

# 2009-2012年中国女装产业 市场竞争态势与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2009-2012年中国女装产业市场竞争态势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.cction.com/report/200902/11472.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

### 第一章 2008-2009年世界女装行业运行现状分析

#### 第一节 2008-2009年世界女装行业发展概述

- 一、世界女装特点分析
- 二、世界女装市场供需分析
- 三、世界女装市场价格普遍走低

#### 第二节 2008-2009年世界主要国家和地区女装市场分析

- 一、美国女装市场增长轻微
- 二、欧元区国家经济发展较为平稳，女装市场量放大
- 三、韩国

#### 第三节 2009-2012年世界女装行业发展趋势分析

### 第二章 2008-2009年中国女装产业发展环境分析

#### 第一节 2008-2009年中国经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、物价水平与居民收支分析
- 三、进出口贸易变化分析

#### 第二节 2008-2009年中国女装行业发展政策环境分析

- 一、服装纺织产业进出口政策
- 二、产业政策分析
- 三、产权保护分析

#### 第三节 2008-2009年中国女装行业发展社会环境分析

#### 第四节 2008-2009年中国女装行业发展技术环境分析

### 第三章 2008-2009年中国女装产业运行形势分析

#### 第一节 2008-2009年中国女装市场的发展现状

- 一、市场发展特点与现状
- 二、国内服装市场的生产销售状况
- 三、中国女装市场销售特点

#### 第二节 2008-2009年中国女装市场营销渠道的多样化特点

- 一、大型百货
- 二、大型超市

- 三、专卖连锁
- 四、服装零售店
- 五、专业市场
- 六、品牌精品店
- 七、直销店
- 八、加盟店
- 九、网络商店

#### 第四章2008-2009年中国女装产业结构分析

##### 第一节2008-2009年女装的产业结构特点

- 一、女装企业绝大多数以私营企业为主，缺乏规模效应
- 二、进行品牌经营的企业较少，加工为主业的居多
- 三、沿海分布较广，内地较少
- 四、劳动密集型生产为主，资本型企业缺乏
- 五、产业结构内缺乏有生机制的协调作用

##### 第二节 2008-2009年中国女装在纺织服装行业中的地位

- 一、2008-2009年纺织服装经济运行情况
- 二、中国服装市场与女装销售状况

##### 第三节 新一轮的女装产业结构调整正在进行

- 一、品牌众多，市场竞争异常激烈，行业集中度很低
- 二、女装集群化产业结构出现

#### 第五章 2008-2009年中国女装行业市场营销策略及消费调查分析

##### 第一节 2008-2009年中国女装产业营销策略分析

- 一、我国女装销售细分明显
- 二、国内女装市场营销与广告企划分析
- 三、建立网上女装销售模式

##### 第二节 2008-2009年中国女装消费市场调查分析

- 一、女装消费阶层分析
- 二、女装不同年龄消费者分析
- 三、女装消费者行为特征简析
- 四、女装消费趋势解析

### 第三节 2008-2009年我国女装产业存在的问题与结论

- 一、国内女装业的问题及解决途径
- 二、我国女装质量抽查合格率低
- 三、女装企业努力适应“五项指标”质量标准
- 四、女装高档化的发展瓶颈

## 第六章 2008-2009年中国女装行业进出口状况分析

### 第一节 2008-2009年中国女装进出口现状分析

- 一、出口曲线起伏较大
- 二、一般贸易出口继续增长
- 三、服装传统出口市场稳步增长，对各大洲出口均实现两位数增长
- 四、出口增长重点仍集中在东部沿海，西部服装出口大幅增长
- 五、服装进口主要来自东南亚地区，从欧美等国进口也在逐步增加
- 六、纺织服装出口增幅设限国略大于非设限国
- 七、主要出口市场——日本、美国、欧盟
- 八、服装出口稳步增长，化纤服装贡献大

### 第二节 2008-2009年出口配额对中国女装出口的影响分析

- 一、出口配额对中国女装出口的影响
- 二、美国对中国三类纺织品配额设限

### 第三节 2008-2009年贸易壁垒对中国女装出口的影响分析

## 第七章 2008-2009年中国女装按需求分类市场分析

### 第一节 职业女装

- 一、职业女装概述
- 二、我国职业女装的市场前景和问题所在
- 三、温州职业女装
- 四、上海职业女装
- 五、武汉职业女装

### 第二节 运动女装

- 一、运动服装扮靓与流行女装并齐
- 二、运动品牌抢占高尔夫女装市场
- 三、运动女装市场前景广阔

### 第三节 休闲女装

- 一、国内休闲装市场现状及特点解析
- 二、国内休闲装进入卖场竞争时期
- 三、休闲女装市场持续看好

## 第八章 2008-2009年中国女装按档次分类市场分析

### 第一节 高档女装

- 一、高级女装概述
- 二、高级女装品牌经营法则探讨
- 三、高级品牌女装成功经营的途径
- 四、南京高档女装市场分析

### 第二节 中档女装

- 一、中档女装市场需求分析
- 二、中档女装消费群体定位要清晰
- 三、中档女装重视文化内涵
- 四、中档女装需提升服装的附加值

## 第九章 2008-2009年中国女装按年龄层次分类市场分析

### 第一节 少女装

- 一、日本少女装市场分析
- 二、SNOOPY少女装填市场空白
- 三、年轻女性成少女装消费主体
- 四、上海少女装面料设计流行解码

### 第二节 成熟女性装

- 一、成熟女性购买服装的困难
- 二、成熟女性服装企业服务意识欠缺
- 三、中青年女装重视细分化

### 第三节 中老年女装

- 一、老年消费者的行为特点简析
- 二、中老年女性对服装的要求分析
- 三、我国中老年女性服装市场景象不容乐观

## 第十章 2008-2009年中国女士内衣行业发展状况分析

### 第一节 2008-2009年中西方女士内衣对比分析

- 一、女士内衣功能的演变
- 二、中西方女性内衣功能的比较
- 三、中西方女性内衣功能演变的原因分析
- 四、女性对内衣的重视

### 第二节 2008-2009年女士内衣产业发展现状分析

- 一、全球女士内衣产业处于飞速发展时代
- 二、欧洲女性内衣支出分析
- 三、我国女士内衣市场容量分析
- 四、国内文胸产业正逐渐变化

### 第三节 2008-2009年中国女性内衣市场分析

- 一、高档产品
- 二、中档品牌
- 三、塑身内衣
- 四、浙江内衣
- 五、潮阳内衣
- 六、女性内衣市场前景分析

### 第四节 2008-2009年中国女士内衣营销方式

- 一、内衣行业销售渠道变革的商机分析
- 二、内衣经销商忠诚度分析
- 三、内衣企业营销的流行模式
- 四、女性内衣营销的文化内涵

### 第五节 2008-2009年中国构建女性内衣消费要素

- 一、构成产品核心竞争力
- 二、内外搭配和内衣外显
- 三、内衣功能的外在扩展
- 四、摸清女性喜好
- 五、内化配合营销

## 第十一章 2008-2009年中国女裤市场运行走势分析

### 第一节 女裤的分类

- 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 2008年我国女裤产业概况分析

- 一、国内女裤行业概述
- 二、我国女裤产业发展现状分析
- 三、我国女裤业突显困境需明确发展方向

## 第三节 2008-2009年郑州女裤产业市场分析

- 一、郑州女裤产业的发展历程
- 二、近年郑州女裤产业动态剖析
- 三、郑州女裤叫板全国市场
- 四、郑州女裤产业急待升级

## 第十二章 2008-2009年中国女装产业的品牌竞争格局分析

### 第一节 2008-2009年中国女装产业品牌发展现状分析

- 一、女装产业升级品牌功不可没
- 二、中国女装品牌区域势力分析
- 三、中国女装品牌发展现状简析
- 四、女装品牌终端营销管理策略

### 第二节 2008-2009年中国女装产业品牌发展方向分析

- 一、品牌细分化发展
- 二、品牌差异化发展
- 三、品牌传统化发展

### 第三节 2008-2009年中国女装品牌渠道的选择分析

- 一、代理制
- 二、特许加盟和直营连锁
- 三、专柜和专卖店

### 第四节 2008-2009年中国深圳女装品牌的SWOT解析

## 第十三章 2008-2009年中国女装行业内竞争态势分析

### 第一节 2008-2009年中国女装行业的竞争特点



- 一、技术与工艺水平的竞争
- 二、设计能力的竞争
- 三、信息的竞争
- 四、综合组织能力的竞争
- 五、市场把握能力的竞争

## 第二节 2008-2009年国际女装市场的竞争态势分析

- 一、美国：进口价格持续走低
- 二、日本：中国服装出口第一大市场
- 三、欧盟：正在进行行业结构调整

## 第三节 2008-2009年中国女装的竞争态势分析

- 一、品牌消费渐成趋势 区域特点十分明显
- 二、国内女装市场愈加国际化，中外品牌合作步伐正加快
- 三、市场发展日趋完善，问题相随不可忽视
- 四、上下游联系紧密 专业分工更细化
- 五、质量不容乐观 打折促销盛行
- 六、努力把握时尚潮流 争创中国知名品牌

## 第十三章 2008-2009年中国重点省市女装产业市场局势分析

### 第一节 杭州

- 一、杭州女装市场发展概况
- 二、杭州女装市场的主要特点分析
- 三、杭州女装市场存在的主要困难
- 四、杭州女装市场的发展趋势及建议
- 五、杭州女装急待突破品牌瓶颈

### 第二节 青岛

- 一、青岛女装产业指导意见出台
- 二、政府大力推进青岛女装产业发展的策略
- 三、青岛女装迎来发展新高峰

### 第三节 温州

- 一、温州女装发展之路分析
- 二、温州女装零售市场现状分析
- 三、温州女装小店抢占市场的建议

#### 第四节 其他省市女装产业

一、大连

二、上海

三、虎门

#### 第十四章 2008-2009年中国重点女装品牌市场竞争力分析

##### 第一节 国外重点女装品牌

一、CHANEL

二、Versace

三、Gucci

四、ONLY

五、ETAM

##### 第二节 国内重点女装品牌

一、白领

二、斯尔丽

三、华鑫

##### 第三节 休闲女装品牌

一、以纯

二、真维斯

三、班尼路

##### 第四节 女士内衣品牌

一、戴安娜

二、古今

三、曼妮芬

四、安莉芳

#### 第十五章 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、公司发展策略

##### 第二节 上海斯尔丽服饰有限公司

一、公司简介

## 二、公司市场策略

## 三、公司品牌建设

### 第三节 上海英模特制衣有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司策略

#### 三、公司品牌特色

### 第四节 东莞东越服装有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司产品

#### 三、以纯发展情况

#### 四、以纯飞跃之谜

### 第五节 武汉红人服饰有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司品牌优势

#### 三、公司多品牌战略

## 第十六章 2008-2009年中国女装面料市场运行动向解析

### 第一节 棉纺

#### 一、世界主要棉纺织生产国的棉纺业竞争状况简析

#### 二、2008-2009年我国棉纺业发展特征分析

#### 三、2008-2009年我国棉纺业经济运行形势分析

#### 四、2008-2009年我国棉纺织行业运营状况浅析

#### 五、2008-2009年我国棉纺业增长幅度分析

### 第二节 麻纺

#### 一、近二十年我国麻纺织品进出口情况分析

#### 二、我国麻纺市场的现状分析

#### 三、国内麻纺市场重点在于培养消费者

#### 四、促进我国麻纺市场发展的建议

### 第三节 毛纺

#### 一、2008-2009年我国毛纺行业经济运行浅析

#### 二、2008-2009年我国毛纺面料市场看点解析

#### 三、以创新应对毛纺市场的变革

#### 四、&ldquo;十一五&rdquo;我国毛纺行业规划

##### 第四节 丝绸

- 一、国内丝绸行业现状及发展困境
- 二、2008-2009年我国丝绸业发展状况分析
- 三、丝绸业运行周期平稳发展
- 四、我国丝绸行业的竞争优势分析

#### 第十七章 2009-2012年中国女装产业发展趋势分析

##### 第一节2009-2012年中国服装产业发展趋势分析

- 一、国内服装行业发展特点浅析
- 二、我国服装行业发展趋势分析
- 三、中国服装市场的发展前景解析
- 四、未来服装行业的高科技发展趋势

##### 第二节 2009-2012年中国女装产业发展趋势分析

- 一、2009-2012中国女装行业发展趋势分析
- 二、未来五年我国女装市场发展分析
- 三、我国女装品牌化发展方向
- 四、我国女装产业化发展方向

##### 第三节2009-2012年中国女装产业市场盈利预测分析

#### 第十八章 2009-2012年中国女装行业投资机会与风险分析

##### 第一节 2009-2012年中国女装行业投资机会分析

- 一、网络销售分析
- 二、品牌化与规模化

##### 第二节2009-2012年中国女装行业投资风险分析

- 一、竞争风险
- 二、外资进入风险
- 三、政策与体制风险
- 四、金融风险分析
- 五、其他风险分析

##### 第三节 权威专家建议

图表目录：（部分）

图表：“十五”服装产量及增幅示意图

图表：2005-2008年服装产量增长幅度对比图

图表：服装主要产区产量增长幅度示意图

图表：2007-2008年全国纺织服装出口商品结构统计

图表：2007-2008年我纺织服装进出口企业构成统计

图表：国际品牌在高档商场经营比重逐年降低

图表：国外品牌女装在京中高档商场销售增长

图表：2004-2008年棉纺行业总量增长情况

图表：2004-2008年棉纺行业企业平均规模变化

图表：2004-2008年棉纺行业人均规模变化

图表：2004-2008年棉纺行业产销衔接和资产运转变化

图表：棉纺行业生产经营和盈利状况

图表：2004-2008年棉花进出口数量和单价变化

图表：2004-2008年棉制纺织品及服装进出口额变化

图表：2004-2008年棉纺行业短期偿债和变现能力变化

图表：2009-2012年中国女装行业主要产品价格走势预测

图表：2009-2012年中国女装行业发展前景预测

图表：略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200902/11472.html>