



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国女装行业市场 竞争态势与投资前景预测报告

一、调研说明

《2009-2012年中国女装行业市场竞争态势与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/46943.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 2008年世界女装行业运行现状分析

第一节 2008年世界女装行业发展概述

- 一、世界女装特点分析
- 二、世界女装市场供需分析
- 三、世界女装市场价格普遍走低

第二节 2008年世界主要国家和地区女装市场分析

- 一、美国女装市场增长轻微
- 二、欧元区国家经济发展较为平稳，女装市场量放大
- 三、韩国

第三节 2009-2012年世界女装行业发展趋势分析

第二章 2008年中国女装产业发展环境分析

第一节 2008年中国经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、物价水平与居民收支分析
- 三、进出口贸易变化分析

第二节 2008年中国女装行业发展政策环境分析

- 一、服装纺织产业进出口政策
- 二、产业政策分析
- 三、产权保护分析

第三节 2008年中国女装行业发展社会环境分析

第四节 2008年中国女装行业发展技术环境分析

第三章 2008年中国女装产业运行形势分析

第一节 2008年中国女装市场的发展现状

- 一、市场发展特点与现状
- 二、国内服装市场的生产销售状况
- 三、中国女装市场销售特点

第二节 2008年中国女装市场营销渠道的多样化特点

- 一、大型百货
- 二、大型超市
- 三、专卖连锁
- 四、服装零售店
- 五、专业市场
- 六、品牌精品店
- 七、直销店
- 八、加盟店
- 九、网络商店

第四章2008年中国女装产业结构分析

第一节2008年女装的产业结构特点

- 一、女装企业绝大多数以私营企业为主，缺乏规模效应
- 二、进行品牌经营的企业较少，加工为主业的居多
- 三、沿海分布较广，内地较少
- 四、劳动密集型生产为主，资本型企业缺乏
- 五、产业结构内缺乏有生机制的协调作用

第二节 2008年中国女装在纺织服装行业中的地位

- 一、2008年纺织服装经济运行情况
- 二、中国服装市场与女装销售状况

第三节 新一轮的女装产业结构调整正在进行

- 一、品牌众多，市场竞争异常激烈，行业集中度很低
- 二、女装集群化产业结构出现

第五章 2008年中国女装行业市场营销策略及消费调查分析

第一节 2008年中国女装产业营销策略分析

- 一、我国女装销售细分明显
- 二、国内女装市场营销与广告企划分析
- 三、建立网上女装销售模式

第二节 2008年中国女装消费市场调查分析

- 一、女装消费阶层分析
- 二、女装不同年龄消费者分析

三、女装消费者行为特征简析

四、女装消费趋势解析

第三节 2008年我国女装产业存在的问题与结论

一、国内女装业的问题及解决途径

二、我国女装质量抽查合格率低

三、女装企业努力适应“五项指标”质量标准

四、女装高档化的发展瓶颈

第六章 2008年中国女装行业进出口状况分析

第一节 2008年中国女装进出口现状分析

一、出口曲线起伏较大

二、一般贸易出口继续增长

三、服装传统出口市场稳步增长，对各大洲出口均实现两位数增长

四、出口增长重点仍集中在东部沿海，西部服装出口大幅增长

五、服装进口主要来自东南亚地区，从欧美等国进口也在逐步增加

六、纺织服装出口增幅设限国略大于非设限国

七、主要出口市场——日本、美国、欧盟

八、服装出口稳步增长，化纤服装贡献大

第二节 2008年出口配额对中国女装出口的影响分析

一、出口配额对中国女装出口的影响

二、美国对中国三类纺织品配额设限

第三节 2008年贸易壁垒对中国女装出口的影响分析

第七章 2008年中国女装按需求分类市场分析

第一节 职业女装

一、职业女装概述

二、我国职业女装的市场前景和问题所在

三、温州职业女装

四、上海职业女装

五、武汉职业女装

第二节 运动女装

一、运动服装扮靓与流行女装并齐

二、运动品牌抢占高尔夫女装市场

三、运动女装市场前景广阔

第三节 休闲女装

一、国内休闲装市场现状及特点解析

二、国内休闲装进入卖场竞争时期

三、休闲女装市场持续看好

第八章 2008年中国女装按档次分类市场分析

第一节 高档女装

一、高级女装概述

二、高级女装品牌经营法则探讨

三、高级品牌女装成功经营的途径

四、南京高档女装市场分析

第二节 中档女装

一、中档女装市场需求分析

二、中档女装消费群体定位要清晰

三、中档女装重视文化内涵

四、中档女装需提升服装的附加值

第九章 2008年中国女装按年龄层次分类市场分析

第一节 少女装

一、日本少女装市场分析

二、SNOOPY少女装填补市场空白

三、年轻女性成少女装消费主体

四、上海少女装面料设计流行解码

第二节 成熟女性装

一、成熟女性购买服装的困难

二、成熟女性服装企业服务意识欠缺

三、中青年女装重视细分化

第三节 中老年女装

一、老年消费者的行为特点简析

二、中老年女性对服装的要求分析

三、我国中老年女性服装市场景象不容乐观

第十章 2008年中国女士内衣行业发展状况分析

第一节 2008年中西方女士内衣对比分析

- 一、女士内衣功能的演变
- 二、中西方女性内衣功能的比较
- 三、中西方女性内衣功能演变的原因分析
- 四、女性对内衣的重视

第二节 2008年女士内衣产业发展现状分析

- 一、全球女士内衣产业处于飞速发展时代
- 二、欧洲女性内衣支出分析
- 三、我国女士内衣市场容量分析
- 四、国内文胸产业正逐渐变化

第三节 2008年中国女性内衣市场分析

- 一、高档产品
- 二、中档品牌
- 三、塑身内衣
- 四、浙江内衣
- 五、潮阳内衣
- 六、女性内衣市场前景分析

第四节 2008年中国女士内衣营销方式

- 一、内衣行业销售渠道变革的商机分析
- 二、内衣经销商忠诚度分析
- 三、内衣企业营销的流行模式
- 四、女性内衣营销的文化内涵

第五节 2008年中国构建女性内衣消费要素

- 一、构成产品核心竞争力
- 二、内外搭配和内衣外显
- 三、内衣功能的外在扩展
- 四、摸清女性喜好
- 五、内化配合营销

第十一章 2008年中国女裤市场运行走势分析

第一节 女裤的分类

- 一、按长度分
- 二、按版型分
- 三、按适应场合分
- 四、按腰线分

第二节 2008年我国女裤产业概况分析

- 一、国内女裤行业概述
- 二、我国女裤产业发展现状分析
- 三、我国女裤业突显困境需明确发展方向

第三节 2008年郑州女裤产业市场分析

- 一、郑州女裤产业的发展历程
- 二、近年郑州女裤产业动态剖析
- 三、郑州女裤叫板全国市场
- 四、郑州女裤产业急待升级

第十二章 2008年中国女装产业的品牌竞争格局分析

第一节 2008年中国女装产业品牌发展现状分析

- 一、女装产业升级品牌功不可没
- 二、中国女装品牌区域势力分析
- 三、中国女装品牌发展现状简析
- 四、女装品牌终端营销管理策略

第二节 2008年中国女装产业品牌发展方向分析

- 一、品牌细分化发展
- 二、品牌差异化发展
- 三、品牌传统化发展

第三节 2008年中国女装品牌渠道的选择分析

- 一、代理制
- 二、特许加盟和直营连锁
- 三、专柜和专卖店

第四节 2008年中国深圳女装品牌的SWOT解析

第十三章 2008年中国女装行业内竞争态势分析

第一节 2008年中国女装行业的竞争特点

- 一、技术与工艺水平的竞争
- 二、设计能力的竞争
- 三、信息的竞争
- 四、综合组织能力的竞争
- 五、市场把握能力的竞争

第二节 2008年国际女装市场的竞争态势分析

- 一、美国：进口价格持续走低
- 二、日本：中国服装出口第一大市场
- 三、欧盟：正在进行行业结构调整

第三节 2008年中国女装的竞争态势分析

- 一、品牌消费渐成趋势 区域特点十分明显
- 二、国内女装市场愈加国际化，中外品牌合作步伐正加快
- 三、市场发展日趋完善，问题相随不可忽视
- 四、上下游联系紧密 专业分工更细化
- 五、质量不容乐观 打折促销盛行
- 六、努力把握时尚潮流 争创中国知名品牌

第十三章 2008年中国重点省市女装产业市场局势分析

第一节 杭州

- 一、杭州女装市场发展概况
- 二、杭州女装市场的主要特点分析
- 三、杭州女装市场存在的主要困难
- 四、杭州女装市场的发展趋势及建议
- 五、杭州女装急待突破品牌瓶颈

第二节 青岛

- 一、青岛女装产业指导意见出台
- 二、政府大力推进青岛女装产业发展的策略
- 三、青岛女装迎来发展新高峰

第三节 温州

- 一、温州女装发展之路分析

二、温州女装零售市场现状分析

三、温州女装小店抢占市场的建议

第四节 其他省市女装产业

一、大连

二、上海

三、虎门

第十四章 2008年中国重点女装品牌市场竞争力分析

第一节 国外重点女装品牌

一、CHANEL

二、Versace

三、Gucci

四、ONLY

五、ETAM

第二季 国内重点女装品牌

一、白领

二、斯尔丽

三、华鑫

第三节 休闲女装品牌

一、以纯

二、真维斯

三、班尼路

第四节 女士内衣品牌

一、戴安娜

二、古今

三、曼妮芬

四、安莉芳

第十五章 中国女装行业优势企业分析

第一节 北京白领时装有限公司

一、公司简介

二、公司发展策略

第二节 上海斯尔丽服饰有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司市场策略
- 三、公司品牌建设

第三节 上海英模特制衣有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司策略
- 三、公司品牌特色

第四节 东莞东越服装有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司产品
- 三、以纯发展情况
- 四、以纯飞跃之谜

第五节 武汉红人服饰有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司品牌优势
- 三、公司多品牌战略

第十六章 2008年中国女装面料市场运行动向解析

第一节 棉纺

- 一、世界主要棉纺织生产国的棉纺业竞争状况简析
- 二、2008年我国棉纺业发展特征分析
- 三、2008年我国棉纺业经济运行形势分析
- 四、2008年我国棉纺织行业运营状况浅析
- 五、2008年我国棉纺业增长幅度分析

第二节 麻纺

- 一、近二十年我国麻纺织品进出口情况分析
- 二、我国麻纺市场的现状分析
- 三、国内麻纺市场重点在于培养消费者
- 四、促进我国麻纺市场发展的建议

第三节 毛纺

- 一、2008年我国毛纺行业经济运行浅析

二、2008年我国毛纺面料市场看点解析

三、以创新应对毛纺市场的变革

四、“十一五”我国毛纺行业规划

第四节 丝绸

一、国内丝绸行业现状及发展困境

二、2008年我国丝绸业发展状况分析

三、丝绸业运行周期平稳发展

四、我国丝绸行业的竞争优势分析

第十七章 2009-2012年中国女装产业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国服装产业发展趋势分析

一、国内服装行业发展特点浅析

二、我国服装行业发展趋势分析

三、中国服装市场的发展前景解析

四、未来服装行业的高科技发展趋势

第二节 2009-2012年中国女装产业发展趋势分析

一、2009-2012中国女装行业发展趋势分析

二、未来五年我国女装市场发展分析

三、我国女装品牌化发展方向

四、我国女装产业化发展方向

第三节 2009-2012年中国女装产业市场盈利预测分析

第十八章 2009-2012年中国女装行业投资机会与风险分析

第一节 2009-2012年中国女装行业投资机会分析

一、网络销售分析

二、品牌化与规模化

第二节 2009-2012年中国女装行业投资风险分析

一、竞争风险

二、外资进入风险

三、政策与体制风险

四、金融风险分析

五、其他风险分析

第三节 HJSD建议

图表目录：（部分）

图表：“十五”服装产量及增幅示意图

图表：2005-2008年服装产量增长幅度对比图

图表：服装主要产区产量增长幅度示意图

图表：2007-2008年全国纺织服装出口商品结构统计

图表：2007-2008年我纺织服装进出口企业构成统计

图表：国际品牌在高档商场经营比重逐年降低

图表：国外品牌女装在京中高档商场销售增长

图表：2004-2008年棉纺行业总量增长情况

图表：2004-2008年棉纺行业企业平均规模变化

图表：2004-2008年棉纺行业人均规模变化

图表：2004-2008年棉纺行业产销衔接和资产运转变化

图表：棉纺行业生产经营和盈利状况

图表：2004-2008年棉花进出口数量和单价变化

图表：2004-2008年棉制纺织品及服装进出口额变化

图表：2004-2008年棉纺行业短期偿债和变现能力变化

图表：2009-2012年中国女装行业主要产品价格走势预测

图表：2009-2012年中国女装行业发展前景预测

图表：略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46943.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法

- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究

报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。