

2021年中国女装行业分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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《2021年中国女装行业分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/530851530851.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

根据国家统计局数据显示，2019年人均衣着消费为1338元，与上一年相比较增长了3.8%，占人均消费支出的7.1%，预计在2020年全国衣着消费人均将突破1600元。

2015-2019年全国居民人均衣着消费支出增长（元）及比重统计情况

资料来源：国家统计局

1、我国女装市场细分

就是通过对市场的调查研究，根据消费者各方面的需求和行为不同，把市场划分为不同消费群体的过程，而类似的消费者就是一个细分市场。

服装市场常见的细分变量有地理、人口、行为、心里（生活方式）等。四种细分各有千秋；地理和人口的细分比较便于操作，而心里和行为的细分更能清楚的描绘特定消费群体的特征。

女装市场细分评价表

资料来源：中国知网

2、目标市场的选择

评估和选择目标市场必须考虑两个因素，公司具有的资源 and 该细分市场的吸引力，前者包括产品、公司形象、销售渠道、资金实力等，后者则包括市场大小、成长潜力、盈利水平、风险程度等等。

下面给出一种常见女装企业的目标市场选择策略：

地理：主要面向主城区市场。

年龄：13-34岁青年为主，35-53岁壮年为辅。

收入情况：低收入群体和中收入群体为主。

职业：学生、企业职员

心里特征：追求时尚个性、渴望与众不同。

行为特征：追求品牌同时注重品质和售后服务，对品牌比较忠诚。（CJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国女装行业分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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。

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家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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国女装行业发展概述

第一节 女装行业发展情况概述

- 一、女装行业相关定义
- 二、女装行业基本情况介绍
- 三、女装行业发展特点分析
- 四、女装行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、女装行业需求主体分析

第二节 中国女装行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、女装行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国女装行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

五、产业链附加值分析

第三节 中国女装行业生命周期分析

一、女装行业生命周期理论概述

二、女装行业所属的生命周期分析

第四节 女装行业经济指标分析

一、趋势因素分析

二、循环因素分析

三、随机因素分析

第五节 中国女装行业进入壁垒分析

一、女装行业资金壁垒分析

二、女装行业技术壁垒分析

三、女装行业人才壁垒分析

四、女装行业品牌壁垒分析

五、女装行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球女装行业市场发展现状分析

第一节 全球女装行业发展历程回顾

第二节 全球女装行业市场区域分布情况

第三节 亚洲女装行业地区市场分析

一、亚洲女装行业市场现状分析

二、亚洲女装行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲女装行业市场前景分析

第四节 北美女装行业地区市场分析

一、北美女装行业市场现状分析

二、北美女装行业市场规模与市场需求分析

三、北美女装行业市场前景分析

第五节 欧洲女装行业地区市场分析

一、欧洲女装行业市场现状分析

二、欧洲女装行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲女装行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界女装行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球女装行业市场规模预测

第三章 中国女装产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品女装总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国女装行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国女装产业社会环境发展分析

- 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
- 五、消费观念分析

第四章 中国女装行业运行情况

第一节 中国女装行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国女装行业市场规模分析

第三节 中国女装行业供应情况分析

第四节 中国女装行业需求情况分析

第五节、我国女装行业进出口形势分析

- 1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国女装行业细分市场分析（2016-2020年）

1、女士上装市场

2、女士下装市场

3、女士套装市场

4、女士袜子市场

5、其他女士用品市场

第七节 中国女装行业供需平衡分析

第八节 中国女装行业发展趋势分析

第五章 中国女装所属行业运行数据监测

第一节 中国女装所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国女装所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国女装所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国女装市场格局分析

第一节 中国女装行业竞争现状分析

一、中国女装行业竞争情况分析

二、中国女装行业主要品牌分析

第二节 中国女装行业集中度分析

一、中国女装行业市场集中度分析

二、中国女装行业企业集中度分析

第三节 中国女装行业存在的问题

第四节 中国女装行业解决问题的策略分析

第五节 中国女装行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国女装行业需求特点与动态分析

第一节 中国女装行业消费市场动态情况

第二节 中国女装行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 女装行业成本分析

第四节 女装行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国女装行业价格现状分析

第六节 中国女装行业平均价格走势预测

- 一、中国女装行业价格影响因素
- 二、中国女装行业平均价格走势预测
- 三、中国女装行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国女装行业区域市场现状分析

第一节 中国女装行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区女装市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区女装市场规模分析
- 四、华东地区女装市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区女装市场规模分析
- 四、华中地区女装市场规模预测
- 第四节 华南地区市场分析
 - 一、华南地区概述
 - 二、华南地区经济环境分析
 - 三、华南地区女装市场规模分析
 - 四、华南地区女装市场规模预测

第九章 2017-2020年中国女装行业竞争情况

第一节 中国女装行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国女装行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国女装行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第四节 中国女装行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 女装行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 波司登国际控股有限公司（bosideng/波司登）

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 BESTSELLER集团（only）

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 日本迅销公司（uniqlo/优衣库）

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司（peacebird/太平鸟）

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 江苏雅鹿集团股份有限公司（yaloo/雅鹿）

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 杭州意芙实业有限公司（eifini/伊芙丽）

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 江西共青鸭鸭集团（鸭鸭）

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 深圳霸豪电子商务有限公司（茉莉精灵）

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 上海拉夏贝尔服饰股份有限公司（拉夏贝尔）

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 北京阳光三麦商贸有限公司（初飒）

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国女装行业发展前景分析与预测

第一节 中国女装行业未来发展前景分析

第一节 中国女装行业市场规模预测

一、中国女装行业市场规模预测

二、中国女装行业市场规模增速预测

第二节 中国女装行业产值预测

- 一、中国女装行业产值规模预测
- 二、中国女装行业产值增速预测
- 第三节 中国女装行业供需情况预测
- 第四节 中国女装行业盈利走势预测
- 一、中国女装行业毛利润同比增速预测
- 二、中国女装行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国女装行业投融资分析

- 第一节 女装行业国内投融资环境分析（冷热因素法）
- 第二节 中国女装行业投融资现状分析
- 第三节 中国女装行业投融资增速预测
- 第四节 女装行业投融资风险分析
- 一、女装行业政策风险分析
- 二、女装行业技术风险分析
- 三、女装行业竞争风险分析
- 四、女装行业其他风险分析

第十三章 2021-2026年中国女装行业发展战略及规划建议

- 第一节 中国女装行业品牌战略分析
- 一、女装企业品牌的重要性
- 二、女装企业品牌的现状分析
- 三、女装企业的品牌战略
- 第二节 中国女装行业市场的关键客户战略实施
- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、实施关键客户战略要重点解决的问题
- 第三节 中国女装行业战略综合规划分析
- 一、技术开发战略
- 二、业务组合战略
- 三、产业战略规划
- 四、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国女装行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国女装行业产品策略分析

一、服务（产品）开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国女装行业定价策略分析

第三节 中国女装行业营销渠道策略

一、女装行业渠道选择策略

二、女装行业营销策略

第四节 中国女装行业电商运营策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国女装行业重点投资区域分析

二、中国女装行业重点投资产品分析

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/530851530851.html>