中国女装行业市场发展分析及投资前景与投资风险研究报告(2026-2031版)

报告简介

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。行业内多家公司保持"品牌+平台"的发展路线，正努力向管理信息化、运行智能化、产品品牌化、服务专业化的方向发展。我国服装行业经过多年发展，已经形成了以零售成衣品牌为主体、定制服装为补充的行业格局。消费者的消费意识越来越高，而中产阶级对合身的高品质定制服装需求更加强烈。

我国女装行业市场规模在2019年突破万亿元，同比增长4.95%。预计2020年我国女装市场规模将达10712亿元。2019年双十一，在女装品类中，销量占比前三名的是T恤、毛随着国际服装休闲潮流的经久不衰，休闲类女装将继续热销，休闲风格的设计理念将逐渐渗透到服装市场的各个领域，使传统的女装体现出更浓厚的现代社会休闲色彩。

现代社会办公室女性在紧张工作之余渴望回归大自然轻松自由的心境，也为休闲女装的旺销奠定了基础。消费能力、消费心理与社会的进步三个因素，共同催生了个性化定制这个基于人自身表达诉求的概念。服装已经成为表达自我个性及自我追求的外在显示，选择自己喜欢的个性化服装是一种主流时尚。色彩搭配和款式设计已成为影响女装销售的关键因素。另外，个性化服务将逐渐深入，除量体裁衣、量身定做以外，还将出现专门设计等深层次的个性化服务，满足不同层次的女性消费者需要。个性化需求与定制，将会随着人们对自身认识的加深越来越趋势化。表达诉求，肯定核心价值，满足孤独属性，必定是下一个服装业的红利蓝海。随着互联网行业的发展，实体服装行业面临巨大的打击。线上下单线下提货，或是线下体验线上购买等新模式已经成为服装业的大趋势。

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、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息

等公布和提供的大量资料，对国际、国内女装行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国女装行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国女装行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是女装行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

报告目录

第一章 女装行业发展综述

第一节 女装行业概述及分类

一、行业概述

二、行业主要产品分类

三、行业主要商业模式

第二节 女装行业特征分析

一、产业链分析

二、女装行业在国民经济中的地位

三、女装行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、女装行业生命周期

第三节 女装行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中国女装行业运行环境分析

第一节 女装行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 女装行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 女装行业社会环境分析

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 女装行业技术环境分析

一、女装技术分析

二、女装技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

第三章 中国女装行业运行分析

第一节 女装行业发展状况分析

一、女装行业发展阶段

1、萌芽期

2、成长期

3、发展期

4、蜕变期

5、淘汰沉淀期

6、细分、多元化阶段

二、女装行业发展总体概况

三、女装行业发展特点分析

第二节 女装行业发展现状

一、女装行业市场规模

二、女装行业发展分析

三、女装企业发展分析

1、设计主导溢价能力

2、区域特征突出

3、渠道资源价值凸显

4、企业高端化品牌创新

第三节 区域市场分析

一、区域市场分布总体情况

二、重点省市市场分析

1、广东省女装市场分析

2、浙江省女装市场分析

3、江苏省女装市场分析

第四节 女装细分产品/服务市场分析

一、细分产品/服务特色

二、细分产品/服务市场规模及增速

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

三、重点细分产品/服务市场前景预测

第五节 女装产品/服务价格分析

一、女装价格走势

二、影响女装价格的关键因素分析

1、成本

2、供需情况

3、关联产品竞争

4、其他

三、2021-2026年女装产品/服务价格变化趋势

四、主要女装企业价位及价格策略

第四章 中国女装行业整体运行指标分析

第一节 女装行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 女装行业产销情况分析

一、女装行业工业总产值

二、女装行业工业销售产值

三、女装行业产销率

第三节 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

第五章 中国女装行业供需形势分析

第一节 女装行业供给分析

一、女装行业供给分析

二、2021-2026年女装行业供给变化趋势

三、女装行业区域供给分析

第二节 女装行业需求情况

一、女装行业需求市场

二、女装行业客户结构

三、女装行业需求的地区差异

第三节 女装市场应用及需求预测

一、女装应用市场总体需求分析

1、女装应用市场需求特征

2、女装应用市场需求总规模

二、2026-2031年女装行业领域需求量预测

1、2026-2031年女装行业领域需求产品/服务功能预测

2、2026-2031年女装行业领域需求产品/服务市场格局预测

三、重点行业女装产品/服务需求分析预测

第六章 中国女装行业产业结构分析

第一节 女装产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第二节 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链条的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国女装行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 中国女装行业产业链分析

第一节 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

第二节 女装上游行业分析

一、女装产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2021-2026年上游行业发展趋势

四、上游供给对女装行业的影响

第三节 女装下游行业分析

一、女装下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、2021-2026年下游行业发展趋势

四、下游需求对女装行业的影响

第八章 中国女装行业渠道分析及策略

第一节 女装行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对女装行业的影响

三、主要女装企业渠道策略研究

四、各区域主要代理商情况

第二节 女装行业用户分析

一、用户需求特点分析

二、用户购买途径分析

第三节 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

三、女装营销发展趋势

第九章 2021-2026年中国女装市场运行情况分析

第一节 2021-2026年中国女装市场情况分析

一、我国女装产能分析

二、我国女装区域市场规模分析

第二节 2021-2026年中国女装需求与消费情况分析

一、我国女装行业总体消费情况分析

二、我国女装行业供需错位情况分析

三、我国女装行业需求满足情况分析

第三节 2021-2026年中国女装市场产品营销分析

一、女装市场主要销售渠道分析

二、女装市场广告与促销方式分析

三、女装市场价格竞争方式分析

第十章 中国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

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、女装行业企业间竞争格局分析

三、女装行业集中度分析

四、女装行业swot分析

第二节 女装行业竞争格局综述

一、女装行业竞争概况

1、中国女装行业竞争格局

2、女装行业未来竞争格局和特点

3、女装市场进入及竞争对手分析

二、中国女装行业竞争力分析

1、中国女装行业竞争力剖析

2、中国女装企业市场竞争的优势

3、国内女装企业竞争能力提升途径

三、女装市场竞争策略分析

第十一章 中国女装主要企业发展概述

第一节 锦泓时装集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第二节 赢家时尚控股集团

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第三节 深圳歌力思服饰股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第四节 杭州江南布衣服饰有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第五节 朗姿股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第六节 安正时尚集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第七节 地素时尚股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第八节 日播时尚集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第九节 上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第十节 同得仕(集团)有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第十二章 2026-2031年中国女装行业投资前景分析

第一节 女装市场发展前景

一、女装市场发展潜力

二、女装市场发展前景展望

三、女装细分行业发展前景分析

第二节 女装市场发展趋势预测

一、女装行业发展趋势

二、女装市场规模预测

三、女装行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 女装行业供需预测

一、女装行业供给预测

二、女装行业需求预测

三、女装供需平衡预测

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

第十三章 2026-2031年中国女装行业投资机会与风险分析

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

第二节 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

第三节 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

第十四章 2026-2031年中国女装行业投资战略研究

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

第二节 女装新产品差异化战略

一、女装行业投资战略研究

二、女装行业投资战略

三、细分行业投资战略

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 女装行业研究结论

第二节 女装行业投资价值评估

第三节 女装行业投资建议

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：品牌女装企业销售模式

图表：女装行业产业链结构

图表：行业生命周期示意图

图表：我国服装行业的主要产业政策

图表：2021-2026年h1国内生产总值情况

图表：2021-2026年末人口数及其构成

图表：2021-2026年末中国男女人口数占比

图表：中国人死亡率占比

图表：中国人健康大数据

图表：慢性病、恶性肿瘤将成为威胁中国人健康的致命因素

图表：疾病年轻化

图表：病人死因占比

图表：青少年健康数据

图表：青少年近视率

图表：2021-2026年60周岁及以上老年人口及其占全国总人口比重

图表：2021-2026年常住人口城镇化率

图表：2021-2026年社会消费品零售总额

图表：中国女装市场规模及总比增速情况

图表：2021-2026年中国女装行业区域市场格局

图表：2021-2026年中国职业女装市场规模

图表：国内女装价格走势

图表：2021-2026年女装产品价格变化趋势

图表：2021-2026年我国女装行业规模以上企业主要指标情况

图表：2021-2026年中国女装行业从业人员规模情况

图表：2021-2026年女装行业上市公司总资产情况(亿元)

图表：2021-2026年女装行业工业总产量情况

图表：2021-2026年女装行业工业销售量情况

图表：2021-2026年国内女装行业产销率情况

图表：国内女装行业盈利能力指标情况

图表：国内女装行业负债能力指标情况

图表：国内女装行业营运能力指标情况

图表：国内女装行业成长能力指标情况

图表：2021-2026年女装行业供给量情况

图表：2021-2026年国内女装行业供给情况

图表：2021-2026年国内女装市场需求情况

图表：中国女装市场消费层次结构

图表：2021-2026年女装市场需求总规模

图表：我国女装领先企业所有制结构占比(单位：%)

图表：我国服装产业链结构示意图

图表：女装按消费人群及着装风格细分

图表：2021-2026年女装行业工业产能情况

图表：2021-2026年国内女装行业区域供给格局

图表：多数女装企业价值流程结构

图表：消费者了解女装趋势的主要渠道

图表：消费者对于广告方式的认可程度

图表：我国部分女装品牌及所属公司

图表：我国女装行业潜在进入者威胁分析

图表：我国女装行业对上游供应商的议价能力分析

图表：我国女装行业对下游客户议价能力分析

图表：我国女装行业企业集中度

图表：锦泓集团业务模式

图表：“teenie weenie”品牌

图表：“vgrass”品牌

图表：云锦“元先”品牌

图表：2021-2026年锦泓集团经营情况

图表：2021-2026年锦泓集团成长能力指标情况

图表：年赢家时尚成长能力指标情况

图表：2021-2026年歌力思经营情况

图表：2021-2026年歌力思成长能力指标情况

图表：年江南布衣成长能力指标情况

图表：朗姿股份成人品牌情况

图表：朗姿股份儿童品牌情况

图表：朗姿股份医疗美容品牌情况

图表：2021-2026年朗姿股份经营情况

图表：2021-2026年朗姿股份成长能力指标情况

图表：2021-2026年安正时尚经营情况

图表：2021-2026年安正时尚成长能力指标情况

图表：2021-2026年地素时尚经营情况

图表：2021-2026年地素时尚成长能力指标情况

图表：2021-2026年播时尚经营情况

图表：2021-2026年日播时尚成长能力指标情况

图表：年拉夏贝尔成长能力指标情况

图表：年同得仕成长能力指标情况

图表：2026-2031年中国女装行业市场规模预测

图表：激光烧结技术作品

把握投资 决策经营！

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

报告编号：193954

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20201223/193954.shtml

在线订购：点击这里