

2020-2026年中国女装市场 前景展望与投资潜力分析报告

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年中国女装市场前景展望与投资潜力分析报告》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/P2894175LU.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

2017年中国女装市场零售量为9232亿人民币，整体市场容量巨大，加之消费升级造成的结构性调整，使得部分子行业有着远高于市场平均的增速，因而出现优质投资机会。国内资本市场对时尚行业投资起步晚，加之流行趋势变化太快，行业的公司分散，造成对这个行业不盈利的误解。但是无论流行趋势怎样变化，人类仍将始终渴望自身的独特性，这种独特性的渴望是时尚行业生命力所在。我们认为，基于全球，流行趋势和分散的竞争可以通过特定商业模式和运营被有效管控，并充分转化成丰厚的利润。

消费升级趋势下，消费者对产品和服务的需求将持续提高，个性化诉求与自我表达意愿提升，未来服装消费或将呈现出高端化、体验化、多样化、独特化的趋势，质量较高、与传统重奢相比具备价格优势、拥有品牌文化和设计特色的轻奢品牌发展前景广阔。

目前国内奢侈品消费体量可观，2016年约有760万户中国家庭购买了奢侈品（包括重奢和轻奢），消费总额达6,400亿元，其中轻奢消费占36%。另一方面，按奢侈品消费者的国籍划分，2017年中国消费者贡献了全球奢侈品市场销售额的32%，较2016年提升了2个百分点，消费能力强劲。2017年中国消费者贡献了全球奢侈品市场的32%数据来源：公开资料整理

在过去十余年里，发达国家轻奢消费持续增长，以女装为例，在2003-2017年的法国和2005-2017年的美国，轻奢类女装市场规模的年复合增长率都显著高于重奢和其他品类。近年来我国轻奢市场亦发展迅速，根据预计，到2025年，我国奢侈品消费市场规模有望达到14,000亿元，2016-2025年年复合增长率约为9%；轻奢产品销售有望达到6,200美国女装各品类市场规模及年复合增长率

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国女装市场前景展望与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了中国女装行业市场发展环境、女装整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国女装行业，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2014-2019年服装所属行业发展分析

第一节2014-2019年国际服装行业发展概况

- 一、生态环保成主导全球服装产业的新风尚
- 二、印度服装消费迎来“欧美时刻”
- 三、俄罗斯保护本土产业拟禁止进口外国服装及原料
- 四、越南欲成为全球牛仔裤生产中心
- 五、墨西哥服装产业已为提升产量作好准备
- 六、东南亚成纺织服装产业转移基地

第二节中国服装行业发展情况2014-2019年中国服装产量及增长情况

- 一、中国服装行业发展的五大发展趋势
- 二、中国服装企业“走出去”外向型转移情况
- 三、中国服装向中西部转移发展情况
- 四、中国服装产业链发展现状及其整合分析
 - 1、中国服装产业链发展现状
 - 2、我国纺织创新整合发展的分析

第三节2014-2019年中国服装业产业集群解析

- 一、中国服装产业集群发展取得的进步
- 二、影响中国服装产业集群发展的重要因素
- 三、中国服装产业集群发展的几点建议

第二部分区域市场分析

第二章2014-2019年世界女装市场发展状况

第一节2014-2019年国外女装市场发展概况

- 一、意大利女装产业发展分析
- 二、法国女装市场出口概况
- 三、日本少女服装市场走俏
- 四、英国加码女装行业运行态势良好
- 五、巴西女装市场消费概况
- 六、印度女装市场将持续增长

第二节2014-2017国外主要国家女装市场发展概况

- 一、法国女装
 - 1、法国女装行业发展概述

- 2、法国女装的主要企业种类
- 3、法国女装市场消费者分析法国女装各品类市场规模及年复合增长率
- 4、法国女装成衣出口7年来首次下滑
- 5、法国女装进出口状况
- 二、意大利女装
 - 1、意大利女装行业发展状况
 - 2、意大利女装进出口顺差继续扩大
 - 3、中国市场成为意大利女装企业开拓重点
- 三、日本女装
 - 1、日本女装行业发展回顾
 - 2、日本快时尚服装品牌优衣库在华发展形势好
 - 3、日本女装企业接连进军中国市场
- 四、韩国女装
 - 1、韩国网购女装品牌在中国市场销售势头强劲
 - 2、韩国品牌女装纷纷进入中国市场
- 五、其他
 - 1、美国部分进口女装成衣价格趋滑
 - 2、伦敦时装周女装五大流行趋势

第三章2014-2019年中国女装行业发展环境分析

第一节中国宏观经济环境分析

一、2014-2019年中国宏观经济运行情况

- 1、GDP增长情况分析
- 2、工业经济增长分析
- 3、固定资产投资情况

二、2020-2026年中国宏观经济形势分析

三、2020-2026年中国投资趋势及其影响预测

第二节2014-2019年中国女装行业标准分析

- 一、《欧盟从严制定和修改法律条例以打击假冒商品》
- 二、《墨西哥公布对纺织品及服装新标签规定》
- 三、《纺织品纤维含量标识》新国标实施
- 四、《国际生态环保纺织品标准》

第三节2014-2019年中国女装行业社会环境分析

一、生态环境

1、主要表现

2、三大生态压力

二、人口环境

三、教育、科学技术和文化

第四节2014-2019年中国服装设计行业环境分析

一、行业发展现状

二、行业发展趋势

第三部分竞争格局分析

第四章2014-2019年中国女装市场分析

第一节中国女装市场概述

一、中国女装的市场构成

二、中国女装市场的主要特点

三、中国女装进出口区域分析

四、女装行业三大层次细分市场发展迅速

1、奢侈女装

2、高端女装

3、少女女装

第二节2014-2017中国女装行业供需分析

一、2014-2017中国女装行业供给分析

二、2014-2017中国女装行业需求分析

三、2014-2017中国女装行业供需平衡分析

第三节2014-2019年中国女装市场消费透析

一、中国女装消费群体分析

二、中国女装市场消费规律分析

三、影响消费者选择选择女装品牌的因素分析

四、女装未来的消费趋势

第四节2014-2019年中国女装品牌发展分析

一、女装市场区域特征突出，尚未取得全国性品牌突围

二、以少女装系列为开发重点，中老年女装品牌呈现“盲点”

- 三、中国女装设计力量相对薄弱，品牌定位模糊
- 四、生产的集中度低，品牌稳定性差
- 五、设备工艺及相关配套滞后制约了中国女装的蓬勃发展
- 六、中国女装“价格战”愈演愈烈

第五章2014-2019年女装细分市场发展分析

第一节职业女装

- 一、职业女装的概念
- 二、职业女装的特点
- 三、职业女装消费者调研

1、消费动机分析

2消费者颜色偏好分析

3、消费者面料偏好分析

4、消费者购物环境分析

四、职业女装市场发展前景

第二节中高档女装

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

第三节休闲女装

- 一、休闲女装市场日益成熟
- 二、国内休闲女装品牌的短板
- 三、休闲女装品牌发展策略探析
- 四、休闲女装消费者调研分析
 - 1、休闲女装消费者需求特征
 - 2、消费者倾向于真实环境下的购物
 - 3、消费者最重视休闲女装的款式
 - 4、消费者对休闲女装品牌的了解具有主动性和自主性
 - 5、消费者购买力有所提升
 - 6、消费者购物更为理性
- 五、休闲女装市场发展趋势

第四节其他细分市场

- 一、轻熟女服装市场运行状况
- 二、熟女服装市场运行状况
- 三、中性化女装市场分析
- 四、运动女装市场分析
 - 1、运动女装市场发展概况
 - 2、运动女装市场发展趋势

第六章2014-2019年女士内衣发展分析

第一节女士内衣相关概述

- 一、中西方内衣文化比较
- 二、女性内衣的类型
- 三、中国女性体型特征及其内衣消费特点透析

第二节2014-2019年女士内衣市场分析

- 一、女性内衣市场容量扩大
- 二、女性内衣的消费者偏好
- 三、女性内衣品牌的市场集中度
- 四、2020-2026年女性内衣发展趋势

第三节2014-2019年女性内衣品牌现状分析

- 一、国外内衣品牌在中国市场经营分析
- 二、国内二线品牌发展分析
- 三、国内内衣品牌升级还需努力

第四节女士内衣市场发展策略及趋势

- 一、中国内衣企业经营要体现创新
- 二、女士内衣打造区域强势品牌策略
- 三、女性内衣未来流行趋势

第七章2014-2019年女裤发展分析

第一节女裤的类型

- 一、按长度分
- 二、按版型分
- 三、按适应场合分

四、按腰线分

第二节2014-2017女裤行业发展概况

一、中国女裤行业的发展特点

二、女裤行业产业链分析

第三节重要女裤集群分析

一、广东女裤集群

二、郑州女裤集群

三、重庆女裤集群

第四节女裤品牌销售竞争因素分析

第五节女裤业发展建议及未来走向

第八章2014-2019年中国女装区域市场分析

第一节北京

一、北京市女装市场色彩运用的主要特点

二、北京女装市场销售状况

三、北京女装市场价格运行走势

第二节深圳

一、深圳女装品牌发展透析

二、国内主要商场深圳女装品牌运行特点分析

三、深圳市高端女装集聚区初形成

四、加快转型升级，推动深圳服装品牌走国际

五、深圳女装未来发展目标

第三节杭州

一、杭州市女装行业发展总体回顾

二、杭州女装进军电商，开始“虚拟战”

三、杭州市女装品牌运行特点分析

四、影响杭州女装发展的因素及品牌提升策略

五、杭州女装业发展的对策建议

第四节其他区域

一、上海

二、江苏

三、宁波

四、泉州

第九章2014-2017中国女装市场营销分析

第一节中国女装市场三种销售渠道

- 一、特许加盟和直营连锁
- 二、代理制
- 三、专柜和专卖店

第二节中国女装市场品牌代理营销存在的问题

- 一、拒绝自己做零售
- 二、广种薄收
- 三、阻断信息
- 四、对渠道的监管和维护不力
- 五、代理品牌增加过快

第三节女装市场营销策略分析

- 一、O2O模式风行
- 二、托管营销渐受女装市场青睐
- 三、女装品牌代理之道
- 四、女装营销中的存货管理

第十章2014-2019年女装面料发展分析

第一节棉纺面料

- 一、中国棉纺业发展状况
- 二、棉纺织物的特点和品种
- 三、棉纺面料价格走势
- 四、棉纺面料未来发展趋势

第二节麻纺面料

- 一、中国麻纺业发展状况
- 二、麻纺织物的特点和品种
- 三、麻纺面料价格走势
- 四、麻纺面料未来发展趋势

第三节毛纺面料

- 一、中国毛纺业运行分析

二、毛纺面料的新应用分析

三、毛纺面料价格走势

四、毛纺面料未来发展趋势

第四节中高档毛纺面料集聚绍兴

一、针织面料

二、针织面料相关概述

三、针织面料价格走势

四、针织面料未来发展趋势

第五节化纤面料

一、中国化纤行业发展状况

二、新型化纤面料的特点及品种

三、化纤面料价格走势

四、中国化纤面料市场的畅销品种

第六节丝绸面料

一、丝绸面料相关概述

二、中国丝绸行业新标准发布

三、丝绸面料价格走势

四、中国丝绸行业发展分析

第十一章重点女装品牌介绍

第一节国外女装品牌

一、LouisVuitton

二、Dior

三、Gucci

四、Prada

五、Versace

六、GiorgioArmani

七、Only

八、Etam

第二节国内女装品牌

一、华鑫

二、虫虫

- 三、 哥弟
- 四、 斯尔丽
- 五、 白领
- 六、 歌莉娅
- 七、 千百惠
- 八、 红袖
- 九、 太和

第三节休闲女装品牌

- 一、 唐狮
- 二、 森马
- 三、 以纯
- 四、 美特斯邦威
- 五、 真维斯
- 六、 班尼路

第四节女士内衣品牌

- 一、 黛安芬
- 二、 安莉芳
- 三、 欧迪芬
- 四、 古今
- 五、 爱慕
- 六、 曼妮芬

第四部分行业投资分析

第十二章2020-2026年女装行业行业投资机会与风险

第一节2020-2026年女装行业行业投资机会

- 一、 细分市场投资机会
- 二、 重点区域投资机会
- 三、 产业链投资机会

第二节2020-2026年女装行业行业投资风险及防范

- 一、 政策风险及防范
- 二、 供求风险及防范
- 三、 宏观经济波动风险及防范

四、关联产业风险及防范

五、其他风险及防范

第十三章2020-2026年女装行业行业投资战略研究

第一节女装行业行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、区域战略规划

三、产业战略规划

四、营销品牌战略

五、竞争战略规划

第二节对中国女装行业品牌的战略思考

一、女装行业品牌的重要性

二、女装行业实施品牌战略的意义

三、女装行业企业品牌的现状分析

四、中国女装行业企业的品牌战略

五、女装行业品牌战略管理的策略

第三节女装行业经营策略分析

一、女装行业市场细分策略

二、女装行业市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、女装行业新产品差异化战略

第十四章2020-2026年研究结论及投资建议

第一节2014-2019年女装行业研究结论

第二节2020-2026年女装行业投资价值评估

第三节女装行业投资建议

图表目录：

图表：2008-2019年我国GDP发展运行情况

图表：2019年全年GDP初步核算数据

图表：2011-2019年GDP同比增长速度

图表：2012-2019年全社会固定资产投资情况分析

图表：不同领域固定资产投资（不含农户）（万亿元）

图表：不同领域固定资产投资（不含农户）占比（万亿元）

图表：2017-2019年中国固定资产投资到位资金同比增速

图表：2019年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：2014-2019年中国女装产量和增长率

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/P2894175LU.html>