



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国女性时装行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国女性时装行业市场分析及发展趋势研究报告》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/47723.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

【描述】 世界服装的品牌意识是从女装开始，女装品牌一直多于男装品牌。而我国却是男装品牌远远多于女装品牌。虽然新的女装品牌大量涌现、但女装的高端市场却一直以外资品牌为主导。中国服装市场还有很大的空间可做，一方面，女装企业要走自己的原创之路，走出同质化竞争的局面，要有自己企业区别于其他企业的整体形象和定位；另一方面，女装行业要争创自己的国际品牌。 本研究课题小组对服装产业各构成部分进行了相关介绍和要点分析；对于中国加入WTO后将要面临贸易壁垒和国际品牌的强势介入也做出了客观情势的分析和相关战略的应对措施；对于世界主要服装贸易国的女装产业发展现状进行了概要的说明和分析等。 【目录】 第一部分 行业概述与特征

第一章 女装行业概述 1

第一节 女装发展简史 1

第二节 女装行业基本定义和分类 4

一、基本定义 4

二、女装的基本分类 5

第三节 女装行业的基本特征 8

第四节 女装行业的投资特性 10

第二部分 行业发展现状与结构分析

第二章 女装行业发展现状 11

第一节 制造工艺的发展 11

第二节 生产原料的发展 15

第三节 女装文化的演变 17

第三章 女装市场发展现状 18

第一节 中国女装市场的发展现状 18

一、市场发展特点与现状 18

二、国内服装市场的生产销售状况 21

三、中国女装市场销售特点 22

第二节 女装行业效益状况比较 27

第三节 世界女装市场的发展现状 30

一、美国女装市场增长轻微 30

二、欧元区国家经济发展较为平稳，女装市场量放大 31

三、女装市场价格普遍走低 31

第四节 中国社会经济发展给女装市场发展所带来的变化 32

一、中国宏观经济的发展 32

二、物价水平与居民收支 34

第五节 市场营销渠道的多样化特点 35

一、大型百货 35

二、大型超市 35

三、专卖连锁 35

四、服装零售店 36

五、专业市场 36

六、品牌精品店 36

七、直销店 37

八、加盟店 37

九、网络商店 37

第六节 市场机制存在的问题 37

一、产权保护机制 37

二、市场督导机制 39

三、出口贸易预警机制 40

第四章 女装行业进出口状况 41

第一节 中国女装进出口现状 41

一、出口曲线起伏较大 42

二、一般贸易出口继续增长 46

三、服装传统出口市场稳步增长，对各大洲的出口均实现了两位数的增长 48 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 54 五、服装进口主要来自于东南亚地区，从欧美等国的进口也在逐步增加 57 六、纺织服装出口增幅设限国略大于非设限国 60

七、主要出口市场-日本、美国、欧盟 61

八、服装出口稳步增长，化纤服装贡献大 62

第二节 世界女装进出口现状 64

第三节 出口配额对中国女装出口的影响 65

一、出口配额对中国女装出口的影响 65

二、美国对中国三类纺织品配额设限 66

第四节 贸易壁垒对中国女装出口的影响 68

第五章 女装产业结构分析 72

第一节 女装的产业结构特点 72

- 一、女装企业绝大多数以私营企业为主，缺乏规模效应 72
- 二、进行品牌经营的企业较少，加工为主业的居多 73
- 三、沿海分布较广，内地较少 74
- 四、劳动密集型生产为主，资本型企业缺乏 74
- 五、产业结构内缺乏有生机机制的协调作用 75

第二节 女装在纺织服装行业中的地位 76

- 一、2004年纺织服装经济运行情况 76
- 二、中国服装市场与女装销售状况 82

第三节 新一轮的女装产业结构调整正在进行 88

- 一、品牌众多，市场竞争异常激烈，行业集中度很低 89
- 二、女装集群化产业结构出现 92

第三部分 资本市场分析与运用

第六章 女装业资本市场分析 96

第一节 中国纺织服装行业的资本市场概况 96

- 一、服装上市公司业绩下降明显 96
- 二、纺织板块筹资情况 96
- 三、纺织板块业绩展望 98

第二节 女装企业在资本市场中的前景 100

第三节 把握上市公司发展的关键 106

- 一、要权衡股权融资和债权融资的成本差异 107
- 二、企业发展及募集资金的掌握 107
- 三、公司的诚信至关重要 107

第四部分 行业竞争格局

第七章 女装行业内竞争态势 109

第一节 女装行业的竞争特点 109

- 一、技术与工艺水平的竞争 109
- 二、设计能力的竞争 113
- 三、信息的竞争 115
- 四、综合组织能力的竞争 116
- 五、市场把握能力的竞争 116

第二节 国内女装的竞争态势 117

一、品牌消费渐成趋势 区域特点十分明显 117

二、国内女装市场愈加国际化，中外品牌合作步伐正加快 118 三、市场发展日趋完善，问题相随不可忽视 120

四、上下游联系紧密 专业分工更细化 121

五、质量不容乐观 打折促销盛行 122

六、努力把握时尚潮流 争创中国知名品牌 123

第三节 国际女装市场的竞争态势 124

一、美国：进口价格持续走低 124

二、日本：中国服装出口第一大市场 126

三、欧盟：正在进行行业结构调整 127

第五部分 行业SWOT分析与趋势预测

第八章 女装行业发展趋势及市场需求导向分析 128

第一节 国民收入与女装消费 128

第二节 沿着（SC）供应链延伸 129

一、世界纺织服装行业供应链现状及趋势 129

二、女装在供应链中的定位 132

第三节 值得注意的经营方式-OEM 136

第四节 突破国界-国际化和经济一体化 140

第五节 未来女装市场的需求预测 142

一、社会经济发展预测 142

二、国民收入预测 142

三、零售消费预测 144

四、未来中国女装的发展趋势 149

五、女装市场需求预测 152

第六节 女装业的发展战略 152

第九章 新的国际形势下女装业的走向 155

第一节 如何把握和利用好WTO这把双刃剑 155

第二节 中国女装企业的SWOT分析 158

第三节 中国女装企业要建立"四层屏障" 166

一、屏障之一-快速反应机制的建立和完善 166

二、屏障之二-产业结构的调整 167

三、屏障之三-外国资本及国内资本市场的利用和开发 168

四、屏障之四-与国际名牌的亲密接触 170

第四节 世界女装行业的发展方向 171

一、品牌化与规模化 171

二、参考资料 175

第十章 女装行业部分重点品牌企业的介绍 176 第一节 国际知名女装品牌 176

第二节 国内知名女装品牌 185

一、上海斯尔丽服饰有限公司 185

二、香港华鑫国际有限公司 188

三、北京白领服饰公司 191

附录

附录一 2004服装销售方式的变化及趋势 194

附录二 2004年服装行业发展影响因素分析 196

附录三 网络销售 200

一、服装网络销售出现的必然性 200

(一) 网络营销的优势 201

(二) 服装产品的流行特性 202

(三) 消费者行为和心理 204

二、服装网上销售的运行 205

(一) 服装网上销售的模式 205

(二) 网上店面的建立和维护 206

(三) 顾客信息管理 209

三、服装网上销售的发展前景 210

附录四 中国本土服装企业：第二次洗牌，你的蛋糕有多大 213

图表目录 图表：女装的基本分类 5

图表：各种档次时装的投资重心比较 10

图表：2004年女装品牌综合占有率排名 20

图表：2004年全国大中型商场各品类服装销售比重图 22

图表：2000年-2004年女装销量增长幅度变化情况图 22

图表：2004年12月份北京市场女装按品牌零售额排名表 24

图表：2004年12月北京市场女装按品牌零售量排名表 25

图表：2004年12月上海十大商场女装按品牌零售额排名表 25

图表：武汉2004年12月亿元商场服装销售占有率 26

图表：2004年按产品分效益状况差异比较表 29

图表：2003及2004年各类产品销售率比较图 30

图表：2003年国内三大产业产值增长图（单位：亿元/%） 32 图表：1998-2004社会消费品零售总额增长示意图 34

图表：2004年中国居民消费价格走势（1-11月） 34

图表：2004年服装及附件出口数量及金额统计表 41

图表：2004年1-12月服装及衣着附件出口曲线图 42

图表：2004年中国女装出口数据表-梭织部分 43

图表：2004年中国女装出口数据表-针织部分 44

图表：2004年中国梭织服装出口前十名地区 45

图表：2004年中国针织服装出口前十名地区 46

图表：不同贸易方式下2004年服装及衣着附件的出口情况 47 图表：1998-2004年服装出口贸易方式所占比重表 47

图表：2004年1-12月纺织品服装进出口主要国家地区表 48

图表：2004年1-12月梭织、针织服装及附件出口图 51

图表：2004年中国梭织服装出口到各国（地区）贸易额前十名国家（地区） 51 图表：2004年中国梭织服装出口到各国（地区）贸易额前十名国家（地区） 52 图表：2004年12月中国针织梭织服装出口各大洲出口表 52

图表：2004年中国服装出口地区构成图 55

图表：2004年全国各省市服装出口数据统计 55

图表：2004年1-12月分月度服装及衣着附件进口曲线图 57

图表：2000～2004年中国服装进口金额图 58

图表：2004年中国女装进口数据表--梭织服装 58

图表：2004年三种服装企业类型进口数据统计 59

图表：2000-2004年纺织服装对设限国和非设限国出口图 60

图表：1998-2004年我国服装出口设限国和非设限国所占比重 60 图表：2004年（生产原料）服装出口数量统计 63

图表：2004年各原料服装价值所占份额 63

图表：2004年全国城镇居民人均可支配收入排名前五位省市比较 78 图表：2004年城镇居民人均收入超万元城市（前八名）数据比较 79 图表：2004年中国服装市场构成形态一（城镇与农村） 85

图表：2004年中国服装市场构成形态之二（销售终端形态） 85 图表：2002-2004年服装业规模以上企业经济指标情况 86

图表：2004年女装全国重点商场服装类商品中销售量占比图 88 图表：2004年服装产品销量增长变化比较图 89

图表：纺织板块近年来筹资情况 96

图表：2000-2003年沪深两市及纺织板块一级市场融资情况 97 图表：2002-2003年纺织板块筹资额与沪深总体比较（亿元） 97 图表：1998-2004年中国服装出口单价和数量表 102

图表：1998-2004年中国服装出口单价与数量增幅比率变化图 103 图表：1999-2004年各年（一月）同期出口数量和金额对比图 104 图表：1999-2004年各年一月同期出口数量和金额对比图 104

图表：2003-2004年女装企业人均利润在服装行业中按产品分类比较示意图 106 图表：按进口金额排列前五名的国家和地区 125

图表：按进口数量排列前五名的国家和地区 125

图表：2004年世界化学纤维的消费构成图 131

图表：服装业供应链模型 134

图表：在女装供应链中存在的问题 135

图表：2004年国民收入状况预测 143

图表：2004年城乡消费品零售额预测 144

图表：2004年我国居民消费价格水平变化比较图 147

图表：1997-2004年衣着品消费价格指数一览表（上年为100） 148 图表：2004年居民消费价格指数涨跌分析表 148

图表：2004年印度的时装市场构成 162

图表：2002年印度各类服装消费量比较 162

图表：女装产品三角形 165

图表：1970-2004年世界纺织服装贸易总额数据比较 173

图表：1970-2004年世界纺织服装贸易区间内平均增长率比较 173 图表：1999-2002年ETAM的营业额与经营毛利对照图 177

图表：1999-2002年经营利润数据 177

图表：1999-2002经营纯利润变化图 178

图表：2003年GUCCI销售收入区域构成图 180

图表：按产品分类（GUCCI）集团销售收入构成 181

图表：按销售渠道（GUCCI）来分销售收入构成 181

图表：2002-2003年GUCCI财务收益数据图 182

略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47723.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。