

2011-2015年中国女装产业 深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年中国女装产业深度调研与投资前景研究报告》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/201108/73186.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

服饰的变迁是一部历史，是一个时代发展的缩影。它是这个时代进步、文明、兴旺发达、繁荣昌盛的象征。它在记录历史变革的同时，也映衬着一种民族的精神，传承着当地的历史文化，女装更是其中不可缺少的一部分。女装品牌与款式的多元化推动了时装的发展。女装使女人倍添姿彩，女装为产业增添亮点。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国女装产业深度调研与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了女装相关基础概述、中国女装行业市场发展环境等，接着分析了中国女装行业市场运行的现状，然后介绍了中国女装市场竞争格局。随后，报告对中国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。

第一章 女装相关基础概述

第一节 女装相关阐述

一、女装的分类

二、女装行业文化的演变

三、女装品牌与款式的多元化推动了时装的发展

第二节 女装行业特点分析

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 2010-2011年世界女装行业整体运营状况分析

第一节 2010-2011年世界女装行业发展环境分析

一、全球经济现状及影响分析

二、全球服装纺织业运行及影响分析

三、欧盟市场REACH法规对女装质量产生新贸易壁垒

第二节 2010-2011年世界女装行业市场发展格局

一、世界女装市场特征分析

二、世界女装市场发展动态分析

三、世界高端品牌服装零售商紧盯印度市场

第三节 2011-2015年世界女装行业发展趋势分析

第三章 2010-2011年世界主要国家女装市场运行态势分析

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、2010年纽约秋冬女装流行趋势

第二节 日本女装市场分析

一、2010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、2010年日本百货商场女装市场发展状况

四、2010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、2010年法国女装企业经营现状

第四节 韩国女装市场分析

一、韩国女装市场品牌销售出现变化

二、韩国品牌女装纷纷进入中国市场

三、韩国女装视觉营销助推品牌发展

第五节 其他国家女装市场分析

一、意大利女装产业现状分析

二、英国加码女装行业运行态势良好

第四章 2010-2011年世界品牌女装企业营运状况分析

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、2010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、2010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

第五章 2010-2011年中国女装行业市场发展环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国女装市场政策环境分析

- 一、《FZ / T73023-2006抗菌针织品》
- 二、《GB / T20944-2007纺织品抗菌性能的评价》
- 三、我国服装行业最新八项国家标准出台
- 四、服装业新10项国家标准
- 五、服装行业十二五规划

第三节 2010-2011年中国女装市场技术环境分析

第四节 2010-2011年中国女装市场社会环境分析

- 一、女性的审美观念
- 二、女性的消费观念
- 三、女装市场韩潮风持续

第六章 2010-2011年中国女装行业市场运行态势分析

第一节 2010-2011年中国女装市场发展现状分析

- 一、女装行业规模及分布现状分析
- 二、女装的市场构成
- 三、女装市场的主要特点
- 四、中国女装逐渐缩小与国际先进水平的差距

第二节 2010-2011年中国女装行业发展动态分析

- 一、首届大浪杯深圳女装设计大赛开赛
- 二、时派尚品新版震撼上线 引领女装新风潮
- 三、梦芭莎倾力打造网络女装品牌
- 四、深圳女装企业进军奢侈品市场

第三节 2010年中国女装市场消费分析

- 一、中国女装消费主体
- 二、中国女装市场销售特点
- 三、中国女装消费者行为研究
- 四、女装零售顾客的消费心理
- 五、中国女装消费趋势和市场空白

第四节 2010-2011年中国女装市场发展存在的问题及策略建议

- 一、中国女装市场存在的主要问题
- 二、中国女装品牌运行存在的困难
- 三、明确女装品牌创意升级的发展方向
- 四、塑造女装品牌需要注意的几个方面

第七章 2008-2010年中国纺织服装制造行业主要数据监测分析

第一节 2008-2010年中国纺织服装制造行业总体数据分析

- 一、2008年中国纺织服装制造行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国纺织服装制造行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国纺织服装制造行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2008年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2009年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2010年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2008年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2009年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2010年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据分析

第八章 2010-2011年中国女装重点区域市场运行分析

第一节 北京女装市场分析

- 一、北京女装市场销售状况分析
- 二、北京市女装市场色彩运用的主要特点
- 三、2010年北京女装市场销售状况
- 四、2010年北京女装市场价格运行走势
- 五、同质化渐成北京女装市场运行的瓶颈

第二节 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、2010年深圳女装内贸市场现状
- 六、2010年深圳女装品牌发展预测

第三节 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、2010年杭州女装向国际大牌靠拢

第四节 郑州女装市场分析

一、郑州女装业发展现状分析

二、2010年郑州女装发展形势分析

三、2010年郑州女装抱团发展分析

四、2010年郑州女装发展前景分析

五、郑州女裤发展趋势

第五节 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

第六节 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

第七节 石狮

一、石狮女装市场运行呈现强势

二、石狮市场女装质量提升明显

三、网店成石狮女装市场营销新途径

第九章 2010年中国女装细分产品市场分析

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、后让孕妇装时尚升级

四、孕妇装市场战略分析

五、2010年我国孕妇装投资前景

六、2010年孕妇装竞争趋势

第二节 女性内衣市场分析

一、中国女性体型特征及其内衣消费特点透析

二、女性内衣市场容量扩大

三、女人内衣跨性别营销模式分析

四、2010年女性内衣品牌发展简况

五、特卖和贵价商品各自红火

六、色彩鲜艳款式性感的产品备受青睐

七、女性内衣品牌打响市场争夺战

八、女性内衣市场前景预测

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、2010年我国婚纱市场发展形势分析

第四节 职业女装

一、职业女装市场亮点分析

二、职业女装时尚变身赢得消费者喜爱

三、防辐射性职业女装前景好

第五节 运动服装

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

第六节 2010年中国女裤市场研究分析

一、女裤行业产业链分析

二、中国女裤产业格局发生变化

三、女裤市场区域特性分析

1、郑州女裤业发展需要价值创新

2、广州

3、陕西

三、影响品牌女裤销售竞争的因素

四、品牌代理商开发区域市场的措施

五、战略升级是中国女裤业发展方向

第十章 2010年中国女装相关产业运行分析

第一节 服装制造业

- 一、2010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、2010年纺织服装行业出口情况分析
- 四、2010年中国服装企业发展机遇及转型分析
- 五、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、我国纺织行业经济运行分析
- 二、2010年我国纺织行业内需市场回顾
- 三、2010年中国纺织行业发展目标分析
- 四、2010年中国纺织内需市场预测

第三节 2010年各地区纺织服装制造经济指标

第十一章 2010-2011年中国女装市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国女装行业竞争现状

- 一、品牌竞争分析
- 二、价格竞争分析
- 三、营销方式竞争分析

第二节 2010-2011年中国女装行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、生产企业的集中分布

第三节 2010-2011年中国女装行业竞争中存的问题

第四节 2011-2015年中国女装行业竞争趋势分析

第十二章 2010-2011年中国女装优势生产企业竞争力分析

第一节 北京白领时装有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第二节 上海斯尔丽服饰有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第三节 上海英模特制衣有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四节 东莞东越服装有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第五节 武汉红人服饰有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第六节 阿依莲有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第七节 邦宸国际有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第八节 雅戈尔有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十三章 2011-2015年中国女装行业发展趋势与前景展望分析

第一节 2011-2015年中国女装行业发展前景分析

第二节 2011-2015年中国女装行业发展趋势分析

一、中国女装产业集群趋势

二、中国高级女装品牌发展趋势

三、中国女装色彩及面料、款式流行趋势

第三节 2011-2015年中国女装流行趋势分析

一、2011-2015年全球女装设计与流行风格

二、2011-2015年中国春夏女装流行趋势

三、2011-2015年中国春季女装市场新款流行色彩

四、2011-2015年中国秋冬女装面料流行趋势

第四节 2011-2015年中国女装行业市场预测分析

一、女装行业市场产量预测分析

二、女装行业市场销量预测分析

第五节 2011-2015年中国女装市场盈利预测分析

第十四章 2011-2015年中国女装行业投资机会与风险分析

第一节 2010-2011年中国女装行业投资周期分析

一、经济周期

二、增长性与波动性

三、成熟度分析

第二节 2011-2015年中国女装行业投资机会分析

一、个性、健康服装将成为消费亮点

二、中国女装市场呈现多种商机

三、中国高尔夫女装市场需求渐增

四、加大码女装市场供不应求

第三节 2011-2015年中国女装行业投资风险分析

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201108/73186.html>