

# 2009年中国女装行业市场分析及 投资发展预测报告

## 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年中国女装行业市场分析及投资发展预测报告》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/200812/9031.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年中国女装产业发展环境分析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008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

### 第二章 2008年全球女装行业运行现状分析

#### 一、2008年全球女装行业发展概述

- (一) 全球女装特点分析
- (二) 全球女装市场供需分析
- (三) 全球女装市场价格普遍走低

#### 二、2008年全球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

#### 三、2009-2012年全球女装行业发展趋势分析

### 第三章 2008年中国女装产业运行形势分析

#### 一、2008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

#### 二、2008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年中国女装产业结构分析

##### 一、2008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

##### 二、2008年中国女装在纺织服装行业中的地位

- (一) 2008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

##### 三、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年中国女装行业市场营销策略及消费调查分析

##### 一、2008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

##### 二、2008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

##### 三、2008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年中国女装行业进出口状况分析

### 一、2008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

### 二、2008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

### 三、2008年贸易壁垒对中国女装出口的影响分析

## 第七章 2008年中国女装按需求分类市场分析

### 一、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

### 二、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

### 三、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年中国女装按档次分类市场分析

### 一、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

### 二、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年中国女装按年龄层次分类市场分析

### 一、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

### 二、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

### 三、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年中国女士内衣行业发展状况分析

### 一、2008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

## 二、2008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

## 三、2008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

## 四、2008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

## 五、2008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年中国女裤市场运行走势分析

### 一、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

### 二、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

### 三、2008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年中国女装产业的品牌竞争格局分析

### 一、2008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

### 二、2008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

### 三、2008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

### 四、2008年中国深圳女装品牌的SWOT解析

## 第十三章 2008年中国女装行业内竞争态势分析

### 一、2008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



## 二、2008年全球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

## 三、2008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) 国内女装市场愈加全球化，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

## 第十四章 2008年中国重点省市女装产业市场局势分析

### 一、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

### 二、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

### 三、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

### 四、其他省市女装产业

- (一) 大连
- (二) 上海
- (三) 虎门

## 第十五章 2008年中国重点女装品牌市场竞争力分析

### 一、国外重点女装品牌

(一) CHANEL

(二) Versace

(三) Gucci

(四) ONLY

(五) ETAM

### 二、国内重点女装品牌

(一) 白领

(二) 斯尔丽

(三) 华鑫

### 三、休闲女装品牌

(一) 以纯

(二) 真维斯

(三) 班尼路

### 四、女士内衣品牌

(一) 戴安娜

(二) 古今

(三) 曼妮芬

(四) 安莉芳

## 第十六章 2008年中国女装面料市场运行动向解析

### 一、棉纺

(一) 全球主要棉纺织生产国的棉纺业竞争状况简析

(二) 我国棉纺业发展特征分析

(三) 我国棉纺业经济运行形势分析

(四) 我国棉纺织行业运营状况浅析

(五) 我国棉纺业增长幅度分析

### 二、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

### 三、毛纺

(一) 2008年我国毛纺行业经济运行浅析

(二) 2008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) “十一五”我国毛纺行业规划

### 四、丝绸

(一) 国内丝绸行业现状及发展困境

(二) 2008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及投资分析

### 一、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

### 二、2009-2012年中国女装产业发展趋势分析

(一) 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

### 三、2009-2012年中国女装行业投资分析

(一) 中国女装行业投资环境分析

(二) 中国女装行业投资机会分析

(三) 中国女装行业投资风险分析

## 附录

附录一：国家进出口商品检验局关于印发《出口服装检验管理规定》的通知

附录二：出口服装检验管理规定

附录三：对外贸易壁垒调查暂行规则

#### 附录四：国家纺织产品基本安全技术规范

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/9031.html>