

2014-2020年中国女装市场 监测与发展前景评估报告

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

《2014-2020年中国女装市场监测与发展前景评估报告》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/201405/104309.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

从我国女装行业发展的特点来说，首先是消费观念改变、品牌意识加强。随着受教育程度的提高，多元文化的发展以及年轻女性经济实力的不断增强，女性消费者的消费观念也在不断变化。追求自我风格和个体完美的趋势日益展现，越来越多的女性消费者着装讲究个性化，选择自己喜欢的服装已成为一种时尚；大部分女性愿意以服装来显示自己的文化层次和品味，而各个年龄段的女性消费者对品牌服装的要求也越来越高。

其次，市场细分化，国际品牌布局中国，竞争愈加激烈。如果站在全球高度分析市场格局，可以看到欧美品牌女装凭借其品牌影响力与市场规模，牢牢占据着行业的领袖地位；日韩女装特别是近期的韩国女装，在年轻群体中脱颖而出，已经开始逐渐引导世界范围年轻人的时尚潮流。而中国女装的地位与影响力相对较弱，既缺少知名的国际品牌，又缺乏时尚流行元素。随着服装市场国际化进程加快，定位不明的我国女装企业必将面临惨烈的市场竞争。女装从业者只有依靠精确的市场细分与定位，方能准确判断市场走势与自身所处地位，配合相应的市场行为，在未来的竞争中生存并且发展。

我国女装企业虽然数量众多，但普遍存在库存高、周转速度慢、产品同质化等问题，同时消费者对女装品牌的忠诚度较低，市场份额不稳定，使得价格战和终端的促销战频繁上演。中国女装行业的市场竞争格局，正由过去的降价竞争快速变成款式、时尚、销售环境、文化底蕴、品牌地位等综合因素的竞争。加之今年以来服装企业生产成本增加、销售下滑、利润变薄，一些服装企业把重心越来越多地偏移向二三线城市，将二线城市作为其发展、扩张的切入点，将激烈的市场竞争带到原本平静的二三线地区。

随着新兴产业的发展、受教育程度的提高、多元文化的发展，年轻女性在经济上的实力不断增加，人们的消费观念也在不断变化，品牌意识更加强烈。现代消费者着装讲究个性化，追求自我风格和完美，选择自己喜欢的服装是一种时尚。大部分女性愿意用服装来表达显示自己的文化层次和品位。而各个年龄段的女性消费者对品牌服装的要求也越来越高。这就使得市场更加细分化，从大众休闲服、运动服、少女装、淑女服、时尚休闲、量体裁衣、量身定做等，还出现专门设计等深层次的个性化服务，以此来满足不同年龄层次、不同经济地位、不同文化背景的女性消费者需要。

随着中国经济的发展，女装品牌的数量有着极高的增长率；但女装品牌的区域性较强，在全国范围内市场占有率较高的女装品牌相比较男装品牌而言，市场占有率还是相对较低且消费群体不稳定消费者品牌忠诚度也相对偏低。“南装北上”已经成为中国女装品牌市场的一个典型现象，但是从总体看中国女装品牌区域特征依然突出。

《2014-2020年中国女装市场监测与发展前景评估报告》是根据研究中心多年来对中国细分

产业的研究，结合对行业历年供需关系变化规律，对我国女装行业的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

本研究报告数据主要通过市场调研、国家统计局、全国海关信息中心等数据资料，以及期刊及网上信息二手资料进行桌面研究。其中国家统计局可利用的数据包括行业数据以及企业数据；全国海关信息中心包括进出口数据；再加上自身公司的调研团队进行市场调研，价格数据主要来自于各类市场监测数据。

【 目录 】

第一章 女装行业概述

第一节 概念

一、定义及分类

二、特点

第二节 行业发展成熟度

一、行业发展历程分析

二、行业中外行业成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 行业特征分析

一、行业规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际行业

五、主要竞争因素

第二章 2011-2012年女装行业全球发展分析

第一节 全球女装行业发展分析

一、2011年全球女装行业发展分析

二、2012年全球女装行业发展分析

第二节 2012年全球行业分析

一、全球需求分析

二、欧美需求分析

三、中外行业对比

第三节 2011-2012年主要国家或地区女装行业发展分析

一、美国

二、日本

三、欧洲

第三章 中国女装行业发展宏观环境分析

第一节 2011-2012年经济发展环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

三、工业发展形势分析

第二节 2011-2012年女装行业政策法规环境分析

一、行业政策环境

二、国内宏观政策对其影响

三、行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

第四章 2011-2012年中国女装行业整体运行分析

第一节 2011-2012年中国女装行业发展状况

一、行业发展动态

二、行业经营业绩分析

第二节 2012年中国女装行业供需状况

一、行业产能分析

二、供给分析

三、需求分析

第三节 2011-2012年中国女装行业产品价格分析

一、2011年产品价格分析

二、2012年产品价格分析

第四节 2011-2012年中国女装行业成本分析

一、原材料分析

二、劳动力分析

三、运输成本分析

第五章 2011-2012年女装行业区域分析

一、华北行业

二、东北行业

三、华中行业

四、华东行业

五、华南行业

六、西南行业

七、西北行业

第六章 2008-2012年中国女装行业运行效益分析

第一节 总产值分析

一、2008-2012年女装行业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 销售总量分析

一、2008-2012年女装行业销售总量分析

二、不同规模企业销售总量比较分析

三、不同所有制企业销售总量比较分析

第三节 产品成本费用分析

一、2008-2012年女装行业成本费用总额分析

二、不同规模企业产品成本比较分析

三、不同所有制企业产品成本比较分析

第四节 利润总额分析

一、2008-2012年女装行业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第七章 2011-2012年中国女装行业进出口分析

第一节 2011-2012年女装行业进出口总况分析

一、进口总量统计

二、出口总量统计

第二节 2011-2012年女装行业主要进出口国分析

一、主要进口国

二、主要出口国

第三节 2011-2012年女装行业分产品进出口价格分析

一、总体价格进出口分析

二、细分产品进出口价格分析

三、影响价格因素分析

第四节 2011-2012年女装行业进出口行业影响因素分析

一、税收政策影响

二、国际金融危机的影响

三、国内外需求变化影响

四、贸易壁垒影响分析

第八章 女装行业产业链分析

第一节 产业链分析

一、行业经济特性

二、产业链结构分析

第二节 上下游产业发展对行业的影响分析

一、上游产业发展对该行业的影响

二、下游产业发展对该行业的影响

三、整体行业变化对该行业的影响

第九章 2011-2012年女装行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、企业集中度分析

二、区域集中度分析

三、产品集中度分析

第三节中国女装行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、行业结构与竞争状态

五、政府的作用

第十章 2012年中国女装行业内重点企业竞争策略分析

第一节行业内主要企业竞争力综合表现分析

一、资产总计对比分析

二、从业人员对比分析

三、全年营业收入对比分析

四、出口交货值对比分析

五、利润总额对比分析

六、综合竞争力对比分析

第二节主要企业产品增长及策略分析

一、2012年行业增长潜力分析

二、2012年主要潜力品种分析

三、现有产品竞争策略分析

四、潜力品种竞争策略选择

第三节女装行业企业竞争策略总结

一、产品策略

二、价格策略

三、销售渠道策略

四、促销策略

第十一章 2012年中国女装行业内重点企业分析

第一节企业一

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第二节企业二

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第三节企业三

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第四节企业四

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第五节企业五

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第六节企业六

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第十二章 2014-2020年女装行业投资机会与风险分析

第一节 女装行业投资收益率比较及分析

一、2012年相关产业投资收益率比较

二、2013-2017行业投资收益率分析

第二节 2014-2020年女装行业投资预测分析

一、投资状况分析

二、投资效益分析

三、投资趋势预测

四、投资方向分析

五、51报告在线对女装行业的投资建议

第三节 2014-2020年影响女装行业发展的主要因素分析

一、有利因素

二、不利因素

四、面临的挑战

五、面临的机遇

第五节 2014-2020年中国女装行业投资风险分析

一、行业风险

二、政策风险

三、经营风险

四、技术风险

五、其他风险

第十三章 2014-2020年中国女装行业发展趋势预测分析

第一节 2014-2020年女装行业发展环境展望

一、宏观经济形势展望

二、政策走势展望

三、国际行业走势展望

第二节 2014-2020年女装行业发展趋势分析

一、技术发展趋势分析

二、产品发展趋势分析

三、行业竞争格局展望

第三节2014-2020年中国女装行业发展前景预测

一、行业总产值预测

二、行业销售收入预测

三、行业产品产销预测

四、行业进出口预测

第四节对女装行业投资策略的建议

一、重点投资产品

二、重点投资领域

三、其他策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201405/104309.html>