

2017-2023年中国女装行业 市场监测与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2023年中国女装行业市场监测与投资前景预测报告》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.abaogao.com/b/fuzhuang/0061896T9Y.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

我国居民人均可支配收入的增加，为服装行业发展提供了良好的基础。未来我国城镇化进程的继续推进以及人均可支配收入的不断增加，将拉动我国服装行业的持续增长，其中国内中、高端女装处于成长期前段，将分享更大的增长份额。

2016年底，我国女装产量达到了208亿件，行业年均复合增长率达到11.5%，女装行业乃至整个服装行业保持连续快速增长，在整个服装行业中的占比不断提升。

2014-2016年中国女装产量和增长率走势资料来源：公开资料、智研数据研究中心整理

截止2016年底，我国女装市场需求量在105亿件左右。

2014-2016年中国女装市场需求量和增长率走势资料来源：公开资料、智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2017-2023年中国女装行业市场监测与投资前景预测报告》共十四章。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：

第一部分 行业运行现状

第一章 2014-2016年服装行业发展分析 1

第一节 2014-2016年国际服装行业发展概况 1

一、生态环保成主导全球服装产业的新风尚 1

二、印度服装消费迎来“欧美时刻” 1

三、俄罗斯保护本土产业拟禁止进口外国服装及原料 3

四、越南欲成为全球牛仔裤生产中心 4

五、墨西哥服装产业已为提升产量作好准备 4

六、东南亚成纺织服装产业转移基地 4

第二节 中国服装行业发展情况	5
一、中国服装行业发展的五大发展趋势	5
二、中国服装企业“走出去”外向型转移情况	9
三、中国服装向中西部转移发展情况	10
四、中国服装产业链发展现状及其整合分析	10
1、中国服装产业链发展现状	10
2、我国纺织创新整合发展的分析	11
第三节 2014-2016年中国服装业产业集群解析	12
一、中国服装产业集群发展取得的进步	12
二、影响中国服装产业集群发展的重要因素	14
三、中国服装产业集群发展的几点建议	15

第二部分 区域市场分析

第二章 2014-2016年世界女装市场发展状况	16
第一节 2014-2016年国外女装市场发展概况	16
一、意大利女装产业发展分析	16
二、法国女装市场出口概况	16
三、日本少女服装市场走俏	16
四、英国加码女装行业运行态势良好	17
五、巴西女装市场消费概况	17
六、印度女装市场将持续增长	17
第二节 2014-2016国外主要国家女装市场发展概况	18
一、法国女装	18
1、法国女装行业发展概述	18
2、法国女装的主要企业种类	18
3、法国女装市场消费者分析	18
4、法国女装成衣出口7年来首次下滑	18
5、法国女装进出口状况	19
二、意大利女装	19
1、意大利女装行业发展状况	19
2、意大利女装进出口顺差继续扩大	19
3、中国市场成为意大利女装企业开拓重点	20

三、日本女装	20
1、日本女装行业发展回顾	20
2、日本快时尚服装品牌优衣库在华发展形势好	20
3、日本女装企业接连进军中国市场	21
四、韩国女装	21
1、韩国网购女装品牌在中国市场销售势头强劲	21
2、韩国品牌女装纷纷进入中国市场	21
五、其他	22
1、美国部分进口女装成衣价格趋滑	22
2、伦敦时装周女装五大流行趋势	22
第三章 2014-2016年中国女装行业发展环境分析	24
第一节 中国宏观经济环境分析	24
一、2014-2016年中国宏观经济运行情况	24
1、GDP增长情况分析	24
2、工业经济增长分析	25
3、固定资产投资情况	26
二、2017-2023年中国宏观经济形势分析	28
三、2017-2023年中国投资趋势及其影响预测	29
第二节 2014-2016年中国女装行业标准分析	29
一、《欧盟从严制定和修改法律条例以打击假冒商品》	29
二、《墨西哥公布对纺织品及服装新标签规定》	30
三、《纺织品纤维含量标识》新国标实施	31
四、《国际生态环保纺织品标准》	32
第三节 2014-2016年中国女装行业社会环境分析	33
一、生态环境	33
1、主要表现	33
2、三大生态压力	35
二、人口环境	36
三、教育、科学技术和文化	37
第四节 2014-2016年中国服装设计行业环境分析	39
一、行业发展现状	39

二、行业发展趋势 39

第三部分 竞争格局分析

第四章 2014-2016年中国女装市场分析 42

第一节 中国女装市场概述 42

一、中国女装的市场构成 42

二、中国女装市场的主要特点 42

三、中国女装进出口区域分析 42

四、女装行业三大层次细分市场发展迅速 43

1、奢侈女装 43

2、高端女装 43

3、少淑女装 43

第二节 2014-2016中国女装行业供需分析 44

一、2014-2016中国女装行业供给分析 44

二、2014-2016中国女装行业需求分析 44

三、2014-2016中国女装行业供需平衡分析 45

第三节 2014-2016年中国女装市场消费透析 46

一、中国女装消费群体分析 46

女装市场消费额分布中，35岁以下的女性消费者是主流，占比达到72%，消费额最高的年龄层为25-29岁，其后依次为24岁以下的女性、30-34岁的女性。

女装消费人群年龄分布资料来源：公开资料、智研数据研究中心整理

二、中国女装市场消费规律分析 47

三、影响消费者选择选择女装品牌的因素分析 47

四、女装未来的消费趋势 47

第四节 2014-2016年中国女装品牌发展分析 48

中国女装十大品牌企业 序列 品牌 公司名称 1 韩都衣舍 韩都衣舍电子商务集团股份有限公司 2 乐町 宁波乐町时尚服饰有限公司 3 茵曼inman 广州市汇美时尚集团股份有限公司，原名广州市汇美服装有限公司 4 秋水伊人 浙江印象实业股份有限公司 5 裂帛 北京心物裂帛电子商务股份有限公司 6 VERO MODA Bestseller集团 7 哥弟 广东哥弟时尚服饰研发有限公司 8 Ochirly欧时力 广州尚岑服饰有限公司 9 波司登 波司登国际控股有限公司 10 太平鸟 太平鸟集团有限公司 资料来源：公开资料、智研数据研究

中心整理

- 一、女装市场区域特征突出，尚未取得全国性品牌突围 48
- 二、以少女装系列为开发重点，中老年女装品牌呈现“盲点” 48
- 三、中国女装设计力量相对薄弱，品牌定位模糊 48
- 四、生产的集中度低，品牌稳定性差 49
- 五、设备工艺及相关配套滞后制约了中国女装的蓬勃发展 49
- 六、中国女装“价格战”愈演愈烈 49

第五章 2014-2016年女装细分市场发展分析 50

第一节 职业女装 50

- 一、职业女装的概念 50
- 二、职业女装的特点 50
- 三、职业女装消费者调研 51
 - 1、消费动机分析 51
 - 2、消费者颜色偏好分析 52
 - 3、消费者面料偏好分析 52
 - 4、消费者购物环境分析 53
- 四、职业女装市场发展前景 54

第二节 中高档女装 55

- 一、中高档中年女装市场需求特点分析 55
- 二、中高档中年女装市场的三大策略 56
- 三、高级女装的定性 57
- 四、高档女装品牌分析 57

第三节 休闲女装 58

- 一、休闲女装市场日益成熟 58
- 二、国内休闲女装品牌的短板 59
- 三、休闲女装品牌发展策略探析 61
- 四、休闲女装消费者调研分析 63
 - 1、休闲女装消费者需求特征 63
 - 2、消费者倾向于真实环境下的购物 64
 - 3、消费者最重视休闲女装的款式 64

4、消费者对休闲女装品牌的了解具有主动性和自主性 65

5、消费者购买力有所提升 65

6、消费者购物更为理性 65

五、休闲女装市场发展趋势 66

第四节 其他细分市场 66

一、轻熟女服装市场运行状况 66

二、熟女服装市场运行状况 67

三、中性化女装市场分析 67

四、运动女装市场分析 68

1、运动女装市场发展概况 68

2、运动女装市场发展趋势 69

第六章 2014-2016年女士内衣发展分析 72

第一节 女士内衣相关概述 72

一、中西方内衣文化比较 72

二、女性内衣的类型 73

三、中国女性体型特征及其内衣消费特点透析 75

第二节 2014-2016年女士内衣市场分析 80

一、女性内衣市场容量扩大 80

二、女性内衣的消费者偏好 81

三、女性内衣品牌的市场集中度 81

四、2017-2023年女性内衣发展趋势 82

第三节 2014-2016年女性内衣品牌现状分析 82

一、国外内衣品牌在中国市场经营分析 82

二、国内二线品牌发展分析 83

三、国内内衣品牌升级还需努力 83

第四节 女士内衣市场发展策略及趋势 84

一、中国内衣企业经营要体现创新 84

二、女士内衣打造区域强势品牌策略 85

三、女性内衣未来流行趋势 87

第七章 2014-2016年女裤发展分析 94

第一节 女裤的类型	94
一、按长度分	94
二、按版型分	94
三、按适应场合分	95
四、按腰线分	95
第二节 2014-2016女裤行业发展概况	95
一、中国女裤行业的发展特点	95
二、女裤行业产业链分析	95
第三节 重要女裤集群分析	96
一、广东女裤集群	96
二、郑州女裤集群	96
三、重庆女裤集群	96
第四节 女裤品牌销售竞争因素分析	97
第五节 女裤业发展建议及未来走向	104
第八章 2014-2016年中国女装区域市场分析	106
第一节 北京	106
一、北京市女装市场色彩运用的主要特点	106
二、北京女装市场销售状况	106
三、北京女装市场价格运行走势	106
第二节 深圳	107
一、深圳女装品牌发展透析	107
二、国内主要商场深圳女装品牌运行特点分析	107
三、深圳市高端女装集聚区初形成	115
四、加快转型升级，推动深圳服装品牌走国际	116
五、深圳女装未来发展目标	117
第三节 杭州	117
一、杭州市女装行业发展总体回顾	117
二、杭州女装进军电商，开始“虚拟战”	118
三、杭州市女装品牌运行特点分析	118
四、影响杭州女装发展的因素及品牌提升策略	119
五、杭州女装业发展的对策建议	119

第四节 其他区域 120

一、上海 120

二、江苏 120

三、宁波 123

四、泉州 124

第九章 2014-2016中国女装市场营销分析 125

第一节 中国女装市场三种销售渠道 125

一、特许加盟和直营连锁 125

二、代理制 126

三、专柜和专卖店 127

第二节 中国女装市场品牌代理营销存在的问题 128

一、拒绝自己做零售 128

二、广种薄收 128

三、阻断信息 129

四、对渠道的监管和维护不力 129

五、代理品牌增加过快 129

第三节 女装市场营销策略分析 130

一、O2O模式风行 130

二、托管营销渐受女装市场青睐 130

三、女装品牌代理之道 131

四、女装营销中的存货管理 132

第十章 2014-2016年女装面料发展分析 134

第一节 棉纺面料 134

一、中国棉纺业发展状况 134

二、棉纺织物的特点和品种 134

三、棉纺面料价格走势 135

四、棉纺面料未来发展趋势 136

第二节 麻纺面料 137

一、中国麻纺业发展状况 137

二、麻纺织物的特点和品种 138

三、麻纺面料价格走势	139
四、麻纺面料未来发展趋势	140
第三节 毛纺面料	140
一、中国毛纺业运行分析	140
二、毛纺面料的新应用分析	141
三、毛纺面料价格走势	141
四、毛纺面料未来发展趋势	142
第四节 中高档毛纺面料集聚绍兴	142
一、针织面料	142
二、针织面料相关概述	143
三、针织面料价格走势	143
四、针织面料未来发展趋势	144
第五节 化纤面料	144
一、中国化纤行业发展状况	144
二、新型化纤面料的特点及品种	145
三、化纤面料价格走势	146
四、中国化纤面料市场的畅销品种	146
第六节 丝绸面料	147
一、丝绸面料相关概述	147
二、中国丝绸行业新标准发布	148
三、丝绸面料价格走势	149
四、中国丝绸行业发展分析	149
第十一章 2014-2016年重点女装品牌介绍	150
第一节 国外女装品牌	150
一、LouisVuitton	150
二、Dior	151
三、Gucci	152
四、Prada	153
五、Versace	154
六、GiorgioArmani	155
七、Only	156

八、Etam 156

第二节 国内女装品牌 157

一、华鑫 157

二、虫虫 158

三、哥弟 159

四、斯尔丽 159

五、白领 160

六、歌莉娅 161

七、千百惠 162

八、红袖 163

九、太和 164

第三节 休闲女装品牌 166

一、唐狮 166

二、森马 166

三、以纯 167

四、美特斯邦威 169

五、真维斯 170

六、班尼路 171

第四节 女士内衣品牌 172

一、黛安芬 172

二、安莉芳 173

三、欧迪芬 174

四、古今 175

五、爱慕 175

六、曼妮芬 177

第四部分 行业投资分析

第十二章 2017-2023年女装行业行业投资机会与风险 179

第一节 2017-2023年女装行业行业投资机会 179

一、细分市场投资机会 179

二、重点区域投资机会 180

三、产业链投资机会 180

第二节 2017-2023年女装行业行业投资风险及防范	181
一、政策风险及防范	181
二、供求风险及防范	182
三、宏观经济波动风险及防范	182
四、关联产业风险及防范	183
五、其他风险及防范	183
第十三章 2017-2023年女装行业行业投资战略研究	185
第一节 女装行业行业发展战略研究	185
一、战略综合规划	185
二、区域战略规划	186
三、产业战略规划	187
四、营销品牌战略	187
五、竞争战略规划	188
第二节 对中国女装行业品牌的战略思考	190
一、女装行业品牌的重要性	190
二、女装行业实施品牌战略的意义	191
三、女装行业企业品牌的现状分析	191
四、中国女装行业企业的品牌战略	192
五、女装行业品牌战略管理的策略	193
第三节 女装行业经营策略分析	194
一、女装行业市场细分策略	194
二、女装行业市场创新策略	196
三、品牌定位与品类规划	200
四、女装行业新产品差异化战略	202
第十四章 2017-2023年研究结论及投资建议	204 (ZY GXH)
第一节 2014-2016年女装行业研究结论	204
第二节 2017-2023年女装行业投资价值评估	207
第三节 女装行业投资建议	208 (ZY GXH)

图表目录：

图表：2008-2016年我国GDP发展运行情况	24
图表：2016年4季度和全年GDP初步核算数据	25
图表：2011-2016年GDP同比增长速度	25
图表：2012-2016年全社会固定资产投资情况分析	26
图表：不同领域固定资产投资（不含农户）（万亿元）	27
图表：不同领域固定资产投资（不含农户）占比（万亿元）	27
图表：2016-2017年3月中国固定资产投资到位资金同比增速	28
图表：2016年专利申请受理、授权和有效专利情况	38
图表：2014-2016年中国女装产量和增长率	44
图表：2014-2016年中国女装市场需求量和增长率	45
图表：职业女装消费者颜色偏好	52
图表：影响职业女装消费者购买的因素	53
图表：中西方内衣文化比较	72
图表：女性内衣购买地点调查	81
图表：2016年女性内衣前十品牌市场占有率	82
图表：2016年中国女裤十大品牌	98
图表：深圳万象城女装品牌入驻商铺一览表	107

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/0061896T9Y.html>