

中国女装市场产销观察及投资前景分析报告（2012-2016）

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《中国女装市场产销观察及投资前景分析报告（2012-2016）》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/140267140267.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

多年来我国女装业已先后涌现出许多具有较高知名度的品牌和具有一定规模和竞争力的女装生产企业，在中国服装协会公布的行业百强企业中，每年均有十几家女装企业名列其中。2011年，我国高档女装市场销售增速相比上年明显放缓，全年零售额同比增长20%。随着新兴产业的发展、受教育程度的提高、多元文化的发展，年轻一代女性在经济上的实力在不断的增加，人们的消费观念也在不断变化，品牌意识更加强烈。配合多种不同需求的消费群体，女装品牌的细分也会不断的增加，品牌效应将会更加明显，未来女装将向多品牌战略发展。伴随着市场的开拓，女装行业多重商机将会越来越明显。

中国报告网发布的《中国女装市场产销观察及投资前景分析报告（2012-2016）》共十三章。首先介绍了中国女装行业市场发展环境、中国女装整体运行态势等，接着分析了中国女装行业市场运行的现状，然后介绍了中国女装市场竞争格局。随后，报告对中国女装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国女装行业发展趋势与投资预测。您若想对女装产业有个系统的了解或者想投资女装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 2011-2012年国内外服装行业市场分析

1.1 2011-2012年国际服装行业发展概况

1.1.1 低碳经济成主导全球服装产业的新风尚

1.1.2 世界高端品牌服装零售商紧盯印度市场

1.1.3 “婴儿潮”推动全球婴幼儿服装市场快速发展

1.1.4 世界纺织服装出口状况

1.2 中国服装行业发展情况

1.2.1 中国服装行业发展综述

1.2.2 中国服装行业发展的四大特点

1.2.3 我国服装产业发展逐渐向中西部转移

1.2.4 中国服装产业链发展现状及其整合分析

1.3 2010-2012年服装行业的发展

1.4 2011-2012年中国服装业产业集群解析

1.5 2011-2012年服装行业品牌分析

1.6 2011-2012年中国服装行业面临的问题及发展对策

第二章 2011-2012年世界女装市场发展状况分析

2.1 2011-2012年国外女装市场发展概况

2.1.1 意大利女装产业发展分析

2.1.2 法国女装市场出口概况

2.1.3 日本少女服装市场走俏

2.1.4 英国加码女装行业运行态势良好

2.1.5 巴西女装市场消费概况

2.1.6 印度女装市场将持续增长

2.2 法国女装

2.3 意大利女装

2.4 日本女装

2.5 韩国女装

2.6 其他

2.6.1 美国部分进口女装成衣价格趋滑

2.6.2 英国加码女装行业运行态势良好

2.6.3 巴西女装市场消费概况

2.6.4 印度女装市场将持续增长

第三章 2011-2012年中国女装市场态势分析

3.1 中国女装市场概述

3.1.1 中国女装的市场构成

3.1.2 中国女装市场的主要特点

3.1.3 中国女装逐渐缩小与国际先进水平的差距

3.1.4 金融危机下的中国女装企业运行概况

3.1.5 中国女装进口市场变化分析

3.2 2011-2012年中国女装行业发展分析

3.3 2011-2012年中国女装市场消费透析

3.3.1 中国女装消费阶层

3.3.2 中国女装消费年龄层

3.3.3 中国女装市场消费规律分析

3.3.4 我国老年女装市场消费渐趋年轻化

3.3.5 女装未来的消费趋势

3.4 2011-2012年中国女装品牌发展分析

3.4.1 我国女装市场品牌猛刮欧美风

3.4.2 中国女装市场品牌运行状况

3.4.3 部分本土品牌市场运行动态

3.4.4 我国女装市场品牌集中度分析

3.5 2011-2012年中国女装市场发展存在的问题及策略建议

第四章 2011-2012年女装细分市场发展分析

4.1 职业女装

4.1.1 职业女装的概念

4.1.2 职业女装的特点

4.1.3 职业女装时尚变身赢得消费者喜爱

4.1.4 防辐射性职业女装前景好

4.2 中高档女装

4.2.1 中高档中年女装市场需求特点分析

4.2.2 中高档百货店本土女装品牌销售势头强劲

4.2.3 中高档中年女装经营战略剖析

4.2.4 高级女装的定性

4.2.5 高档女装品牌分析

4.3 休闲女装

4.3.1 休闲女装市场日益成熟

4.3.2 国内休闲女装品牌的短板

4.3.3 休闲女装品牌发展策略探析

4.3.4 休闲女装发展前景趋好

4.4 其他细分市场

4.4.1 熟女服装市场运行状况

4.4.2 国内丰尚女装应运而生

4.4.3 “盛年”女装市场分析

4.4.4 运动女装市场前景广阔

第五章 2011-2012年女士内衣发展态势分析

5.1 女士内衣相关概述

5.1.1 中西方内衣文化比较

5.1.2 女性内衣的类型

5.1.3 中国女性体型特征及其内衣消费特点透析

5.2 女士内衣市场分析

5.2.1 中国文胸市场的发展演变

5.2.2 女性内衣市场容量扩大

5.2.3 女性内衣的消费者特征变化

5.2.4 女性内衣品牌的市场集中度

5.2.5 少女内衣市场被看好

5.3 女性内衣品牌竞争激烈

5.3.1 珠三角地区产业集群成熟品牌众多

5.3.2 良性竞争给二线品牌提供机遇

5.3.3 二线品牌升级还需努力

5.4 女士内衣市场发展策略及趋势

5.4.1 中国内衣企业经营要体现创新

5.4.2 女士内衣打造区域强势品牌策略

5.4.3 女性内衣未来流行趋势

第六章 2011-2012年女裤发展分析

6.1 女裤的类型

6.1.1 按长度分

6.1.2 按版型分

6.1.3 按适应场合分

6.1.4 按腰线分

6.2 女裤行业发展概况

6.2.1 中国女裤市场运行状况

6.2.2 我国女裤行业的发展特点

6.2.3 中国女裤产业格局发生变化

6.2.4 女裤行业产业链分析

6.3 郑州女裤

6.3.1 郑州女裤产业发展势头强劲

6.3.2 郑州女裤发展重心在“二七”区

6.3.3 郑州女裤行业发展存在的问题

6.3.4 郑州女裤业发展需要价值创新

6.4 其他区域女裤市场

6.4.1 广州

6.4.2 陕西

6.4.3 杭州

6.4.4 株洲

6.5 影响品牌女裤销售竞争的因素

6.5.1 位置因素

6.5.2 版型因素

6.5.3 销售人员素质因素

6.6 女裤业发展建议及未来走向

6.6.1 女裤市场发展策略建议

6.6.2 我国女裤产业的发展策略

6.6.3 品牌代理商开发区域市场的措施

6.6.4 中国女裤产业要科学的选择发展方向

第七章 2011-2012年中国女装区域市场发展分析

7.1 北京

7.1.1 北京市女装市场色彩运用的主要特点

7.1.2 北京女装市场销售状况

7.1.3 北京女装市场价格运行走势

7.1.4 同质化渐成北京女装市场运行的瓶颈

7.2 深圳

7.2.1 深圳女装品牌发展透析

7.2.2 国内主要商场深圳女装品牌运行特点分析

7.2.3 深圳市高端女装企业双管齐下促发展

7.2.4 深圳市即将新建品牌女装专业园

7.2.5 软实力在深圳女装市场竞争中占据重要地位

7.2.6 深圳女装未来发展目标

7.3 杭州

7.3.1 杭州市女装行业发展总体回顾

7.3.2 杭州市女装企业凭借省商会渠道进军冀市场

7.3.3 网络逐渐成为杭州女装市场销售的主要渠道

7.3.4 影响杭州女装发展的因素及品牌提升策略

7.3.5 杭州女装业发展的对策建议

7.4 石狮

7.4.1 石狮女装市场运行呈现强势

7.4.2 石狮市场女装质量提升明显

7.4.3 网店成石狮女装市场营销新途径

7.5 其他区域

7.5.1 上海

7.5.2 江苏

7.5.3 宁波

7.5.4 泉州

7.5.5 虎门

7.5.6 武汉

第八章 2011-2012年女装市场竞争分析

8.1 女装市场竞争状况

8.1.1 中国女装行业竞争激烈

8.1.2 “留洋”服饰企业暗战女装之都

- 8.1.3 女装品牌竞争细分化明显
- 8.1.4 中国女装市场进入多元化竞争
- 8.2 女装市场部分品牌竞争策略比较分析
 - 8.2.1 ONLY
 - 8.2.2 太平鸟
 - 8.2.3 哥弟
 - 8.2.4 斯尔丽
- 8.3 中国女装与国际先进水平的差距
 - 8.3.1 设计方面
 - 8.3.2 品牌方面
 - 8.3.3 文化内涵方面
- 8.4 中国女装提升竞争力的措施
 - 8.4.1 面料应成为首要解决问题
 - 8.4.2 应结合多方力量提升女装企业竞争力
 - 8.4.3 中国女装提升国际竞争力的具体措施
 - 8.4.4 提升品牌市场竞争力与附加值的策略分析
- 第九章 2011-2012年女装市场营销分析
 - 9.1 服装市场营销分析
 - 9.1.1 网络引发服装业经营模式大变革
 - 9.1.2 服装市场营销渠道的控制越来越受关注
 - 9.1.3 服装市场体验营销分析
 - 9.1.4 服装市场电子商务营销策略分析
 - 9.2 女装市场销售渠道
 - 9.2.1 代理制
 - 9.2.2 特许加盟和直营连锁
 - 9.2.3 专柜和专卖店
 - 9.3 女装市场营销分析
 - 9.3.1 女装市场步入全面营销时代
 - 9.3.2 托管营销渐受女装市场青睐
 - 9.3.3 女装网络营销分析
 - 9.4 中国女装市场品牌代理营销存在的问题
 - 9.4.1 拒绝自己做零售
 - 9.4.2 广种薄收
 - 9.4.3 阻断信息
 - 9.4.4 对渠道的监管和维护不力

9.4.5 代理品牌增加过快

9.5 中国女装市场营销策略

9.5.1 女装品牌代理之道

9.5.2 女装营销中的存货管理

9.5.3 女装品牌的终端经营管理策略

9.5.4 女装终端店铺应对市场淡季的运营技巧

第十章 2011-2012年女装面料发展分析

10.1 棉纺面料

10.1.1 我国棉纺业发展状况

10.1.2 棉纺织物的特点和品种

10.1.3 棉纺面料市场呈现三大变化

10.1.4 棉纺面料未来发展趋势

10.2 麻纺面料

10.2.1 我国麻纺业发展状况

10.2.2 麻纺织物的特点和品种

10.2.3 麻纺面料市场概况

10.2.4 隐条弹力麻面料悄然兴起

10.3 毛纺面料

10.3.1 我国毛纺业运行分析

10.3.2 毛纺面料的新应用分析

10.3.3 PPT纤维在毛纺面料中运用潜力大

10.3.4 中高档毛纺面料集聚绍兴

10.4 针织面料

10.4.1 针织面料相关概述

10.4.2 我国针织面料市场主要热销品种

10.4.3 针织面料市场应注意的几个因素

10.4.4 提高针织面料质量的对策

10.5 化纤面料

10.5.1 2010年我国化纤行业发展状况

10.5.2 化纤面料市场的发展变化

10.5.3 新型化纤面料的特点及品种

10.5.4 我国化纤面料市场的畅销品种

10.5.5 功能性化纤面料市场受运动内衣企业竞争影响

10.5.6 中外化纤面料比较存在的差距

10.6 丝绸面料

10.6.1 丝绸面料相关概述

10.6.2 我国丝绸市场运行状况

10.6.3 中国丝绸行业新标准发布

10.6.4 我国丝绸行业发展分析

10.6.5 中国丝绸产业发展对策

第十一章 2011-2012年重点女装品牌介绍

11.1 国外女装品牌

11.1.1 Chanel

11.1.2 Dior

11.1.3 Gucci

11.1.4 Prada

11.1.5 Versace

11.1.6 Giorgio Armani

11.1.7 Only

11.1.8 Etam

11.2 国内女装品牌

11.2.1 华鑫

11.2.2 虫虫

11.2.3 兄弟

11.2.4 斯尔丽

11.2.5 白领

11.2.6 歌莉娅

11.2.7 千百惠

11.2.8 红袖

11.2.9 太和

11.3 休闲女装品牌

11.3.1 唐狮

11.3.2 森马

11.3.3 以纯

11.3.4 美特斯邦威

11.3.5 真维斯

11.3.6 班尼路

11.4 女士内衣品牌

11.4.1 黛安芬

11.4.2 安莉芳

11.4.3 欧迪芬

11.4.4 古今

11.4.5 爱慕

11.4.6 曼妮芬

第十二章 2011-2012年女装产业投资分析

12.1 中国服装业投资分析

12.1.1 中国服装业面临的国内外发展环境

12.1.2 2010年中国服装产业投资状况

12.1.3 2011年中国服装产业投资状况

12.1.4 2012年中国服装业投资分析

12.1.5 后危机时代中国纺织服装业蕴藏投资机遇

12.2 女装行业投资机会分析

12.2.1 女装市场机遇明显

12.2.2 中国女装市场呈现多种商机

12.2.3 中国高尔夫女装市场需求渐增

12.2.4 加大码女装市场供不应求

第十三章 2012-2016年女装行业发展趋势分析

13.1 2012-2016年服装行业发展展望

13.1.1 世界品牌服装市场增长预测

13.1.2 中国服装行业未来发展展望

13.1.3 中国服装业未来发展走向

13.2 2012-2016年女装行业未来发展预测

13.2.1 2012-2016年我国女装行业预测分析

13.2.2 中国女装市场发展趋势

13.2.3 女装产品品质将趋于高端化

13.2.4 女装将向多品牌战略发展

13.2.5 女装销售人员将更加专业

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/140267140267.html>