

中国女装市场竞争分析及盈利空间评估报告（2014-2018）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国女装市场竞争分析及盈利空间评估报告（2014-2018）》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/fuzhuang/179093179093.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

“衣、食、住、行”，服装作为人类社会生活的基本内容之一，其发展与该时期、该地域的经济、政治、社会文化的发展密不可分，而女性社会地位的转变（由相对弱势转变为平等）和独特的消费习惯决定了女装风格切换极快。

与男装相比，国内女装行业品牌化起步较晚，目前市场上知名女装品牌如玛斯菲尔、雅莹、歌莉娅、秋水伊人等大都创立于90年代，同时期国外女装品牌ONLY、艾格Etam也陆续进入中国市场。进入21世纪，随着专卖店渠道的兴起和女性社会地位的不断提升，女装行业进入了快速发展期。

近年来我国女装行业呈现“不断加速”的发展态势：目前我国整个女装市场零售额在6000亿元以上，近五年来年均增速超过10%，预计未来5年将维持10-15%增速，产品提价成为目前行业增长主要动力之一。女装行业发展起步晚以及女性特有的消费特征决定了行业目前呈现“多、小、散、低”的竞争格局，未来集中度将逐步提高。

中国报告网网发布的《中国女装市场竞争分析及盈利空间评估报告（2014-2018）》，首先介绍了女装行业的概念，接着分析了中国女装行业发展环境，然后对中国女装行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国女装行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国女装行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录：

第一章 女装行业概述

1.1 女装行业定义

1.2 女装产品分类

1.2.1 上衣

1.2.2 裤子

1.2.3 裙子

1.2.4 内衣

1.3 女装发展历程简介

1.4 女装行业发展特点分析

1.4.1 行业技术特点

1.4.2 行业消费特点

1.4.3 行业运营特点

1.5 女装行业的投资特性

第二章 2013年女装行业发展状况分析

2.1 全球女装行业发展现状分析

2.1.1 全球女装行业发展概述

2.1.2 全球知名女装品牌分析

2.1.3 全球女装行业市场竞争格局分析

2.1.4 全球女装产品供需情况分析

2.2 全球重点国家及区域女装行业发展状况分析

2.3 中国女装行业发展状况分析

2.3.1 中国女装行业发展概况

2.3.2 中国女装行业发展特点

2.3.3 中国女装行业发展影响因素分析

第三章 2013年中国女装市场状况分析

3.1 中国女装市场发展特征分析

3.1.1 上衣市场发展特征

3.1.2 裤子市场发展特征

3.1.3 裙子市场发展特征

3.1.4 内衣市场发展特征

3.2 中国女装行业供需状况分析

3.2.1 2013年全国女装行业供给情况分析

3.2.1.1 全国女装行业总产值分析

3.2.1.2 全国女装行业产品结构分析

3.2.2 2013年各地区女装行业供给情况分析

3.2.3 2013年全国女装行业需求情况分析

3.2.4 2013年各地区女装行业需求情况分析

3.3 行业总体市场竞争状况分析

3.3.1 中国女装行业竞争格局分析

3.3.2 中国女装行业集中度分析

3.3.2.1 行业销售集中度分析

3.3.2.2 行业利润集中度分析

3.3.3 中国女装行业市场规模分析

3.3.4 女装行业市场竞争结构分析及预测

3.3.4.1 供应商分析及预测

3.3.4.2 购买者分析及预测

3.3.4.3 渠道竞争分析及预测

3.3.4.4 潜在竞争者分析及预测

3.4 行业不同经济类型企业特征分析

3.4.1 不同经济类型企业特征情况

3.4.2 行业经济类型集中度分析

第四章2013年中国女装行业发展环境分析

4.1 行业政策环境分析

4.1.1 行业相关政策动向

4.1.1.1 女装行业标准

4.1.1.2 纺织品检测标准

4.1.1.3 服装零售业政策

4.1.2 行业发展规划

4.1.3 对行业的影响

4.2 行业经济环境分析

4.2.1 国际宏观经济环境分析

4.2.2 国内宏观经济环境分析

4.3 行业消费环境分析

4.3.1 行业消费特征分析

4.3.1.1 消费者购买要素

4.3.1.1.1 价格因素

4.3.1.1.2 品牌因素

4.3.1.1.3 风格特点

4.3.1.1.4 面料因素

4.3.1.1.5 尺寸因素

4.3.1.2 消费者主要购买渠道

4.3.1.3 消费者购买方式

4.3.1.4 消费者预期

4.3.2 行业消费趋势分析

4.4 行业贸易环境分析

4.4.1 行业贸易环境发展现状

4.4.2 行业贸易环境发展趋势

4.5 行业社会环境分析

4.5.1 行业发展与社会经济的协调

4.5.2 行业发展面临的社会审美标准问题

第五章2013年中国女装行业原料市场分析

5.1 化纤

5.1.1 化纤供需状况

5.1.2 化纤价格走势

5.2 茧丝

5.2.1 茧丝市场发展概况

5.2.2 茧丝供需状况

5.2.3 茧丝价格走势

5.3 棉花

5.3.1 国内外棉花行业总体发展状况

5.3.1中国棉花市场供需情况分析

5.3.1棉花价格走势

5.3 拉链

5.3.1 国内外拉链行业总体发展状况

5.3.2 拉链行业重要生产企业分析

5.3.3影响拉链市场价格变化的主要因素

5.4 其他辅料

第六章 女装行业重点区域市场分析

6.1 行业总体区域结构特征分析

6.1.1 行业区域结构总体特征

6.1.2 行业区域集中度分析

6.1.3 行业区域分布特点分析

6.1.4 行业规模指标区域分布分析

6.1.5 行业效益指标区域分布分析

6.1.6 行业企业数的区域分布分析

6.2 华东女装行业发展分析及预测

6.3 华南女装行业发展分析及预测

6.4 华北女装行业发展分析及预测

6.5 华中女装行业发展分析及预测

6.6 西南女装行业发展分析及预测

6.7 西北女装行业发展分析及预测

6.8 东北女装行业发展分析及预测

第七章2013年中国女装行业主要细分市场分析

7.1 少女装发展状况及市场分析

7.1.1 少女装发展历程及现状

7.1.2 少女装市场分析

7.1.2.1 2013年少女装市场产值

7.1.2.2 2013年少女装供需情况

7.1.3 少女装市场竞争格局

7.1.4 主要少女装生产企业分析

7.1.5 少女装消费特点分析

7.1.6 少女装行业发展存在的问题

7.2 轻熟女装发展状况及市场分析

7.2.1 轻熟女装发展历程及现状

7.2.2 轻熟女装市场分析

7.2.2.1 2013年轻熟装市场产值

7.2.2.2 2013年轻熟装供需情况

7.2.3 轻熟装市场竞争格局

7.2.4 主要轻熟装生产企业分析

7.2.5 轻熟装消费特点分析

7.2.6 轻熟装行业发展存在的问题

7.3 女内衣行业发展状况及市场分析

7.3.1 女内衣行业发展历程及现状

7.3.2 女内衣行业市场分析

7.3.2.1 2013年女内衣市场产值

7.3.2.2 2013年女内衣供需情况

7.3.3 女内衣市场竞争格局

7.3.4 女内衣行业发展存在的问题

第八章 女装行业进出口市场分析

8.1 女装行业进出口状况综述

8.2 2013年女装行业出口市场分析

8.2.1 行业出口整体情况

8.2.2 行业出口产品结构

8.3 2013年女装行业进口市场分析

8.3.1 行业进口整体情况

8.3.2 行业进口产品结构

8.4 女装行业进出口前景及建议

8.4.1 女装行业出口前景及建议

8.4.2 女装行业进口前景及建议

第九章 女装行业市场销售渠道与营销模式分析

9.1 女装行业销售渠道分析

9.1.1 销售渠道发展概况

9.1.2 女装行业经营模式

- 9.1.2.1 直营模式
- 9.1.2.2 加盟模式
- 9.1.2.3 批发模式
- 9.1.2.4 经销商模式
- 9.1.3 女装零售渠道分析
 - 9.1.3.1 百货商场
 - 9.1.3.2 品牌专卖店
 - 9.1.3.3 批发市场
 - 9.1.3.4 网络销售
- 9.1.4 女装行业网购与电商发展分析
 - 9.1.4.1 服装电商发展现状分析
 - 9.1.4.2 服装网购规模分析
 - 9.1.4.3 女装网络品牌发展分析
 - 9.1.4.4 女装网购消费特点分析
 - 9.1.4.5 女装网购发展趋势分析
- 9.2 女装行业营销模式分析
 - 9.2.1 品牌营销
 - 9.2.2 价格营销
 - 9.2.3 渠道营销
 - 9.2.4 促销手段
- 第十章 2013年中国女装行业主要外资品牌分析
 - 10.1 Gucci
 - 10.1.1 企业简介
 - 10.1.2 2011-2013年企业经营状况分析
 - 10.2 范思哲
 - 10.2.1 企业简介
 - 10.2.2 2011-2013年企业经营状况分析
 - 10.3 艾格
 - 10.3.1 企业简介
 - 10.3.2 2011-2013年企业经营状况分析
 - 10.4 ONLY
 - 10.4.1 企业简介
 - 10.4.2 2011-2013年企业经营状况分析
 - 10.5 优衣库
 - 10.5.1 企业简介

10.5.2 2011-2013年企业经营状况分析

10.6 欧时力

10.6.1 企业简介

10.6.2 2011-2013年企业经营状况分析

第十一章 中国女装行业重点企业经营状况分析

11.1 女装企业发展总体状况分析

11.1.1 女装行业企业规模

11.1.2 女装行业销售收入状况

11.1.3 女装行业利润总额状况

11.2 女装行业领先企业个案分析

11.2.1 哥弟

11.2.1.1 企业发展简况

11.2.1.2 主要经济指标分析

11.2.1.3 企业偿债能力分析

11.2.1.4 企业运营能力分析

11.2.1.5 企业盈利能力分析

11.2.1.6 企业发展能力分析

11.2.2 歌莉娅

11.2.2.1 企业发展简况分析

11.2.2.2 主要经济指标分析

11.2.2.3 企业偿债能力分析

11.2.2.4 企业运营能力分析

11.2.2.5 企业盈利能力分析

11.2.2.6 企业发展能力分析

11.2.3 太平鸟

11.2.3.1 企业发展简况分析

11.2.3.2 主要经济指标分析

11.2.3.3 企业偿债能力分析

11.2.3.4 企业运营能力分析

11.2.3.5 企业盈利能力分析

11.2.3.6 企业发展能力分析

11.2.4 红袖

11.2.4.1 企业发展简况分析

11.2.4.2 主要经济指标分析

11.2.4.3 企业偿债能力分析

11.2.4.4 企业运营能力分析

11.2.4.5 企业盈利能力分析

11.2.4.6 企业发展能力分析

11.2.5 圣迪奥

11.2.5.1 企业发展简况分析

11.2.5.2 主要经济指标分析

11.2.5.3 企业偿债能力分析

11.2.5.4 企业运营能力分析

11.2.5.5 企业盈利能力分析

11.2.5.6 企业发展能力分析

第十二章 2014-2018年中国女装行业发展前景与趋势分析

12.1 中国女装行业发展前景概述

12.1.1 中国女装行业SWOT分析

12.1.1.1 中国女装行业优势分析

12.1.1.2 中国女装行业劣势分析

12.1.1.3 中国女装行业机会分析

12.1.1.4 中国女装行业威胁分析

12.1.2 女装行业市场前景分析

12.2 中国女装行业发展趋势分析

12.2.1 中国女装行业市场供给发展趋势

12.2.2 中国女装行业市场需求发展趋势

12.2.3 中国女装行业竞争格局发展趋势

12.2.4 中国女装行业品牌集中度发展趋势

12.2.5 中国女装行业进出口贸易发展趋势

图表目录：（部分）

图表：国内女装行业发展进程

图表：20世纪初至今世界女装风格演变

图表：女装市场按价格细分

图表：女装按消费人群及着装风格细分

图表：女装、男装与童装行业市场零售额及其增速

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2012-2013年10月固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2012-2013年10月固定资产投资到位资金同比增速

图表：2013年1-10月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2012年10月-2013年10月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2012年10月-2013年10月鲜菜与鲜果价格变动情况

图表：2013年10月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013年10月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2013年10月居民消费价格主要数据

图表：2012年10月-2013年10月规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2013年10月份规模以上工业生产主要数据

图表：2012年10月-2013年10月发电量日均产量及同比增速

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/179093179093.html>