

2024-2029年中国女装市场深度调查与投资发展研究报告

报告简介

女装，在服装领域中最活跃的一个品类，也是在百货业中占据销售主力位置的服装品类。因此，在服装行业中，女装的设计、服务和销售方式往往都是走在其他品类服装前列的。然而，面对价格瓶颈，转变盈利增长点也成为女装供应商的当务之急。调查显示，独立个性的自主品牌和高性价比将是中国女装在国际赢得积极反应的关键。

近年来，随着女装市场的快速发展和竞争的逐渐加剧，市场中涌现出一批具有相当实力的女装品牌，诞生了具有明显区域色彩的产业集群；中国女装的品牌化、规模化、时尚化、个性化趋势愈加明显，女性穿着更趋向于休闲化、多样化、个性化、时装化和品牌化。

女装代表整个服装行业最前沿的趋势表现，尤其是夏季服装流行趋势的变化速度更快。中国女装的流行风格被欧美潮流、韩国风格与中国民族风所左右。民族区域派系有：具有浓重江南水乡文化气息的杭派，时尚感较强的粤派，以颜色鲜艳为特色的汉派等。但目前汉派女装渐渐失去其在国内的领军地位。对女装而言，中国虽然有定的区域流行风格，但仍随着国际市场流行而变化。

目前国际巨头重点进攻的女装“主战场”主要是少女装和熟女装两大块。其中，少女装领域大牌公司云集，竞争最为激烈，如ONLY、ESPRIT、艾格等。少女装在女装销售中的占有率逐年提高，品牌个数也呈现上升趋势。熟女装(又称仕女装)市场也经过了多年的充分竞争，目前市场格局比较稳定，以宝姿、哥弟为代表品牌。时尚知女装是继少女装、少淑装、熟女装之后再次切分了女装市场的蛋糕，女装四分类。在各大百货公司，这现象可以得到更为直观的体现。我国职业女装品牌培育目前还处在品牌初级阶段，存在设计和竞争同质化现象，要成为个国际知名品牌还有段路要走。

现代的消费者着装讲究个性化，尤其是爱美的女性消费者更追求自我风格和完美主义，选择自己喜欢的服装装扮出不同的“范儿”，是一种极具个性的潮流时尚。大部分女性消费者愿意以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，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。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及女装专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国女装的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、区域市场发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对女装业务的发展进行详尽深入的分析，并根据女装行业的政策经济发展环境对女装行业潜在的风险和防范建议进行分析。最后提出研究者对女装行业的研究观点，以供投资决策者参考。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 女装概述

第一节 女装定义

第二节 女装行业发展历程

第三节 女装分类情况

第四节 女装产业链分析

一、产业链模型介绍

二、女装产业链模型分析

第二章 国内女装行业发展环境分析

第一节 经济环境

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、对外贸易&进出口

第二节 政策环境

一、重点政策汇总

二、重大事件分析

三、政策未来趋势

第三节 技术环境

第四节 社会环境

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、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第二部分 行业深度分析

第三章 中国女装生产现状分析

第一节 女装行业总体规模

第二节 女装产能概况

一、2019-2023年产能分析

二、2024-2029年产能预测

第三节 女装产量概况

一、2019-2023年产量分析

二、产能配置与产能利用率调查

三、2024-2029年产量预测

第四节 女装产业的生命周期分析

第四章 国际女装行业发展分析

第一节 全球女装行业发展总体情况分析

一、全球女装行业发展特点

二、全球女装行业竞争格局

三、全球女装行业市场区域分布

第二节 全球女装主要国家(地区)市场分析

一、欧洲

1、市场发展概况

2、市场规模及市场结构

3、发展前景预测

二、北美

1、市场发展概况

2、市场规模及市场结构

3、发展前景预测

三、亚洲

1、市场发展概况

2、市场规模及市场结构

3、发展前景预测

四、其他国家和地区

1、市场发展概况

2、市场规模

第五章 2019-2023年中国女装行业总体发展状况

第一节 中国女装行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节 中国女装行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国女装行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析预测

三、行业营运能力分析预测

四、行业发展能力分析预测

第三部分 行业竞争格局

第六章 中国女装行业区域分布分析

第一节 东北地区

一、2019-2023年女装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第二节 华北地区

一、2019-2023年女装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第三节 华南地区

一、2019-2023年女装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第四节 华东地区

一、2019-2023年女装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第五节 华中地区

一、2019-2023年女装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第六节 西北地区

一、2019-2023年女装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第七节 西南地区

一、2019-2023年女装市场销售量

二、市场需求来源

三、增长推动因素分析

四、市场构成及占有率

第七章 女装国内细分市场分析

第一节 晚装

一、应用分析

二、2019-2023年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第二节 裙装

一、应用分析

二、2019-2023年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

第三节 套装

一、应用分析

二、2019-2023年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第四节 连体装

一、应用分析

二、2019-2023年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第五节 其它

一、应用分析

二、2019-2023年销量

三、市场容量

四、需求来源

五、推动因素

六、客户构成

七、客户特点

第八章 2019-2023年中国女装行业发展概况

第一节 2019-2023年中国女装行业发展态势分析

第二节 2019-2023年中国女装行业发展特点分析

第三节 2019-2023年中国女装行业市场供需分析

第九章 女装行业市场竞争策略分析

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 女装市场竞争策略分析

一、女装市场增长潜力分析

二、女装产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

- 1、深刻理解企业核心竞争力
- 2、培育企业核心竞争力的重要性
- 3、企业核心竞争力存在的问题
- 4、提升企业核心竞争力的措施

第三节 女装企业竞争策略分析

- 一、2024-2029年我国女装市场竞争趋势
- 二、2024-2029年女装行业竞争格局展望
- 三、2024-2029年女装行业竞争策略分析

- 1、产品定位策略
- 2、产品服务策略

第十章 女装产业用户认知度分析

- 第一节 女装产业用户认知程度
- 第二节 女装产业用户关注因素

第四部分 行业发展趋势

第十一章 2024-2029年女装行业发展趋势及投资风险分析

- 第一节 当前女装存在的问题
- 第二节 女装未来发展预测分析

- 一、中国女装制造技术发展方向分析
- 二、2024-2029年中国女装行业发展规模

第三节 2024-2029年中国女装行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
 - 1、市场竞争风险
 - 2、市场竞争风险类型

3、影响因素

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十二章 女装国内重点生产厂家分析

第一节 女装重点公司介绍

一、广州速品服装有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

二、深圳市景上服饰有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

三、东莞市沃尊纺织品有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

四、上海三润服装有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

五、珠海市奥伦提时装有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

六、上海赫昕实业有限公司

1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)

2、组织架构及销售系统

3、产品线构成以及市场定位

4、公司主要财务指标分析

5、近期发展规划

七、珠海市卡索服饰有限公司

1、企业简介

2、产品介绍

3、经营情况

4、未来发展趋势

八、广州江韵古歌服饰贸易有限公司

- 1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)
- 2、产品介绍
- 3、经营情况
- 4、未来发展趋势

九、深圳市淑女屋时装股份有限公司

- 1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)
- 2、产品介绍
- 3、经营情况
- 4、未来发展趋势

十、拉莎芮(上海)服饰有限公司

- 1、企业概况(成立时间、地点、资产规模)
- 2、产品介绍
- 3、经营情况
- 4、未来发展趋势

第二节 女装产品竞争力优势分析

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、个体产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议
 - 1、品牌的含义
 - 2、构建品牌的优势

第十三章 2024-2029年女装行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年女装市场发展前景

- 一、2024-2029年女装市场发展潜力

二、2024-2029年女装市场发展前景展望

三、2024-2029年女装细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年女装市场发展趋势预测

一、2024-2029年女装行业发展趋势

二、2024-2029年女装市场规模预测

1、女装行业市场规模预测

2、女装行业营业收入预测

三、2024-2029年女装行业应用趋势预测

四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国女装行业供需预测

一、2024-2029年中国女装行业供给预测

二、2024-2029年中国女装行业产量预测

三、2024-2029年中国女装行业销量预测

四、2024-2029年中国女装行业需求预测

五、2024-2029年中国女装行业供需平衡预测

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

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章 2024-2029年女装行业投资机会与风险防范

第一节 女装行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、女装行业投资现状分析

第二节 2024-2029年女装行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、女装行业投资机遇

第三节 2024-2029年女装行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国女装行业投资建议

一、女装行业未来发展方向

二、女装行业主要投资建议

三、中国女装企业融资分析

第五部分 发展战略研究

第十五章 2024-2029年女装行业面临的困境及对策

第一节 2019-2023年女装行业面临的困境

第二节 女装企业面临的困境及对策

一、重点女装企业面临的困境及对策

二、中小女装企业发展困境及策略分析

三、国内女装企业的出路分析

第三节 中国女装行业存在的问题及对策

一、中国女装行业存在的问题

二、女装行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国女装市场发展面临的挑战与对策

一、中国女装市场发展面临的挑战

二、中国女装市场发展对策分析

第十六章 女装行业发展战略研究

第一节 女装行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国女装品牌的战略思考

- 一、女装品牌的重要性
- 二、女装实施品牌战略的意义
- 三、女装企业品牌的现状分析
- 四、我国女装企业的品牌战略
- 五、女装品牌战略管理的策略

第三节 女装经营策略分析

- 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

第四节 女装行业投资战略研究

- 一、2019-2023年女装行业投资战略
- 二、2024-2029年女装行业投资战略
- 三、2024-2029年细分行业投资战略

第十七章 研究结论及发展建议

第一节 女装行业研究结论及建议

第二节 女装子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和女装行业发展建议

- 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

图表目录：

图表：各国女装生产的特点

图表：国内外女装市场需求情况

图表：当前国内女装市场主要产品结构

图表：国内外女装主要品牌厂商

图表：国内外女装成长性品牌厂商

图表：区域女装分布结构市场份额

图表：中国女装行业的总产量、产值、销售收入、出口总额的增长趋势图

图表：相关产品占市场的总体份额

图表：十大女装企业市场份额图

图表：区域女装市场占有率趋势图

图表：女装企业采取各竞争策略所占比例

图表：2024-2029年中国女装产量和销售额发展趋势图

图表：2019-2023年中国女装行业市场规模及增速

图表：2024-2029年中国女装行业市场规模及增速预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170616/84147.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)