

中国女装行业深度分析及发展战略研究咨询报告(2024-2029版)

报告简介

女装行业是服装行业的重要子行业，随着国民收入水平的提高，女性消费者对服装的个性化需求越来越高，不同类型的消费者穿着品位差异也逐步增大，为了满足女装市场更加细分化需求，潮牌、淘品牌、快时尚、轻奢女装、日韩女装、国内女装、设计师品牌相继出现。

2020年，新冠疫情突如其来，全球各行各业备受冲击。目前，国内疫情得到有效控制，行业发展进入正轨。服装行业作为传统的消费品行业，受益于终端消费的逐渐复苏，已进入转型调整期，面临着消费不断升级、需求趋向多元的新变化。而女装是我国服装行业中市场最活跃、需求最复杂、容量最大的子行业，具有广阔的市场空间。女性对于服装时尚性、潮流性的要求，导致女装行业呈现产品更新快、行业较为分散的现象。随着我国女装公司多品牌建设起步，未来有望形成多品牌的时尚运营集团型企业。

随着我国居民收入水平的改善，居民的消费结构也将不断升级，居民将逐步增加对可选消费品的消费比重。消费升级在服装领域具体表现为逐步改变原有的纯功能性消费理念，更注重品牌体验，由注重产品的使用价值转向注重产品的个性化、时尚化和文化内涵，消费者将更加关注兼具品质、品牌风格、品牌文化及购物体验的中高端女装，对中高端女装的消费意愿和能力逐步加强。中高端女装市场拥有良好的市场前景。

从女装市场集中度来看，2019年中国女装行业前五大品牌市场占有率仅有5.1%，前十大品牌为8.5%，市场集中度较低，市场格局较为分散。不过近年来，随着女装品牌企业不断发展，前十大品牌市场占有率稳步提升，女装市场集中度进一步提高。

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、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国服装协会、中国纺织工业联合会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国女装及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国女装行业发展状况和特点，以及中国女装行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的女装行业发展态势作了详细分析，并对女装行业进行了趋向研判，是女装生产企业，贸易零售、批发等单位准确了解目前女装行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 女装行业发展综述

第一节 女装行业定义及分类

一、女装行业定义

二、女装行业发展历程

三、女装市场发展阶段分析

四、女装经济在国民经济中的地位及作用

第二节 女装行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

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

五、行业中下游产业链相关行业分析

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、电子商务发展情况及影响

5、礼仪公关行业发展状况及影响

6、模特行业发展状况及影响

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 女装行业市场环境及影响分析 (pest)

第一节 女装行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、女装行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、女装产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、女装产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、服装模版技术分析

二、立体裁剪在女装成衣设计中的运用

三、女装设计发展分析

四、现代女装技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 国际女装行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球女装市场总体情况分析

一、全球女装行业的发展特点

二、全球女装市场结构

三、全球女装行业发展分析

四、全球女装行业竞争格局

五、全球女装市场区域分布

六、国际重点女装企业运营分析

1、etam

2、chanel

3、bestseller

4、esprit

5、gucci

第二节 全球主要国家(地区)市场分析

一、法国

1、法国女装行业发展概况

2、法国女装销售市场及品牌特点分析

3、2024-2029年法国女装行业发展前景预测

二、意大利

1、意大利女装行业发展概况

2、意大利女装销售市场及品牌特点分析

3、2024-2029年意大利女装行业发展前景预测

三、韩国

1、韩国女装行业发展概况

2、韩国女装销售市场及品牌特点分析

3、2024-2029年韩国女装行业发展前景预测

四、其他国家地区

第二部分 市场深度分析

第四章 中国女装行业运行现状分析

第一节 中国女装行业发展状况分析

一、中国女装行业发展概况及特点

二、中国女装行业商业模式分析

三、中国女装行业发展存在的问题

第二节 中国女装行业市场运行分析

一、中国女装行业市场规模分析

二、中国女装行业销售收入分析

三、中国高档女装行业市场规模分析

四、中国女装行业产销分析

第三节 中国女装企业发展分析

一、中国女装企业数量及增长分析

二、不同规模女装企业结构分析

三、中国女装企业的发展特点

1、跨越式实现跨国经营

2、区域特征突出

3、紧盯欧美市场

4、劳动力比较优势具有持久性

5、企业高端化品牌创新

第四节 中国女装行业财务指标总体分析

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

第五节 中国女装市场价格走势分析

一、女装市场定价机制组成

二、女装市场价格影响因素

三、女装价格走势分析

第五章 中国女装行业市场供需形势及进出口分析

第一节 中国女装行业市场供需平衡分析

一、中国女装行业市场供给分析

1、中国女装行业产能分析

2、中国女装行业产量分析

二、中国女装行业市场需求分析

1、产品需求结构分析

2、地区需求差异分析

三、中国女装行业市场供需平衡分析

第二节 中国女装行业进出口分析

一、女装行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

二、女装行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

三、中国女装出口面临的挑战及对策

四、女装行业进出口前景及建议

第六章 中国女装消费市场分析

第一节 女装消费者特征分析

一、人口结构分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

四、职业结构分析

五、收入结构分析

第二节 中国女装市场消费者行为的基本特征

一、广告与卖场是消费者认知品牌了解流行的主要渠道

二、品牌是引起女性消费者购买欲望的集中因素

三、品牌、陈列、装修是吸引消费者进入卖场的主要因素

四、款式是大多数消费者购买女装时最关心的问题

五、品牌特色和产品品质是影响重复购买的重要因素

六、休闲是女性消费者普遍追求的服装风格

七、春夏装和秋冬装需求档次区分明显

第三节 女性品牌服装的消费者分析

一、消费阶层分析

1、名牌服装消费层

2、中档服装消费层

3、低档服装消费层

4、不同年龄消费者分析

二、消费者购买行为分析

三、消费者市场的购买行为具有哪些特点

1、购买者的广泛性

2、需求的差异性

3、购买行为的经常性和重复性

第四节 女装行业影响消费者选购因素分析

一、价格因素

二、质量因素

三、品牌的影响

四、广告的影响程度

五、“网红”的影响程度

第五节 女装市场消费者渠道分析

一、商场百货

二、大、中型购物中心

三、批发市场

四、电子商务平台

五、品牌专卖店

六、其他渠道

第三部分 市场全景调研

第七章 中国女装细分市场分析预测

第一节 中国女装行业细分市场结构分析

一、女装行业市场结构现状分析

二、女装行业细分结构特征分析

三、女装行业细分市场发展概况

四、女装行业市场结构变化趋势

第二节 女装市场细分分析预测

一、职业女装市场分析预测

1、职业女装发展历程分析

2、职业女装市场规模分析

3、职业女装市场结构分析

4、职业女装市场品牌竞争格局

5、职业女装市场趋势预测

二、休闲女装市场分析预测

- 1、休闲女装发展历程分析
- 2、休闲女装市场规模分析
- 3、休闲女装市场结构分析
- 4、休闲女装市场品牌竞争格局
- 5、休闲女装市场趋势预测

三、运动女装市场分析预测

- 1、运动女装发展历程分析
- 2、运动女装市场规模分析
- 3、运动女装市场结构分析
- 4、运动女装市场品牌竞争格局
- 5、运动女装市场趋势预测

四、其他女装市场分析预测

- 1、女式内衣发展状况分析
- 2、女性内裤发展状况分析
- 3、女性袜业发展状况分析
- 4、女士婚纱发展状况分析

第八章 中国女装行业营销趋势及策略分析

第一节 女装行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

- 1、渠道构成
- 2、销售贡献比率
- 3、覆盖率
- 4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、女装营销环境分析与评价

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 女装行业营销策略分析

一、中国女装营销概况

二、女装营销策略探讨

1、中国女装产品营销策略浅析

2、女装新产品的市场推广策略

3、女装细分产品营销策略分析

第三节 女装营销的发展趋势

一、女装营销九大趋势预测

二、未来女装市场营销的出路

第四节 女装市场营销模式与面临的挑战

一、市场营销概述

1、市场营销的定义

2、市场营销学的产生与发展

二、市场营销的作用

1、促进社会经济的发展

2、促进企业的发展

三、市场营销在中国的现状与机遇

四、市场营销在中国企业存在的问题和面临的挑战

五、女装市场营销模式探讨

六、女装市场营销面临的挑战

第九章 中国高端女装的品牌塑造与营销分析

第一节 中国高端女装品牌的现状分析

一、高端女装品牌概述

二、高端女装竞争激烈的市场环境

第二节 中国高端女装品牌的品牌塑造

一、高端女装需要品牌塑造

二、高端女装的品牌塑造策略

第三节 中国高端女装品牌的问题与对策

一、对高端女装品牌的展望

二、我国高端女装面临的问题

三、我国高端女装的应对之策

第四部分 竞争格局分析

第十章 2024-2029年女装行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、女装行业竞争结构分析

二、女装行业swot分析

1、女装行业优势分析

2、女装行业劣势分析

3、女装行业机会分析

4、女装行业威胁分析

第二节 女装行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、品牌竞争格局分析

第三节 女装行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 女装市场竞争策略分析

一、品牌女装面对市场竞争的目标策略

二、服装市场营销竞争策略的选择

第十一章 女装行业领先企业经营形势分析

第一节 迅销(中国)商贸有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、企业销售渠道及网络

四、企业竞争优势

五、企业产业布局

第二节 新疆拉夏贝尔服饰股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、企业销售渠道及网络

四、企业竞争优势

五、企业产业布局

第三节 波司登国际服饰(中国)有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、企业销售渠道及网络

四、企业竞争优势

五、企业产业布局

第四节 韩都衣舍电子商务集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、企业销售渠道及网络

四、企业竞争优势

五、企业产业布局

第五节 绫致时装(天津)有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、企业销售渠道及网络

四、企业竞争优势

五、企业产业布局

第六节 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、企业销售渠道及网络

四、企业竞争优势

五、企业产业布局

第七节 浙江印象实业股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、企业销售渠道及网络

四、企业竞争优势

五、企业产业布局

第八节 上海艾格服饰有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、企业销售渠道及网络

四、企业竞争优势

五、企业产业布局

第九节 广州市汇美时尚集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、企业销售渠道及网络

四、企业竞争优势

五、企业产业布局

第十节 郑州云顶服饰有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、企业销售渠道及网络

四、企业竞争优势

五、企业产业布局

第五部分 发展前景展望

第十二章 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
- 三、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年中国女装行业产量预测
- 二、2024-2029年中国女装市场销量预测
- 三、2024-2029年中国女装行业需求预测

第十三章 2024-2029年女装行业投资特性与风险防范

第一节 女装行业投资特性分析

- 一、女装行业进入壁垒分析
- 二、女装行业盈利因素分析
- 三、女装行业盈利模式分析

第二节 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

1、中国女装企业ipo融资分析

第六部分 发展战略研究

第十四章 女装行业投资战略及发展建议

第一节 对中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、中国女装企业的品牌战略

五、女装品牌战略管理的策略

第二节 女装行业投资战略研究

一、女装企业投资战略

二、2024-2029年女装行业投资战略

第三节 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

图表目录

图表：2019-2023年全球女装行业市场规模

图表：2019-2023年中国女装行业市场规模

图表：2019-2023年女装行业主要经济指标统计表

图表：2019-2023年不同规模企业数量变化趋势图

图表：2019-2023年不同规模企业资产总额变化趋势图

图表：2019-2023年不同规模企业销售收入变化趋势图

图表：2019-2023年不同规模企业利润总额变化趋势图

图表：2019-2023年国有女装企业主要经济指标

图表：2019-2023年集体女装企业主要经济指标

图表：2019-2023年私营女装企业主要经济指标

图表：2019-2023年女装类消费价格指数变化情况

图表：2019-2023年女装出口累计同比情况示意图

图表：2019-2023年中国对主要市场女装出口情况

图表：2019-2023年纺织服装、服饰业出口交货值

图表：2019-2023年服饰制造出口交货值

图表：2019-2023年纺织服装、服饰业主营业务收入

图表：2019-2023年服饰制造主营业务收入

图表：2019-2023年化学纤维产量及增长

图表：2019-2023年合成纤维产量及增

图表：2019-2023年纱产量及增长

图表：2019-2023年布产量及增长

图表：2019-2023年女装产量及增长

图表：2024-2029年女装行业利润总额增长预测

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/baogao/20201112/188970.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)