

2020-2026年中国女装品牌 行业市场运营态势与投资策略研究分析报告

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

《2020-2026年中国女装品牌行业市场运营态势与投资策略研究分析报告》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/5591659Q9W.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

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。

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国女装品牌行业市场运营态势与投资策略研究分析报告》共五章。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.1章：环境篇 26

1.1 女装行业发展环境分析 27

1.1.1 女装行业定义及统计标准 27

（1）行业定义及产品分类 27

（2）女装行业统计部门及口径 28

（3）女装行业统计方法 29

（4）女装行业数据种类 29

1.1.2 女装行业发展环境分析 30

（1）女装行业政策环境分析 30

1) 纺织服装出口退税率分析 30

2) 行业相关政策及产业规划 31

（2）女装行业经济环境分析 33

1) 中国经济发展速度分析 33

2) 服装出口贸易形势分析 35

3) 经济环境对女装行业的影响 36

第2章：现状篇 37

2.1 中国女装行业经营效益与进出口分析 38

2.1.1 中国女装行业发展现状分析 38

(1) 中国女装行业总体发展概况 38

(2) 中国女装行业主要发展特点 39

2.1.2 中国女装行业经营效益分析 40

(1) 中国女装行业经营效益分析 40

(2) 中国女装所属行业盈利能力分析 41

(3) 中国女装行业运营能力分析 41

(4) 中国女装所属行业偿债能力分析 42

(5) 中国女装行业发展能力分析 42

2.1.3 中国女装所属行业经济指标分析 43

(1) 主要经济效益影响因素分析 43

(2) 女装所属行业主要经济指标分析 44

(3) 不同规模企业经济指标分析 45

(4) 不同性质企业经济指标分析 51

2.1.4 中国女装行业进出口分析 61

(1) 中国女装进出口总体情况 61

(2) 中国女装行业出口情况 61

1) 中国女装行业出口总体情况 61

2) 中国女装行业出口产品结构 62

3) 中国女装行业出口前景分析 64

(3) 中国女装所属行业进口情况分析 64

1) 中国女装行业进口总体情况 64

2) 中国女装行业进口产品结构 65

3) 中国女装行业进口前景分析 67

2.2 中国女装行业竞争状况与供需平衡分析 67

2.2.1 中国女装行业竞争状况分析 67

(1) 女装行业现有竞争者分析 67

(2) 女装行业上游议价能力分析 69

- (3) 女装行业下游议价能力分析 70
- (4) 女装行业替代者威胁分析 70
- (5) 女装行业潜在进入者威胁分析 70
- (6) 女装行业竞争状况总结 71
- 2.2.2 中国女装行业供需平衡分析 72
 - (1) 中国女装行业供给情况分析 72
 - 1) 中国女装行业总产值分析 72
 - 2) 中国女装行业产成品分析 73
 - (2) 各地区女装行业供给情况分析 74
 - 1) 总产值排名前10个地区分析 74
 - 2) 产成品排名前10个地区分析 75
 - (3) 中国女装所属行业需求情况分析 76
 - 1) 中国女装工业销售产值分析 76
 - 2) 中国女装行业销售收入分析 77
 - (4) 各地区女装所属行业需求情况分析 77
 - 1) 销售产值排名前10个地区分析 77
 - 2) 销售收入排名前10个地区分析 78
 - (5) 中国女装所属行业产销率分析 80
- 2.3 中国女装行业重点区域经营效益分析 80
 - 2.3.1 行业总体区域结构特征分析 80
 - (1) 行业区域结构总体特征 80
 - (2) 行业区域集中度分析 83
 - (3) 行业区域分布特点分析 86
 - (4) 行业规模指标区域分布分析 86
 - (5) 行业效益指标区域分布分析 87
 - (6) 行业企业数的区域分布分析 88
 - 2.3.2 广东省女装行业经营效益与产销分析 89
 - (1) 广东省女装行业规划及配套措施 89
 - (2) 广东省女装行业经济地位分析 90
 - (3) 广东省女装行业经营效益分析 91
 - (4) 广东省女装行业产销现状分析 92
 - 2.3.3 浙江省女装行业经营效益与产销分析 94

- (1) 浙江省女装行业规划及配套措施 94
- (2) 浙江省女装行业经济地位分析 95
- (3) 浙江省女装行业经营效益分析 96
- (4) 浙江省女装行业产销现状分析 97
- 2.3.4 江苏省女装行业经营效益与产销分析 99
 - (1) 江苏装行业规划及配套措施 99
 - (2) 江苏省女装行业经济地位分析 99
 - (3) 江苏省女装行业经营效益分析 100
 - (4) 江苏省女装行业产销现状分析 101
- 2.3.5 福建省女装行业经营效益与产销分析 104
 - (1) 福建装行业规划及配套措施 104
 - (2) 福建省女装行业经济地位分析 104
 - (3) 福建省女装行业经营效益分析 105
 - (4) 福建省女装行业产销现状分析 106
- 2.3.6 山东省女装行业经营效益与产销分析 109
 - (1) 山东装行业规划及配套措施 109
 - (2) 山东省女装行业经济地位分析 109
 - (3) 山东省女装行业经营效益分析 110
 - (4) 山东省女装行业产销现状分析 111
- 2.3.7 上海市女装行业经营效益与产销分析 113
 - (1) 上海市女装行业规划及配套措施 113
 - (2) 上海市女装行业经济地位分析 114
 - (3) 上海市女装行业经营效益分析 114
 - (4) 上海市女装行业产销现状分析 116
- 2.3.8 辽宁省女装行业经营效益与产销分析 117
 - (1) 辽宁省女装行业规划及配套措施 117
 - (2) 辽宁省女装行业经济地位分析 118
 - (3) 辽宁省女装行业经营效益分析 119
 - (4) 辽宁省女装行业产销现状分析 120
- 2.3.9 湖北省女装行业经营效益与产销分析 122
 - (1) 湖北省女装行业规划及配套措施 122
 - (2) 湖北省女装行业经济地位分析 123

(3) 湖北省女装行业经营效益分析 124

(4) 湖北省女装行业产销现状分析 125

第3章：市场篇 128

3.1 国外女装市场发展现状与启示 129

3.1.1 世界女装品牌发展路径分析 129

(1) 欧洲女装品牌的发展路径 129

(2) 美国女装品牌的发展路径 129

3.1.2 韩国女装市场发展现状 130

(1) 韩国女装市场消费价格指数 130

(2) 韩国女装市场生产价格指数 131

(3) 韩国服装消费结构及女装市场规模 131

3.1.3 日本女装市场发展现状 132

(1) 日本女装市场消费价格指数 132

(2) 日本女装进口市场分析 133

(3) 日本服装消费结构及女装市场规模 134

(4) 日本现代化女装消费升级分析 135

1) 日本70年代后迎来女装消费升级 135

2) 日本女装消费升级背后原因探究 136

3.1.4 美国女装市场发展现状 139

(1) 美国女装市场消费规模分析 139

(2) 美国女装市场消费特征分析 139

1) 美国女性服装消费特征 139

2) 美国女装与男装消费比较 139

3.1.5 国外女装市场发展对我国女装市场的启示 143

(1) 大城市女装高于男装消费趋势显现 143

(2) 服装占消费性支出比例近年小幅反弹 143

(3) 女性经济地位的提升有利于女装消费增长 144

3.2 中国女装行业按产品价格细分市场发展分析 149

3.2.1 奢侈女装市场发展分析 149

(1) 奢侈女装市场规模与发展态势 149

(2) 奢侈女装行业发展特点分析 149

- (3) 奢侈女装市场竞争格局分析 152
- (4) 奢侈女装市场容量分析预测 156
- 3.2.2 高端女装市场发展分析 158
 - (1) 高端女装市场规模与发展态势 158
 - 1) 高端女装发展历程及态势 158
 - 2) 高端女装市场规模分析 160
 - (2) 高端女装行业发展特点分析 160
 - (3) 高端女装市场竞争格局分析 161
 - (4) 高端女装市场容量分析预测 164
- 3.2.3 中低端女装市场发展分析 165
 - (1) 中低端女装市场规模与发展态势 165
 - (2) 中低端女装市场渠道特点分析 166
 - (3) 主要少淑女装品牌竞争策略分析 166
 - (4) 中低端女装市场消费关注主题 168
- 3.3 中国女装行业按穿着场合细分市场发展趋势分析 170
 - 3.3.1 中国职业女装市场发展趋势 170
 - (1) 职业女装市场发展概况 170
 - (2) 职业女装市场品牌格局 171
 - (3) 职业女装市场需求分析 172
 - (4) 职业女装市场发展趋势 173
 - 3.3.2 中国休闲女装市场发展规模与趋势分析 174
 - (1) 休闲女装市场发展概况 174
 - (2) 休闲女装市场品牌格局 177
 - (3) 休闲女装市场需求分析 179
 - (4) 休闲女装市场发展趋势 181
 - 3.3.3 中国运动女装市场发展规模与趋势分析 183
 - (1) 运动女装市场发展概况 183
 - (2) 运动女装市场品牌格局 185
 - (3) 运动女装渠道数量分析 185
 - (4) 运动女装市场发展趋势 187
 - 3.3.4 中国其它女装市场发展规模与趋势分析 187
 - (1) 女性内衣市场发展规模与趋势分析 187

- 1) 女性内衣市场发展规模分析 187
- 2) 女性内衣市场增长速度分析 188
- 3) 女性内衣市场品牌格局分析 189
- 4) 文胸内衣市场投资潜力分析 189
- (2) 文胸市场发展规模与趋势分析 190
- 1) 文胸市场规模与容量分析 190
- 2) 文胸市场竞争格局分析 190
- 3) 文胸市场消费特点分析 191
- 4) 文胸市场营销策略分析 195
- 5) 文胸市场发展趋势分析 197
- 3.4 中国女装行业发展趋势与市场前景 198
- 3.4.1 女装行业发展趋势分析 198
- 3.4.2 女装市场发展前景预测 199

第4章：渠道与投资篇 200

- 4.1 中国女装市场销售渠道与营销策略分析 201
- 4.1.1 中国女装销售渠道分析 201
- (1) 女装销售渠道发展概况 201
- (2) 女装主要销售渠道分析 202
- (3) 女装销售渠道终端分析 204
- (4) 品牌女装渠道终端结构 206
- (5) 女装销售渠道发展趋势 208
- 4.1.2 中国女装网购规模与电商发展趋势 209
- (1) 中国服装网购规模分析 209
- (2) 中国女装网购规模分析 209
- (3) 女装网络品牌发展分析 210
- (4) 女装网购消费者关注点 214
- (5) 女装网购价格偏好分析 215
- (6) 女装电商发展趋势分析 215
- 4.1.3 中国女装营销策略分析 215
- (1) 女装产品策略 215
- (2) 女装价格策略 216

- (3) 女装渠道策略 217
- (4) 女装促销策略 218
- 4.2 中国女装行业投资特性与风险分析 220
 - 4.2.1 中国女装行业投资特性分析 220
 - (1) 女装行业进入壁垒分析 220
 - (2) 女装行业盈利模式分析 221
 - (3) 女装行业盈利因素分析 223
 - 4.2.2 中国女装行业投资风险及建议 226
 - (1) 女装行业投资风险分析 226
 - 1) 女装行业政策风险 226
 - 2) 女装行业研发风险 226
 - 3) 女装行业宏观经济波动风险 226
 - 4) 女装行业关联产业风险 226
 - 5) 女装行业其它风险 227
 - (2) 女装行业投资相关建议 227

第5章：企业篇 229 ()

- 5.1 女装行业领先企业经营状况分析 230
 - 5.1.1 女装企业发展总体状况分析 230
 - (1) 女装行业企业规模 230
 - (2) 女装行业销售收入和利润 231
 - 5.1.2 女装行业领先企业个案分析 232
 - (1) 浙江华鼎集团有限责任公司经营情况分析 232
 - 1) 企业发展简况分析 232
 - 2) 企业经营情况分析 233
 - 3) 企业经营优劣势分析 236
 - 4) 企业经营策略及发展战略分析 236
 - (2) 衣恋时装(上海)有限公司经营情况分析 236
 - 1) 企业发展简况分析 236
 - 2) 企业经营情况分析 237
 - 3) 企业经营优劣势分析 240
 - 4) 企业经营策略及发展战略分析 240

- (3) 上海英模特制衣有限公司经营情况分析 241
 - 1) 企业发展简况分析 241
 - 2) 企业经营情况分析 242
 - 3) 企业经营优劣势分析 244
 - 4) 企业经营策略及发展战略分析 245
- (4) 世纪宝姿(厦门)实业有限公司经营情况分析 245
 - 1) 企业发展简况分析 245
 - 2) 企业经营情况分析 245
 - 3) 企业经营优劣势分析 246
 - 4) 企业经营策略及发展战略分析 246
- (5) 汉帛(中国)有限公司经营情况分析 247
 - 1) 企业发展简况分析 247
 - 2) 企业经营情况分析 247
 - 3) 企业经营优劣势分析 250
 - 4) 企业经营策略及发展战略分析 250

图表目录：

- 图表1：女装按消费人群及着装风格细分类 27
 - 图表2：女装按产品价格分类 28
 - 图表3：中国企业的市场主体分类 29
 - 图表4：中国不同所有制性质企业的划分 30
 - 图表5：2010年以来纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%） 31
 - 图表6：近年来我国纺织服装行业相关政策法规 32
 - 图表7：2016-2019年我国GDP及同比增速（单位：亿元，%） 34
 - 图表8：2016-2019年我国GDP当季同比增速（单位：%） 34
 - 图表9：2016-2019年我国服装类单月出口额及同比增速（单位：亿美元，%） 35
 - 图表10：2016-2019年我国服装类出口累计金额及同比增速（单位：亿美元，%） 36
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/5591659Q9W.html>