

2020-2026年中国女装市场 深度分析与战略咨询报告

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

《2020-2026年中国女装市场深度分析与战略咨询报告》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/202005/162153.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

女装市场集中度低，高端女装更为分散。相对于男装，女性服装需求更为多样化。时尚的本质在于个性，个性又决定了女性对于单一品牌的需求有限。故而女装行业市场较为分散。2017年我国运动装市场CR10为59.1%，运动品牌巨头们瓜分了近六成的市场。

同时期，男装CR10为16.4%，而女装仅为8.2%，市场集中度显著低于男装。长期以来女装行业CR10约在运动装的十分之一区间徘徊。女装市场不仅国内品牌众多，竞争激烈，国际品牌也占据相当大的份额。高端女装更是服装领域中集中度最低的细分行业。

女装行业集中度不断提升。虽然女装市场分散，但是从时间维度观察，我国女装行业的集中度在持续攀升中。2008年至2017年，我国整体服饰CR10从5.8%增加至7.3%。

按子行业细分，男装CR10从2008年的10.6%增加至2017年的16.4%。而女装由于竞争充分，集中度较低，自2008年以来CR10增幅最小，从2008年的6.2%提升至2017年的8.2%。

目前女装市场高度分散化，尚未出现具有绝对领先地位的行业龙头，这为新晋品牌提供了生存空间。预计，未来多品牌运作的优质女装公司市场份额将会逐渐扩大，形成具有绝对优势的品牌集群。

报告目录第1章：女装行业发展环境分析

1.1 女装行业定义及统计标准

1.1.1 行业定义及产品分类

1.1.2 女装行业统计部门及口径

1.1.3 女装行业统计方法

1.1.4 女装行业数据种类

1.2 女装行业发展环境分析

1.2.1 女装行业政策环境分析

（1）纺织服装出口退税率分析

（2）行业相关政策及产业规划

1.2.2 女装行业经济环境分析

（1）全球宏观经济环境分析

1) 全球GDP运行趋势分析

2) 经济运行分化

3) 世界贸易低速增长

4) 全球经济发展预测

（2）中国宏观经济环境分析

- 1) 中国国内生产总值分析
- 2) 中国服务业发展水平分析
- 3) 中国居民消费能力分析
- 4) 中国经济发展趋势预测
- (3) 服装出口贸易形势分析
- (4) 经济环境对女装行业的影响

第2章：中国女装行业经营效益与进出口分析

- 2.1 中国女装行业发展现状分析
 - 2.1.1 中国女装行业总体发展概况
 - 2.1.2 中国女装行业主要发展特点
- 2.2 中国女装行业经营效益分析
 - 2.2.1 中国女装行业经营效益分析
 - 2.2.2 中国女装行业盈利能力分析
 - 2.2.3 中国女装行业运营能力分析
 - 2.2.4 中国女装行业偿债能力分析
 - 2.2.5 中国女装行业发展能力分析
- 2.3 中国女装行业经济指标分析
 - 2.3.1 主要经济效益影响因素分析
 - 2.3.2 女装行业主要经济指标分析
- 2.4 中国女装行业进出口分析
 - 2.4.1 中国女装进出口总体情况
 - 2.4.2 中国女装行业出口情况
 - (1) 中国女装行业出口总体情况
 - (2) 中国女装行业出口产品结构
 - (3) 中国女装行业出口前景分析
 - 2.4.3 中国女装行业进口情况分析
 - (1) 中国女装行业进口总体情况
 - (2) 中国女装行业进口产品结构
 - (3) 中国女装行业进口前景分析

第3章：中国女装行业竞争状况与供需平衡分析

- 3.1 中国女装行业竞争状况分析
 - 3.1.1 女装行业现有竞争者分析

- 3.1.2 女装行业上游议价能力分析
- 3.1.3 女装行业下游议价能力分析
- 3.1.4 女装行业替代者威胁分析
- 3.1.5 女装行业潜在进入者威胁分析
- 3.1.6 女装行业竞争状况总结
- 3.2 中国女装行业供需平衡分析
 - 3.2.1 中国女装行业供给情况分析
 - 3.2.2 各地区女装行业供给情况分析
 - (1) 各地区供给分析分析
 - (2) 产成品排名前10个地区分析
 - 3.2.3 中国女装行业需求情况分析
 - 3.2.4 各地区女装行业需求情况分析
 - 3.2.5 中国女装行业产销平衡分析
- 第4章：中国女装行业重点区域经营效益分析
 - 4.1 行业总体区域结构特征分析
 - 4.1.1 行业区域结构总体特征
 - 4.1.2 行业区域集中度分析
 - 4.1.3 行业区域分布特点分析
 - 4.1.4 行业规模指标区域分布分析
 - 4.1.5 行业效益指标区域分布分析
 - 4.1.6 行业企业数的区域分布分析
 - 4.2 广东省女装行业经营效益与产销分析
 - 4.2.1 广东省女装行业规划及配套措施
 - 4.2.2 广东省女装行业经济地位分析
 - 4.2.3 广东省女装行业经营效益分析
 - 4.2.4 广东省女装行业产销现状分析
 - 4.3 浙江省女装行业经营效益与产销分析
 - 4.3.1 浙江省女装行业规划及配套措施
 - 4.3.2 浙江省女装行业经济地位分析
 - 4.3.3 浙江省女装行业经营效益分析
 - 4.3.4 浙江省女装行业产销现状分析
 - 4.4 江苏省女装行业经营效益与产销分析

- 4.4.1 江苏装行业规划及配套措施
- 4.4.2 江苏省女装行业经济地位分析
- 4.4.3 江苏省女装行业经营效益分析
- 4.4.4 江苏省女装行业产销现状分析
- 4.5 福建省女装行业经营效益与产销分析
- 4.5.1 福建装行业规划及配套措施
- 4.5.2 福建省女装行业经济地位分析
- 4.5.3 福建省女装行业经营效益分析
- 4.5.4 福建省女装行业产销现状分析
- 4.6 山东省女装行业经营效益与产销分析
- 4.6.1 山东装行业规划及配套措施
- 4.6.2 山东省女装行业经济地位分析
- 4.6.3 山东省女装行业经营效益分析
- 4.6.4 山东省女装行业产销现状分析
- 4.7 上海市女装行业经营效益与产销分析
- 4.7.1 上海市女装行业规划及配套措施
- 4.7.2 上海市女装行业经济地位分析
- 4.7.3 上海市女装行业经营效益分析
- 4.7.4 上海市女装行业产销现状分析
- 4.8 辽宁省女装行业经营效益与产销分析
- 4.8.1 辽宁省女装行业规划及配套措施
- 4.8.2 辽宁省女装行业经济地位分析
- 4.8.3 辽宁省女装行业经营效益分析
- 4.8.4 辽宁省女装行业产销现状分析
- 4.9 湖北省女装行业经营效益与产销分析
- 4.9.1 湖北省女装行业规划及配套措施
- 4.9.2 湖北省女装行业经济地位分析
- 4.9.3 湖北省女装行业经营效益分析
- 4.9.4 湖北省女装行业产销现状分析
- 第5章：国外女装市场发展现状与启示
- 5.1 世界女装品牌发展路径分析
- 5.1.1 欧洲女装品牌的发展路径

5.1.2 美国女装品牌的发展路径

5.2 韩国女装市场发展现状

5.2.1 韩国女装市场消费价格指数

5.2.2 韩国女装市场生产价格指数

5.2.3 韩国服装消费结构及女装市场规模

5.3 日本女装市场发展现状

5.3.1 日本女装市场消费价格指数

5.3.2 日本女装进口市场分析

5.3.3 日本服装消费结构及女装市场规模

5.3.4 日本现代化女装消费升级分析

(1) 日本70年代后迎来女装消费升级

(2) 日本女装消费升级背后原因探究

5.4 美国女装市场发展现状

5.4.1 美国女装市场消费规模分析

5.4.2 美国女装市场消费特征分析

(1) 美国女性服装消费特征

(2) 美国女装与男装消费比较

5.5 国外女装市场发展对我国女装市场的启示

5.5.1 大城市女装高于男装消费趋势显现

5.5.2 服装占消费性支出比例近年小幅反弹

5.5.3 女性经济地位的提升有利于女装消费增长

第6章：中国女装行业按产品价格细分市场发展分析

6.1 奢侈女装市场发展分析

6.1.1 奢侈女装市场规模与发展态势

6.1.2 奢侈女装行业发展特点分析

6.1.3 奢侈女装市场竞争格局分析

6.1.4 奢侈女装市场容量分析预测

6.2 高端女装市场发展分析

6.2.1 高端女装市场规模与发展态势

(1) 高端女装发展历程及态势

(2) 高端女装市场规模分析

6.2.2 高端女装行业发展特点分析

6.2.3 高端女装市场竞争格局分析

6.2.4 高端女装市场容量分析预测

6.3 中低端女装市场发展分析

6.3.1 中低端女装市场规模与发展态势

6.3.2 中低端女装市场渠道特点分析

6.3.3 主要少淑女装品牌竞争策略分析

6.3.4 中低端女装市场消费关注主题

第7章：中国女装行业按穿着场合细分市场发展趋势分析

7.1 中国职业女装市场发展趋势

7.1.1 职业女装市场发展概况

7.1.2 职业女装市场品牌格局

7.1.3 职业女装市场需求分析

7.1.4 职业女装市场发展趋势

7.2 中国休闲女装市场发展规模与趋势分析

7.2.1 休闲女装市场发展概况

7.2.2 休闲女装市场品牌格局

7.2.3 休闲女装市场需求分析

7.2.4 休闲女装市场发展趋势

7.3 中国运动女装市场发展规模与趋势分析

7.3.1 运动女装市场发展概况

7.3.2 运动女装市场品牌格局

7.3.3 运动女装渠道数量分析

7.3.4 运动女装市场发展趋势

7.4 中国其它女装市场发展规模与趋势分析

7.4.1 女性内衣市场发展规模与趋势分析

(1) 女性内衣市场发展规模分析

(2) 女性内衣市场增长速度分析

(3) 女性内衣市场品牌格局分析

(4) 文胸内衣市场投资潜力分析

7.4.2 文胸市场发展规模与趋势分析

(1) 文胸市场规模与容量分析

(2) 文胸市场竞争格局分析

(3) 文胸市场消费特点分析

(4) 文胸市场营销策略分析

(5) 文胸市场发展趋势分析

第8章：中国女装行业发展趋势与市场前景

8.1 女装行业发展趋势分析

8.2 女装市场前景预测

第9章：中国女装市场销售渠道与营销策略分析

9.1 中国女装销售渠道分析

9.1.1 女装销售渠道发展概况

9.1.2 女装主要销售渠道分析

9.1.3 女装销售渠道终端分析

9.1.4 品牌女装渠道终端结构

9.1.5 女装销售渠道发展趋势

9.2 中国女装网购规模与电商发展趋势

9.2.1 中国服装网购规模分析

9.2.2 中国女装网购规模分析

9.2.3 女装网络品牌发展分析

9.2.4 女装网购消费者关注点

9.2.5 女装网购价格偏好分析

9.2.6 女装电商发展趋势分析

9.3 中国女装营销策略分析

9.3.1 女装产品策略

9.3.2 女装价格策略

9.3.3 女装渠道策略

9.3.4 女装促销策略

第10章：中国女装行业投资特性与风险分析

10.1 中国女装行业投资特性分析

10.1.1 女装行业进入壁垒分析

10.1.2 女装行业盈利模式分析

10.1.3 女装行业盈利因素分析

10.2 中国女装行业投资风险及建议

10.2.1 女装行业投资风险分析

- (1) 女装行业政策风险
- (2) 女装行业研发风险
- (3) 女装行业宏观经济波动风险
- (4) 女装行业关联产业风险
- (5) 女装行业其它风险

10.2.2 女装行业投资相关建议

第11章：女装行业领先企业经营状况分析11.1 女装企业发展总体状况分析

11.2 女装行业领先企业个案分析

11.2.1 上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析

11.2.2 深圳歌力思服装实业有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析

11.2.3 广东都市丽人实业有限公司

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析

11.2.4 朗姿股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业经营策略及发展战略分析

11.2.5 绫致时装（天津）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营优劣势分析

11.2.6 江苏三友集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析

- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析

11.2.7 凯撒（中国）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析

11.2.8 江苏金飞达服装股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业经营策略及发展战略分析

11.2.9 北京白领时装有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业经营策略及发展战略分析

11.2.10 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营优劣势分析

(10) 企业经营策略及发展战略分析

11.2.11 浙江雪歌服饰有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

11.2.12 日播时尚集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营优劣势分析

图表目录

图表1：女装按消费人群及着装风格细分类

图表2：女装按产品价格分类

图表3：2016-2019年纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%）

图表4：近年来我国纺织服装行业相关政策法规

图表5：2016-2019年世界级主要经济体经济增长率及预测值（单位：%）

图表6：三大经济体环比增长率（单位：%）

图表7：2016-2019年世界及主要经济体GDP同比增长率（单位：%）

图表8：波罗的海干散货运指数（单位：%）

图表9：2019年四大机构对世界及主要经济体GDP增长率的预测（单位：%）

图表10：2016-2019年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表11：2016-2019年非制造业PMI走势图（单位：%）

图表12：2016-2019年中国第三产业增加值趋势图（单位：亿元，%）

图表13：2016-2019年城乡居民人均可支配收入及增速（单位：元，%）

图表14：2016-2019年我国服装及衣着附件出口额及同比增速（单位：亿美元，%）

图表15：2016-2019年我国GDP增速与女装行业销售收入增速（单位：%）

图表16：我国女装行业发展生命周期

图表17：中国不同女装细分行业发展历程图

图表18：我国女装行业发展的主要特点

图表19：2016-2019年中国女装行业经营效益分析（单位：亿元）

图表20：2016-2019年中国女装行业盈利能力分析（单位：%）

图表21：2016-2019年中国女装行业运营能力分析（单位：次）

图表22：2016-2019年中国女装行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表23：2016-2019年中国女装行业发展能力分析（单位：%）

图表24：中国女装行业主要经济效益影响因素

图表25：2016-2019年中国女装行业行业整体规模情况图（单位：家，万元）

图表26：2016-2019年中国女装行业企业整体亏损情况图（单位：家，万元，%）

图表27：2016-2018中国女装行业进出口状况表（单位：万美元，%）

图表28：2016-2019年中国女装行业出口金额及同比增速（单位：亿美元，%）

图表29：2016-2019年中国女装行业主要出口产品结构表（单位：亿件，亿条，亿美元）

图表30：2019年女装行业出口产品结构（按金额）（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/162153.html>