

2016-2022年中国职业女装 市场调查与前景趋势报告

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

《2016-2022年中国职业女装市场调查与前景趋势报告》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.abaogao.com/b/fuzhuang/N038271UK4.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

广东省、浙江省、江苏省、山东省、福建省是我国主要的服装生产地区。不同地区均具有自身鲜明的产品特色，浙江宁波、温州的产品特色以衬衫、西服为基础，向商务、白领休闲方向发展；福建泉州则以运动、陆战和牛仔整合而成的户外休闲男装为主要产品；福建石狮的男式休闲装和茄克衫产业非常集中；而广东则主要生产运动装和牛仔服等产品。

由于职业装产品以西服和衬衫为主，而浙江、江苏等东部省市以设计生产衬衫、西服等商务正装、商务休闲装见长，故目前我国职业装的产业集群主要聚集于浙江、江苏等东部省市，尤其是浙江省宁波市和温州市，如雅戈尔、报喜鸟、海澜、阳光、庄吉、乔治白等主要的职业装生产厂家均集中在此。温州地处中国东部沿海，服装业是其支柱产业之一，随着服装市场的细分日臻完善，很多温州原有的服装生产企业转型为生产职业装，使得温州职业装在最近的几年里发展异常迅速，竞争也日趋激烈。

总的来说，我国职业女装发展还处在初级阶段，部分职业女装企业没有自主品牌，目前这些企业在产品营销策略上主要还靠低价竞争和低成本规模的扩张，尚未进入品牌营销的阶段，企业从品牌上所获利润甚少。

据统计，目前我国职业装行业内中小企业占整个行业比重的80%，而百人以下的小企业占整个行业企业总数的70%，数量多，规模小，经营较为粗放。由于职业装行业在品牌创新方面力度较弱，因而职业女装行业内品牌数量少，品牌影响力小，知名品牌较少。但是随着我国经济的快速发展，职业女性对衣着的品味要求越来越高，品牌化将是职业女装发展的一个趋势。

目前,我国职业装市场并没有清晰的界限,正装、男装和女装等其他细分行业的企业都有涉足该领域,专注职业装的企业并不多,规模有限、品牌影响力小。整个职业装市场尚处于混沌阶段,群雄纷争、巨擘未出。供应方的竞争力水平受到研发设计、采购生产、销售服务、品牌运营等诸多因素的影响。

随着产业结构调整和第二、第三产业从业人数的不断增加，职业装的需求量也持续攀升。职业装生产企业有近3万家，形成一定的产业集群。如今，采购商亦更加注重职业装的设计风格、款式、品质及其蕴含的科技含量。对于职业装企业而言，品牌化将成为未来的发展趋势，以此避免低价竞争和低成本规模的扩张，有效地提升企业利润空间。

在服饰观念已经发现改变的大前提下，职业女装需求不断发酵,未来有可能成为职业女性的刚性需求。职业女装的目标群体人数不断扩大，职业女装穿着场合日益增多，同时经济发展带来的收入提升和消费升级确保消费者拥有足够的购买力。

根据相关数据，2013年我国职业女装市场规模为585亿元，2014年职业女装市场规模增长至620亿元，较上年同期增长6.0%。

《2016-2022年中国职业女装市场调查与前景趋势报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了职业女装行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国职业女装做了重点企业经营状况分析，并分析了中国职业女装行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一章全球职业女装行业运行形势分析

第一节全球职业女装行业发展历程

第二节全球职业女装行业市场发展情况

一、全球职业女装行业供给情况分析

二、全球职业女装行业需求情况分析

第三节全球职业女装行业主要国家及区域发展情况分析

第四节全球职业女装行业市场发展趋势预测分析

第二章2012-2015年中国职业女装行业发展环境分析

第一节2012-2015年中国经济环境分析

一、宏观经济环境

二、国际贸易环境

第二节2012-2015年职业女装的行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节2012-2015年职业女装的行业发展社会环境分析

第三章中国职业女装行业市场总体运行情况分析

第一节职业装概念、种类及特点

中国是十三亿人口的大国，是全世界最大的服装消费国和生产国，服装行业是我国国民经济

的重要组成部分。随着经济的快速增长、人民生活水平不断提高，我国的服装行业有着较大的发展，已成为全世界最大的服装生产工厂。近年中国服装产业日趋成熟，国际竞争优势也由劳动力成本优势向质量优势、创新优势、品牌优势等高层次优势转变。

作为服装行业的一个分支，职业装是指从业人员工作时穿着的一种能表明其职业特征的专用服装。随着现代经济的不断发展，都市化进程的加快，职业装正在越来越为人们所重视，人们逐渐意识到，工作人员穿上统一制服，可以增加企业内部的凝聚力，增强责任心，有助于提高企业的整体风貌和文化形象，并间接反映出部门或行业的综合实力。

1、职业装的种类

在人们的传统观念里，职业装就是“劳保服”、“工作服”的代名词，款式单一、色彩单调。然而，随着社会的不断进步，社会分工的进一步细化，职业装已成为整个服装行业的一个重要分支，是现代工业“以人为本”的理念体现，并能够为劳动者创造安全舒适的工作环境，能够给社会带来绿色环保，能够给企业创造无形价值的新的着装理念。

职业装主要有以下几个种类：

行政职业装：是商业行为和商业活动中最为流行的一种服饰，它是兼具职业装与时装特点的一类服装。它不像职业制服那样有明确的穿着规定与要求，但需要一定的穿着场合，还具有一定的流行性。因此，它有着很浓厚的商业属性。这类服装强调品位与潮流，用料上较为考究，造型上注重简洁与高雅，色彩追求合适的搭配与协调，总体上注重体现穿着者的身份、文化修养及社会地位。

职业制服：是某一种行业为体现自己的行业特点，并有别于其他行业而特别设计的着装。它具有很明显的功能体现与形象体现的双重含义。这种职业装不仅具有识别的象征意义，还规范了人的行为并使之趋于文明化、秩序化。

职业工装：是以满足人体工学、护身功能来进行外形与结构的设计，强调保护、安全及卫生作业功能的服装。它是工业化生产的必然产物，并随着科学的进步、工业的发展及工作环境的改善而不断改进。

2、职业装的特点

职业装特点分析

特点	简介
实用性	实用的职业装应该适应不同的工作环境，因此其设计制作应有诸多具体功能性的要求和制约。材料的选择上，为了满足产业工作的性质，要综合考虑材料的理论性能、生物性能、质感、加工性能等；款式设计应以工作特征为依据，结构合理，色彩适宜；制作加工上，要求裁剪准确、缝纫牢固、规格号型齐全、整烫定型平整、包装精致良好经济耐用是实用性的又一方面。从客户方来讲，定制职业装的费用是事先预算好的；从设计制作方来说，也不可能像过季的时装那样大幅打折，必须保证其基本的下限

利润。因此，在保证质量要求的前提下，应尽可能地价格合理，一衣多穿，减少使用企业与服装企业本身的负担的成本

艺术性 服装作为一门实用艺术，其设计的第一目的，在于用服装与饰物来美化衣着者的形态，尽现其优美的体态特征，同时弥补人体美的不足部分。职业装设计的艺术性从服装本身的感性因素看，是构成服装艺术美的造型、色彩、材料、工艺、流行等的综合考虑，职业装设计师需要通盘考察，研究职业着装的对象、场合、目的、职业性、心理、生理的需求，从而提出最佳的设计方案

标识性 职业装的标识性旨在突出两点：社会角色与特定身份的标志以及不同行业、岗位的区别。可归纳出的标识性作用为：树立行业、角色的特定形象，便于企业识别，弘扬企业理念的精神，利于公众监督和内部管理，并能提高企业的竞争力。职业服装的标识性具有服装精神性方面的重要性质，从中可以区别着装者的社会经济地位差和性别差等差别标识的设计在于通过款式与色彩搭配、服饰配件和企业标志的不同来实现。成功的职业装具有完整的标识识别系统，从首服、足服、手服到躯干服一整套服装严格配套、从而形成职业装的独特鲜明的标识性

防护性 职业装中的职业工装因工作环境的差别，如何保护作业人员的身体不受作业环境中的有害因素的侵害，改善和提高工作效率，以保证作业人员准确、完全、高效地完成工作任务，不同的产业服装有不同的功能防护要求

科学性 现代科学的最新研究成果运用于职业服的全过程：材料、设计、打版、制作、包装。其中产业用纺织品的科技含量最为突出，新的纺织材料的拓展给职业装以日新月异的新面目

时代性 时代性因政治、经济、流行、文化、文艺思潮等因素而通过服色、造型、饰物等折射出来。今天的职业装时代特征是既从服饰传统中吸收精华加以改造，又从外来服饰中汲取养料适应现在，表现出一种兼容并蓄的开阔态势，呈现出异彩纷呈，百花齐放的繁荣景象

民族性 职业装的民族性在职业装与职业制服中均有鲜明的表现。前者着重体现着装者的个人品质、文化内涵与民族意识，其民族性特征显而易见；后者在体现企业形象、注意独特CI视觉整体效果的第三产业制服中有着设计上的重要性

资料来源：智研数据中心整理

第一节中国职业女装行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节市场壁垒

第三节竞争情况分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

第四节国际竞争力比较

第五节市场集中度分析

第四章2014年中国职业女装行业供需情况分析

第一节中国职业女装市场现状分析

第二节中国职业女装产量分析

一、职业女装产业总体产能规模

二、职业女装生产区域分布

第三节中国职业女装市场需求分析

第四节中国职业女装市场需求特点分析

职业女装市场的目标客户群体主要为企事业单位客户，其对职业女装的采购一般采用招标的方式进行。一般大型企业的采购周期为两年，即每两年为企业全体员工订购适合不同季节穿着的全套服饰，因此职业女装市场的客户具有一定的延续性和稳定性。

同时，职业女装采购人员具有很强的专业性，对于面料的把控和参加投标的样品质量要求较高，进而参照样品的品质对最终产品的质量进行检测，因此，职业女装的产品质量控制是行业发展的关键环节，产品质量不仅影响客户当次采购的决策，还会直接影响生产厂商的品牌口碑和未来重复购买的决策。基于此，为有效控制产品质量，多数职业女装生产厂商会采取自主设计、自主生产为主的生产模式，委外加工只是在自有产能不能满足市场需求时的必要补充。

除产品质量外，客户服务因素亦是职业女装采购企业所考虑的重要方面。对于职业女装来说，客户服务因素主要体现在前期的服装款式、面料选择、量体裁衣、以及后期的交货期、维修返工、增做、对客户要求的响应速度等方面，这些方面直接关系到客户的购买体验，进而影响到客户未来的重复购买决策。

因此，对于职业女装生产企业来说，一方面要建立良好的生产设计体系，保证产品质量，增强品牌营销的力度；另一方面为提高客户服务品质，需要在全国建立完善的营销和服务网络，为客户提供售前售后的一整套服务。未来职业女装行业的发展趋势将是品牌、设计、生产、营销、服务完全一体化的经营模式。

第四节行业供需平衡状况分析

一、职业女装行业供需平衡现状

- 二、影响行业供需平衡的因素分析
- 三、职业女装行业供需平衡走势预测

第五章中国职业女装行业发展现状分析及市场规模分析

第一节中国职业女装行业发展分析

- 一、2012-2015年中国职业女装行业发展态势分析
- 二、2012-2015年中国职业女装行业发展特点分析
- 三、2012-2015年中国职业女装行业市场供需分析

第二节中国职业女装产业特征与行业重要性

第三节职业女装行业特性分析

第四节2014年中国职业女装市场规模分析

第五节2014年中国职业女装区域市场规模分析

- 一、2014年东北地区市场规模分析
- 二、2014年华北地区市场规模分析
- 三、2014年华东地区市场规模分析
- 四、2014年华中地区市场规模分析
- 五、2014年华南地区市场规模分析
- 六、2014年西部地区市场规模分析

第六节2016-2022年中国职业女装市场规模预测

第六章职业女装行业产品价格分析

第一节中国职业女装行业产品历年价格回顾

第二节中国职业女装行业产品当前市场价格

- 一、产品当前价格分析
- 二、产品未来价格预测

第三节中国职业女装行业产品价格影响因素分析

- 一、人民币汇率变化影响
- 二、其它

第七章职业女装行业替代品及互补产品分析

第一节职业女装行业替代品分析

- 一、替代品种类

二、主要替代品对职业女装行业的影响

三、替代品发展趋势分析

第二节职业女装行业互补产品分析

一、行业互补产品种类

二、主要互补产品对职业女装行业的影响

三、互补产品发展趋势分析

第八章职业女装行业竞争格局及竞争策略分析

第一节职业女装行业竞争格局分析

一、行业集中度分析

二、行业竞争格局

三、竞争群组

四、职业女装行业竞争关键因素分析

1、价格

2、渠道

3、产品/服务质量

4、品牌

第二节职业女装行业市场竞争策略分析

一、行业国际竞争力比较

二、职业女装企业竞争策略分析

第九章职业女装主要上下游产品分析

第一节职业女装上下游分析

一、与行业上下游之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节职业女装行业产业链分析

一、行业上游影响及风险分析

二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第十章职业女装行业渠道与行业品牌分析

第一节职业女装行业渠道分析

一、渠道格局

二、渠道形式

三、渠道要素对比

四、各区域主要代理商情况

第二节职业女装行业品牌分析

一、品牌数量分析

二、品牌推广方式分析

三、品牌美誉度分析

四、品牌的选择情况

第十一章女装行业进出口分析

第一节出口分析

一、2014年女装出口总况分析

二、2014年女装出口量及增长情况

三、2014年女装细分行业出口情况

四、出口流向结构

五、出口产品

六、主要出口企业

七、出口价格特征分析

第二节进口分析

一、2014年女装进口总况分析

二、2014年女装进口量及增长情况

三、2014年女装细分行业进口情况

四、国家进口结构

五、进口产品结构

第十二章职业女装行业重点企业竞争分析

第一节A公司

一、企业基本概况

二、2012-2015年企业经营与财务状况分析

三、2012-2015年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第二节B公司

一、企业基本概况

二、2012-2015年企业经营与财务状况分析

三、2012-2015年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第三节C公司

一、企业基本概况

二、2012-2015年企业经营与财务状况分析

三、2012-2015年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第四节D公司

一、企业基本概况

二、2012-2015年企业经营与财务状况分析

三、2012-2015年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第五节E公司

一、企业基本概况

二、2012-2015年企业经营与财务状况分析

三、2012-2015年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第十三章2016-2022年中国职业女装行业发展前景预测

第一节未来职业女装行业发展趋势分析

一、未来职业女装行业发展分析（zyyzg）

二、未来职业女装行业技术开发方向

三、总体行业“十三五”整体规划及预测

第二节2016-2022年职业女装行业运行状况预测

一、2016-2022年职业女装行业工业总产值预测

二、2016-2022年职业女装行业销售收入预测

三、2016-2022年职业女装行业总资产预测

第十四章职业女装行业风险与投资策略分析

第一节职业女装行业风险分析

一、行业环境风险

二、行业产业链上下游风险

三、行业政策风险

四、行业市场风险

五、行业其他风险分析

第二节职业女装投资策略分析

一、行业总体发展前景及市场机会分析

二、企业营销策略

三、企业投资策略

四、企业应对当前经济形势策略建议

图表目录：

图表：2012-2015年全球职业女装行业市场规模及增速

图表：2016-2022年全球职业女装行业市场规模及增速预测

图表：2012-2015年国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2015年城镇新增就业人数

图表：2012-2015年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2012-2015年中国职业女装行业市场规模分析

图表：2016-2022年中国职业女装行业市场规模预测

图表：中国职业女装行业市场结构分析

图表：2012-2015年我国华东地区职业女装行业产量分析

图表：2012-2015年我国华北地区职业女装行业产量分析

图表：2012-2015年我国华中地区职业女装行业产量分析

图表：2012-2015年我国华南地区职业女装行业产量分析

图表：2012-2015年我国东北地区职业女装行业产量分析

图表：2012-2015年我国西部地区职业女装行业产量分析

图表：2012-2015年我国职业女装行业各区域需求量分析

图表：2016-2022年我国职业女装行业各区域需求量预测

图表：我国职业女装行业需求集中度分析

图表：我国职业女装行业竞争群组分析

图表：2014年我国职业女装行业产量分析

图表：2014年我国职业女装行业产能分析

图表：2016-2022年我国职业女装行业产量预测

图表：2014年我国职业女装行业需求量分析

图表：2016-2022年我国职业女装行业需求量预测

图表：2014年我国职业女装行业供需平衡分析

图表：2016-2022年我国职业女装行业供需平衡预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/N038271UK4.html>