

# 2024-2030年中国女装市场 评估与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2024-2030年中国女装市场评估与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202310/415974.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中国是十四亿人口的大国，是全世界最大的服装消费国和生产国。近几年中国的服装业有着较大的发展，服装业的发展大大推动了中国国民经济的发展。同时中国已成为全世界最大的服装生产加工基地，全世界每三件服装，其中一件来自于中国生产。

自改革开放以来，服装行业就成为了我国经济的重要产业之一。服装市场按消费者人群划分，可分为女装、男装、童装和其他等几类。其中女装是最重要的组成部分，具有需求多样、品类繁多的特点，并具有最大的市场规模和发展空间。根据Euromonitor的数据，我国女装零售额对男装零售额的倍数近些年呈不断上升趋势，已从2015年的1.69升至2019年的1.75。尽管如此，相较于世界上发达国家服装市场的消费结构，我国女装消费市场份额仍旧远低于国际水平。预测我国女装零售额对男装零售额的倍数仍将不断增长，预计将于2024年达到1.78。我国女装市场具备着广阔的发展空间。

未来，随着我国女性对于审美和时尚追求的不断提升、可支配收入的不断增加，我国女性群体将迎来进一步的消费升级，女装市场规模将保持持续增长。在服装零售行业整体大跨步发展，女装市场份额同时不断提升的背景下，女装行业将迎来更加广阔的发展空间。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国女装市场评估与市场运营趋势报告》共十二章，首先介绍了国内外服装行业的发展以及国内外女装市场的发展现状，接着对女装的细分市场进行了详细地解析。然后报告阐述了女装区域市场的发展情况，接下来对女装市场做了竞争分析、营销分析、面料市场分析、重点女装品牌介绍、投资分析。最后分析了我国女装产业的未来发展趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国服装行业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对女装产业有个系统深入的了解、或者想投资女装行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

### 第一章 2021-2023年服装行业发展分析

#### 1.1 2021-2023年国际服装行业发展概况

##### 1.1.1 纺织品服装贸易特点

##### 1.1.2 服装行业区域特征

##### 1.1.3 纺织服装出口状况

- 1.1.4 服装电商发展形势
- 1.2 中国服装行业发展综述
  - 1.2.1 产业链发展分析
  - 1.2.2 行业发展特点
  - 1.2.3 产业供需分析
  - 1.2.4 企业转型升级
  - 1.2.5 行业智能制造
- 1.3 2021-2023年服装行业运营状况发展
  - 1.3.1 行业运行现状
  - 1.3.2 企业运营状况
  - 1.3.3 百强企业分析
  - 1.3.4 行业景气指数
  - 1.3.5 行业经营形势
- 1.4 2021-2023年中国服装业产业集群解析
  - 1.4.1 集群概况及特征
  - 1.4.2 集群发展成就
  - 1.4.3 集群发展状况
  - 1.4.4 集群发展建议
  - 1.4.5 “十三五”集群战略
- 1.5 2021-2023年服装行业品牌分析
  - 1.5.1 品牌发展特点
  - 1.5.2 品牌建设分析
  - 1.5.3 本土品牌分析
  - 1.5.4 自主品牌探索
  - 1.5.5 品牌联盟战略
- 1.6 2021-2023年中国服装行业面临的问题及发展对策
  - 1.6.1 主要问题
  - 1.6.2 发展对策

## 第二章 2021-2023年世界女装市场发展状况

- 2.1 2020-2022全球外女装市场发展总析
  - 2.1.1 行业发展历程

- 2.1.2 行业发展现状
- 2.1.3 行业发展问题
- 2.1.4 行业发展对策
- 2.2 全球主要国家女装市场发展分析
  - 2.2.1 法国
  - 2.2.2 意大利
  - 2.2.3 美国
  - 2.2.4 日本
  - 2.2.5 韩国
  - 2.2.6 其他

### 第三章 2021-2023年中国女装市场分析

- 3.1 中国女装市场综合分析
  - 3.1.1 市场结构
  - 3.1.2 主要特点
  - 3.1.3 发展水平
  - 3.1.4 贸易变化
- 3.2 2021-2023年中国女装行业运行分析
  - 3.2.1 运行特点
  - 3.2.2 销售状况
  - 3.2.3 进出口状况
  - 3.2.4 电商现状
- 3.3 2021-2023年中国女装市场消费透析
  - 3.3.1 消费阶层
  - 3.3.2 消费年龄层
  - 3.3.3 消费规律
  - 3.3.4 消费方向
  - 3.3.5 消费趋势
- 3.4 2021-2023年中国女装品牌发展分析
  - 3.4.1 品牌发展特点
  - 3.4.2 品牌运行状况
  - 3.4.3 本土品牌动态

#### 3.4.4 品牌集中度分析

### 3.5 2021-2023年中国女装市场发展存在的问题及策略建议

#### 3.5.1 主要问题

#### 3.5.2 发展对策

## 第四章 2021-2023年女装按穿着场合细分市场发展分析

### 4.1 职业女装

#### 4.1.1 市场概况

#### 4.1.2 市场特点

#### 4.1.3 品牌格局

#### 4.1.4 需求分析

#### 4.1.4 市场前景

### 4.2 休闲女装

#### 4.2.1 市场概况

#### 4.2.2 品牌格局

#### 4.2.3 需求分析

#### 4.2.4 市场前景

### 4.3 运动女装

#### 4.3.1 市场概况

#### 4.3.2 品牌格局

#### 4.3.3 销售状况

#### 4.3.4 市场前景

### 4.4 女士内衣

#### 4.4.1 市场概况

#### 4.4.2 品牌格局

#### 4.4.3 需求状况

#### 4.4.4 市场前景

## 第五章 2021-2023年女装按产品价格细分市场发展分析

### 5.1 奢侈女装

#### 5.1.1 市场规模分析

#### 5.1.2 市场发展特点

- 5.1.3 市场竞争格局
- 5.1.4 市场发展前景
- 5.2 高端女装
  - 5.2.1 市场规模分析
  - 5.2.2 市场发展特点
  - 5.2.3 市场竞争格局
  - 5.2.4 市场发展前景
- 5.3 中低端女装
  - 5.3.1 市场规模分析
  - 5.3.2 市场发展特点
  - 5.3.3 市场竞争格局
  - 5.3.4 市场发展前景

## 第六章 2021-2023年中国女装区域市场分析

- 6.1 北京
  - 6.1.1 市场主要特点
  - 6.1.2 市场销售状况
  - 6.1.3 市场价格走势
  - 6.1.4 市场运行瓶颈
- 6.2 深圳
  - 6.2.1 品牌发展分析
  - 6.2.2 品牌运行特点
  - 6.2.3 企业发展状况
  - 6.2.4 专业园发展分析
  - 6.2.5 市场竞争力分析
  - 6.2.6 未来发展目标
- 6.3 杭州
  - 6.3.1 行业发展回顾
  - 6.3.2 行业发展格局
  - 6.3.3 市场销售渠道
  - 6.3.4 行业影响因素
  - 6.3.5 行业对策建议

## 6.4 石狮

### 6.4.1 市场运行现状

### 6.4.2 产品质量分析

### 6.4.3 市场营销途径

## 6.5 其他区域

### 6.5.1 上海

### 6.5.2 江苏

### 6.5.3 宁波

### 6.5.4 泉州

### 6.5.5 虎门

### 6.5.6 武汉

## 第七章 2021-2023年女装市场竞争分析

### 7.1 女装市场竞争者构成

#### 7.1.1 国际品牌

#### 7.1.2 本土品牌

#### 7.1.3 电商品牌

#### 7.1.4 生产企业

### 7.2 女装市场部分品牌竞争策略比较分析

#### 7.2.1 ONLY

#### 7.2.2 太平鸟

#### 7.2.3 哥弟

#### 7.2.4 斯尔丽

### 7.3 中国女装与国际先进水平的差距

#### 7.3.1 设计方面

#### 7.3.2 品牌方面

#### 7.3.3 文化内涵方面

### 7.4 中国女装提升竞争力的措施

## 第八章 2021-2023年女装市场营销分析

### 8.1 中国女装市场销售渠道分析

#### 8.1.1 销售渠道发展概况

- 8.1.2 主要销售渠道分析
- 8.1.3 销售渠道终端分析
- 8.1.4 销售渠道发展趋势
- 8.2 中国女装电商发展现状分析
  - 8.2.1 网购规模
  - 8.2.2 消费者分析
  - 8.2.3 网购偏好
  - 8.2.4 电商趋势
- 8.3 中国女装市场营销策略
  - 8.3.1 产品策略
  - 8.3.2 价格策略
  - 8.3.3 渠道策略
  - 8.3.4 促销策略

## 第九章 2021-2023年女装面料发展分析

- 9.1 棉纺面料
  - 9.1.1 行业运行分析
  - 9.1.2 行业景气指数
  - 9.1.3 产业集群分析
  - 9.1.4 行业主要问题
  - 9.1.5 行业发展对策
  - 9.1.6 “十三五”规划
- 9.2 麻纺面料
  - 9.2.1 主要品种介绍
  - 9.2.2 行业标准状况
  - 9.2.3 关税调整方案
  - 9.2.4 市场运行现状
  - 9.2.5 问题对策分析
  - 9.2.6 “十三五”规划
- 9.3 毛纺面料
  - 9.3.1 行业发展历程
  - 9.3.2 行业现状综述

- 9.3.3 经济运行状况
- 9.3.4 问题对策分析
- 9.3.5 “十三五”规划
- 9.4 针织面料
  - 9.4.1 行业发展优势
  - 9.4.2 行业运行分析
  - 9.4.3 品牌格局分析
  - 9.4.4 问题对策分析
  - 9.4.5 “十三五”规划
- 9.5 化纤面料
  - 9.5.1 主要品种特点
  - 9.5.2 行业发展状况
  - 9.5.3 行业发展特点
  - 9.5.3 市场竞争状况
  - 9.5.4 问题对策分析
- 9.6 丝绸面料
  - 9.6.1 行业发展变化
  - 9.6.2 行业运行分析
  - 9.6.3 技术发展水平
  - 9.6.4 问题对策分析
  - 9.6.5 “十三五”规划

## 第十章 2021-2023年重点女装品牌介绍

- 10.1 国外女装品牌
  - 10.1.1 香奈儿 (Chanel)
  - 10.1.2 迪奥 (Dior)
  - 10.1.3 法涵诗 (FLRS)
  - 10.1.4 唐娜·卡伦 (DKNY)
  - 10.1.5 卡尔文克莱恩 (Calvin Klein)
  - 10.1.6 范思哲 (Versace)
  - 10.1.7 华伦天奴 (Valentino)
  - 10.1.8 阿玛尼 (Armani)

## 10.2 国内女装品牌

### 10.2.1 韩都衣舍

### 10.2.2 逸阳

### 10.2.3 乐町

### 10.2.4 茵曼

### 10.2.5 秋水伊人

### 10.2.6 裂帛

### 10.2.7 维沙曼

### 10.2.8 美特斯邦威

### 10.2.9 森马

### 10.2.10 哥弟

## 第十一章 中国女装产业投资潜力分析

### 11.1 中国服装业投资分析

#### 11.1.1 投资环境

#### 11.1.2 投资现状

#### 11.1.3 投资机遇

#### 11.1.4 投资壁垒

### 11.2 女装行业投资分析

#### 11.2.1 投资机遇

#### 11.2.2 投资分析

#### 11.2.3 投资建议

## 第十二章 对女装行业发展趋势分析

### 12.1 服装行业发展展望

#### 12.1.1 全球市场预测

#### 12.1.2 国内市场前景

#### 12.1.3 国内发展趋势

#### 12.1.4 “十三五”发展规划

### 12.2 中国女装行业未来发展分析

#### 12.2.1 前景分析

#### 12.2.2 发展趋势

### 12.2.3 发展方向

## 12.3 对2024-2030年中国女装行业预测分析

### 12.3.1 影响因素分析

### 12.3.2 行业收入预测

### 12.3.3 行业利润预测

## 图表目录

图表 美国服装零售状况

图表 日本大型百货店和超市服装销售统计

图表 日本大型百货店和超市服装销售月度增减一览

图表 中国服装业生产情况表

图表 中国服装业出口情况表

图表 制造业产业链基本结构

图表 服装产业链架构

图表 规模以上服装企业服装产量月度同比情况示意图

图表 服装生产前15名省市服装生产情况

图表 服装服饰行业品牌网络广告投放产品情况

图表 意大利女装产业收入变化图

图表 意大利女装产业产值变化图

图表 意大利女装产业实现贸易顺差变化图

图表 意大利国内市场女装消费金额变化图

图表 意大利按营业收入排名前十位的女装企业

图表 意大利按净利润排名前十位的女装企业

图表 中国女装进口市场主要国家和地区份额

图表 全国重点大型百货商场女装销售量变化趋势

图表 女装十大主销商场零售量

图表 淘宝女装热门品牌排行

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 最能引起女装消费者购买欲望的因素

图表 吸引女装消费者进入卖场的主要因素

图表 消费者购买女装时最关心的问题

图表 影响消费者重复购买的因素

图表 女装消费者主要购买的服装类别

图表 女装消费者春夏装和秋冬装的消费档次

图表 女装品牌关注度排行榜

图表 女装前十位品牌市场综合占有率

图表 女青年内衣规格表

图表 已婚女性内衣规格表

图表 中老年妇女内衣规格表

图表 全国重点大型零售企业女性内衣前十位品牌市场综合占有率

图表 北京亿元商场女装累计销售额、销售量、平均单价变化趋势

图表 北京亿元商场女装销售额与上年同期比较

图表 北京亿元商场女装销售额前10位商场

图表 北京亿元商场女装销售额前20位品牌

图表 北京亿元商场女装月度销售额

图表 北京女装销售额前十名商场

图表 女装累计销售额前十商场

图表 女装销售量前十商场

图表 北京销售额前十位女装品牌

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/415974.html>