

2018年中国女装市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国女装市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/352636352636.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

女装是服装消费中第一大品类。我国女装市场规模占总服装市场规模比重达48.57%。女性职业水平提高，经济日益独立，服装消费能力不断提升。随着女性接受高等教育和就业的机会增多，她们的消费习惯逐步发生改变；特别在城市，女性逐渐享有更大的经济独立性和消费选择权利。据调查显示，中国77.3%的已婚女性决定着家庭的吃、穿以及日常用品的选购；22.7%的已婚女性在家庭买房、买车、购买贵重物品等大额支出时会“自己做主”；从收入分配角度，46.5%的已婚女性个人收入由自己支配，将收入交给丈夫的仅占2.2%，其余为共同支配。我国服装市场中各类服装所占比例（单位：%）资料来源：公开资料整理

同时，服装消费在白领女性消费支出占比最大：现代白领女性毫无疑问是当今城市消费品市场的主力军，她们容易接受新生事物、追求潮流、乐于传播、懂得善待自己，对生活品质有着较高的要求，而且具备足够的购买力。在当代女性的实际个人消费构成中，服装占35.4%，远远超过美容（20.9%），书籍、电影（10%），交际、旅游（8.4%）。

按照目标消费人群、价格定位以及文化元素等的不同，女装行业有较多的细分需求。例如按照消费人群以及着装风格的不同，分为中老年女装、熟女装中淑女装和少淑女装；而这些目标客户群体的消费特征也有所不同。

女装行业的消费客户群体不同、细分市场多，决定了女装市场集中度较低的特性。整个市场大致可以分为奢侈高端、中高端、大众中端、中低端四个档次。这四个市场中，在目标客户群体、产品特征和供应渠道分布上均呈现显著的差异化。其中，奢侈高端市场主要为国外品牌所占据，部分本土品牌定位高端错位竞争；大众中端层面，本土品牌与国外品牌激烈竞争；中低端层面，主要是本土品牌与极个别国外品牌。

观研天下发布的《2018年中国女装市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中

国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。（LP）

第一部分 女装产业环境透视

第一章 女装行业分析

第一节 世界女装发展总体状况

- 一、国际女装行业结构面临发展变局
- 二、全球女装市场持续扩张
- 三、国际女装市场发展态势
- 四、经济全球化下国外女装开发的策略

第二节 中国女装行业的发展

- 一、我国女装行业发展取得的进步
- 二、中国女装行业发展态势
- 三、中国女装行业逐步向优势区域集聚
- 四、我国女装行业的政策导向分析

第三节 女装行业的投资机遇

- 一、我国女装行业面临的政策机遇
- 二、产业结构调整为女装发展提供良机
- 三、我国女装行业投资潜力

第四节 女装行业发展存在的问题

- 一、中国女装行业化发展的主要瓶颈
- 二、我国女装行业发展中存在的不足
- 三、制约中国女装行业发展的因素
- 四、我国女装行业发展面临的挑战

第五节 促进我国女装行业发展的对策

- 一、加快我国女装行业发展的对策
- 二、促进女装行业健康发展的思路
- 三、发展壮大中国女装行业的策略简析
- 四、区域女装行业发展的政策建议

第二章 中国女装产业运行环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、全社会固定资产投资分析

第二节 中国女装产业政策环境分析

- 一、女装产业政策分析
- 二、女装标准分析

第三节 中国女装产业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析

第二部分 女装行业深度分析

第三章 中国女装产业运行走势分析

第一节 中国女装产业发展概述

- 一、女装产业回顾
- 二、世界女装市场分析

第二节 中国女装产业运行态势分析

- 一、女装价格分析
- 二、世界先进水平的女装

第三节 中国女装产业发展存在问题分析

第四章 中国女装产业市场运行态势分析

第一节 中国女装产业市场发展总况

- 一、女装市场情况分析
 - 1、我国女装行业目前还处于成长期
 - 2、国际奢侈品女装发展呈现四个特点
 - 3、高端女装发展及增长潜力分析
 - 4、少淑女装品牌发展市场突破能力强
- 二、女装需求分析
- 三、女装需求特点分析

第二节 女装行业主要产品市场分析

一、行业产品市场发展概况

二、职业女装市场分析

1、职业女装市场发展概况

2、职业女装消费需求特点

3、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

4、职业女装市场发展前景

三、休闲女装市场分析

1、休闲女装市场发展概况

2、休闲女装市场品牌格局

3、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

4、休闲女装市场发展趋势

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

五、其它女装市场分析

1、女性内衣市场分析

2、婚纱市场发展分析

第五章 中国女装行业主要数据监测分析

第一节 中国女装行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 中国女装行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、销售收入结构分析
- 第三节 中国女装行业盈利能力分析
 - 一、主要盈利指标分析
 - 二、主要盈利能力指标分析

第六章 女装及其主要上下游产品

第一节 女装上下游分析

- 一、与上下游行业之间的关联性
 - 二、上游原材料供应形势分析
 - 1、棉花种植行业发展状况
 - 2、服装面料行业发展状况
 - 3、服装辅料行业发展状况
 - 4、缝纫机械行业发展状况
 - 三、下游市场解析
 - 1、百货商场女装销售情况
 - 2、购物中心女装销售情况
 - 3、服装批发市场销售情况
 - 4、专卖连锁发展状况及影响
 - 5、超级市场发展状况及影响
 - 6、网络销售市场发展状况及影响
 - 四、下游女装市场消费者行为分析
 - 1、女性品牌服装的消费者分析
- ### 第二节 女装行业产业链分析
- 一、上游行业影响及风险分析
 - 二、下游行业风险分析及提示
 - 三、关联行业风险分析及提示

第三部分 女装行业竞争格局分析

第七章 中国女装市场竞争格局分析

第一节 中国女装竞争现状分析

- 一、女装市场竞争力分析
 - 1、现有企业间竞争
 - 2、潜在进入者分析
 - 3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

第二节 中国女装产业集中度分析

一、女装市场集中度分析

二、女装区域集中度分析

第三节 中国女装企业提升竞争力策略分析

一、中国女装行业国际竞争战略分析

二、提高女装行业竞争力的对策措施

三、打造服装行业品牌竞争力的策略

四、女装零售市场会员制营销策略竞争力分析

第四节 女装行业发展模式分析

第五节 我国女装行业经营策略分析

一、女装市场细分策略

二、女装市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、女装新产品差异化战略

第八章 女装优势企业竞争性财务数据分析

第一节 朗姿股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 维格娜丝时装股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 深圳歌力思服饰股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 珂莱蒂尔

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 慕诗国际集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 拉夏贝尔服饰有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 宝国国际控股有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 湖北美尔雅股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四部分 女装产业发展前景展望

第九章 2018-2024年中国女装产业发展趋势预测分析

第一节 2018-2024年中国女装发展趋势分析

一、女装产业发展方向分析

二、女装竞争格局预测分析

三、女装行业发展预测分析

第二节 2018-2024年中国女装市场预测分析

一、女装供给预测分析

二、女装需求预测分析

第三节 2018-2024年中国女装市场盈利预测分析

第十章 2018-2024年中国女装行业投资机会与风险分析

第一节 2018-2024年中国女装行业投资环境分析

第二节 2018-2024年中国女装行业投资机会分析

一、女装投资潜力分析

二、女装投资吸引力分析

第三节 2018-2024年中国女装行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、技术风险分析

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

第五节 建议

第六节 女装行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/352636352636.html>