

2014-2020年中国女装品牌 市场研究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

《2014-2020年中国女装品牌市场研究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/774128RLVP.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

据统计，目前我国女装实现的年销售收入超过1000亿，其中，销售收入超过4亿元的女装品牌还不超过10家。中国女装的规模其实还局限于地域上的集群化和产值上的整体强势；虽然也显露出在国民经济和社会发展中的重要影响，然而，这种规模毕竟是松散的结合。中国女装目前还处于各自为政、埋头竞争、整体缺乏凝聚力的阶段，也是中国女装产业发展中的必经阶段。但是，我国女装业整体发展形势良好。在我国，家庭资产超过30万元人民币、年收入超过10万元人民币的属中产阶层。据此计算，中国的中等收入阶层家庭6年后将达1亿个，户均拥有资产32万元，而这1亿个中产家庭正意味着潜力巨大的消费市场。

从目前发展程度来看，由于我国的地域辽阔、风俗各异，再加上女装消费者的多样化、多层次以及消费随意性，决定了女装产品的多变性、周期短的特征，同时也成就了国内女装品牌强烈的区域色彩，如汉派、杭派、海派、粤派等，根据线路高低又可以分为一线品牌、二线品牌以及一些知名度较低的小品牌。然而与国际女装的先进水平相比，我国女装在品牌上、在产品的档次上还存在一定差距。加之国外品牌的大量涌入，我国女装的高端市场几乎全部被国外品牌所占领，国内女装市场的国际化竞争愈加明显；在全国范围内，女装品牌的市场集中度较低，突破区域性的品牌较少；品牌特色风格不明显，模仿现象仍较严重，产品定位趋同现象较为突出，互补性差，缺少自有设计概念；女装市场总量供给有余，但有效供给不足，高附加值品牌产品缺乏，产品结构性矛盾依然突出。虽然中国女装市场的前景是美好的，但道路是艰辛的，中国女装的发展任重而道远！

从整体看，随着服装国际化进程的加快，女装行业的竞争将会更加激烈。我国服装行业的市场竞争朝着价值竞争阶段发展，数量竞争将逐渐退出主流竞争模式，以品牌、价值、创新为核心的新的竞争时代开启序幕。就近几年的中国市场来看，女装市场占有率前十名的品牌主要以年轻女性服装为主。目前我国进入老龄化阶段，中老年消费层越来越大，但中老年阶段的个性女装相对短缺，为服装企业蕴藏了巨大的商机。未来几年，我国休闲女装继续旺销；女装个性化逐渐凸显；个性、健康服装将成为消费亮点；女装市场更加细分化。而那些能最大限度地满足不同年龄层次、不同经济地位、不同文化背景的消费者服装需求的企业，就将获得最大的发展空间并取得最大的经济利益。

智研数据研究中心发布的《2014-2020年中国女装品牌市场研究与投资前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国女装行业的概念，接着分析了中国女装行业发展环境，然后对中国女装行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国女装行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国女装行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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、2014年纽约秋冬女装流行趋势 第二节 日本女装市场分析 一、2013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、2013年日本百货商场女装市场发展状况 四、2014年秋冬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、2013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、2013年我国女装行业发展分析 五、2013年中国女装品牌发展情况 六、2013年女装全国市场销售情况 七、2014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、金融危机下的女装品牌机遇 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、2013-2014年针织或钩编女大衣等进出口 二、2013-2014年女西服套装等进出口统计 三、2013-2014年女衬裙、浴衣进出口统计 四、2013-2014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、2013-2014年非针织或钩编女大衣进出口统计 二、2013-2014年女西装或便服套装等进出口统计 三、2013-2014年非针织或钩编女衬衫进出口统计 四、2013-2014年女背心、衬裙、浴晨衣进出口统计 五、2013-2014年胸罩、紧身胸衣等进出口统计

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、2013年深圳女装内贸市场现状 六、2014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、杭州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、2014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、2013年郑州女装发展形势分析 三、2013年郑州女装抱团发展分析 四、2014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、2013年泉州女装市场发展分析 二、2013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、2014年我国孕妇装投资前景 六、2014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、2014-2020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、2014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、2013年服装产品生产情况 二、金融危机形势下行业的发展态势 三、2013年纺织服装行业出口情况分析 四、2014年中国服装企业发展机遇及转型分析 五、2014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、2013年我国纺织行业经济运行分析 二、2013年我国纺织行业内需市场回顾 三、2013年纺织行业整体发展形势分析 四、2013年纺织行业发展环境分析 五、2014年中国纺织内需市场预测 六、2014年中国纺织行业发展目标分析 第三节 2014年各地区纺织服装制造经济指标

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、2013年女裤行业竞争状况 三、2013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、2013年韩国美伊恋品牌服装在华女装市场竞争 二、2013年法国芭碧妮娅在华女装市场竞争分析 三、2013年菲格迪娅在中国女装市场竞争分析 四、2013年箩伦诗在华高端女装市场竞争分析 五、2013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、金融危机下公司发展状况分析 四、2014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、2014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、金融危机下公司逆势扩张分析 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、企业概况 二、竞争优势分析 三、2013-2014年经营状况分析 四、2014-2020年公司发展战略分析

第十一章 2014-2020年女装行业发展趋势与投资分析 第一节 2014-2020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 2014年女装流行趋势分析 一、2014年春夏女装市场新走势 二、2014年春夏女装流行趋势 三、2014年春季女装市场新款流行色彩 四、2014年秋冬女装面料流行趋势 第三节 2014-2020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 2014-2020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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/774128RLVP.html>