅情况

二、2019年经济走势前瞻（ ）

三、人民币升值对国内经济的影响

四、2019年宏观经济景气指数图

第二节 女装的绿色壁垒及对策

一、绿色壁垒概念及特征

二、绿色壁垒对服装出口的影响

三、企业应对绿色壁垒的相关措施

第三节 女装行业投资机会分析

一、城市女性服装市场广阔

二、农村市场将被大力开发

三、中老年市场发展空间广阔

四、个性化服装将更多地出现

五、投资者关注特色品牌女装业

附录 生态标准染“绿”服装解读

图表目录

图表：女装服装标准尺寸表

图表：女装的基本分类

图表：2019年全国服装产量合计

图表：2019年北京市服装产量合计

图表：2019年天津市服装产量合计

图表：2019年河北省服装产量合计

图表：2019年山西省服装产量合计

图表：2019年辽宁省服装产量合计

图表：2019年吉林省服装产量合计

图表：2019年黑龙江省服装产量合计

图表：2019年上海市服装产量合计

图表：2019年江苏省服装产量合计

图表：2019年浙江省服装产量合计

图表：2019年安徽省服装产量合计

图表：2019年福建省服装产量合计

图表：2019年江西省服装产量合计

图表：2019年山东省服装产量合计

图表：2019年河南省服装产量合计

图表：2019年湖北省服装产量合计

图表：2019年湖南省服装产量合计

图表：2019年广东省服装产量合计

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/288722.html>