

“ 十一五 ” 期间中国女装市场供需形势及 “ 十二五 ” 发展盈利预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《“十一五”期间中国女装市场供需形势及“十二五”发展盈利预测分析报告》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/201102/61419.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

第一章“十一五”期间中国服装行业市场运行态势分析

第一节 “十一五”期间中国服装行业发展情况

- 一、中国服装行业发展综述
- 二、中国服装行业发展的四大特点
- 三、中国服装行业发展日趋成熟
- 四、中国纺织服装业正面临拐点

第二节 “十一五”期间服装行业发展现状

- 一、2008年中国服装产业经济运行分析
- 二、2008年服装行业运行特点
- 三、2009年中国服装产业的发展变化
- 四、2009年国内品牌服装网络广告投放情况

第三节 “十一五”期间中国服装业产业集群解析

- 一、中国服装产业集群概况及主要特征
- 二、中国服装产业集群发展取得的进步
- 三、影响中国服装产业集群发展的重要因素
- 四、中国服装产业集群发展的几点建议
- 五、服装产业集群确保订单充足的路径选择

第四节 “十一五”期间服装行业品牌分析

- 一、中国服装品牌发展的主要特点
- 二、中国服装产业品牌建设分析
- 三、服装商业品牌成行业亮点
- 四、中国服装品牌兴起“外援”热
- 五、振兴规划提升服装产业自主品牌建设
- 六、剖析服装业品牌联盟突围战略
- 七、品牌资源经营将成为服装产业的第五种业态

第二章“十一五”期间中国女装发展环境及政策回顾

第一节 2006年我国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2006年我国农业发展回顾
- 二、2006年我国工业和建筑业发展回顾

- 三、2006年我国固定资产投资发展回顾
- 四、2006年我国国内贸易发展回顾
- 五、2006年我国对外经济发展回顾
- 六、2006年我国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2006年我国教育和科学技术发展回顾
- 八、2006年我国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2006年我国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2006年我国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2006年我国货币信贷环境发展回顾

第二节 2007年我国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2007年我国农业发展回顾
- 二、2007年我国工业和建筑业发展回顾
- 三、2007年我国固定资产投资发展回顾
- 四、2007年我国国内贸易发展回顾
- 五、2007年我国对外经济发展回顾
- 六、2007年我国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2007年我国教育和科学技术发展回顾
- 八、2007年我国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2007年我国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2007年我国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2007年我国货币信贷环境发展回顾

第三节 2008年我国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2008年我国农业发展回顾
- 二、2008年我国工业和建筑业发展回顾
- 三、2008年我国固定资产投资发展回顾
- 四、2008年我国国内贸易发展回顾
- 五、2008年我国对外经济发展回顾
- 六、2008年我国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2008年我国教育和科学技术发展回顾
- 八、2008年我国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2008年我国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2008年我国资源、环境和安全生产发展回顾

十一、2008年我国货币信贷环境发展回顾

第四节 2009年我国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2009年我国农业发展回顾

二、2009年我国工业和建筑业发展回顾

三、2009年我国固定资产投资发展回顾

四、2009年我国国内贸易发展回顾

五、2009年我国对外经济发展回顾

六、2009年我国交通、邮电和旅游发展回顾

七、2009年我国教育和科学技术发展回顾

八、2009年我国文化、卫生和体育发展回顾

九、2009年我国人口、人民生活和社会保障发展回顾

十、2009年我国资源、环境和安全生产发展回顾

十一、2009年我国货币信贷环境发展回顾

第三章 “十一五”期间世界女装市场发展状况综述

第一节 “十一五”期间国际女装发展概述

一、国际女装运行的成功经验

二、国际女装品牌的五大特色优势

三、世界女装品牌进入中国的方式

第二节 “十一五”期间法国女装行业发展概况

一、法国女装行业发展概述

二、法国女装的主要企业种类

三、法国女装市场消费者分析

四、法国女装市场价格备受关注

五、法国女装进出口状况

第三节 “十一五”期间意大利女装行业发展概况

一、2007年意大利女装行业发展状况

二、2008年意大利女装进出口顺差继续扩大

三、流苏设计渐成意大利女装市场流行趋势

四、中国市场成为意大利女装企业开拓重点

第四节 “十一五”期间美国女装行业发展概况

一、美国女装市场裙子销售火热

二、美国部分进口女装成衣价格趋滑

三、气候变化对美国女装设计影响大

第五节 “十一五”期间日本女装行业发展概况

一、日本女装行业发展回顾

二、2008年日本女装市场销售持续下滑

三、日本女装企业接连进军中国市场

四、日本女装市场将首推手机销售

第六节 “十一五”期间韩国女装行业发展概况

一、韩国女装市场品牌销售出现变化

二、韩国品牌女装纷纷进入中国市场

三、韩国女装视觉营销助推品牌发展

第四章 “十一五”期间中国女装市场运行形势分析

第一节 “十一五”期间中国女装市场概述

一、中国女装的市场构成

二、中国女装市场的主要特点

三、中国女装逐渐缩小与国际先进水平的差距

四、中国女装市场细分化加强

五、中国女装进口市场变化分析

第二节 “十一五”期间中国女装市场消费透析

一、中国女装消费阶层

二、中国女装消费年龄层

三、中国女装市场消费规律分析

第三节 “十一五”期间中国女装品牌发展特点

一、定位呈现两极分化

二、欧美风格盛行

三、老年装市场逐渐缩水

四、竞争将导致单品牌质量提高

第五章 “十一五”期间女装细分市场深度研究

第一节 “十一五”期间职业女装市场发展概况

一、职业女装的概念

二、职业女装的特点

三、职业女装时尚变身赢得消费者喜爱

四、防辐射性职业女装前景好

第二节 “十一五”期间运动服装市场发展概况

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 “十一五”期间中高档女装市场发展概况

一、中高档中年女装市场需求特点分析

二、中高档中年女装经营战略剖析

三、高级女装的定性

四、高档女装品牌分析

第四节 “十一五”期间其他细分市场市场发展概况

一、少女装市场渐趋火爆

二、熟女服装市场运行状况

三、“盛年”女装市场分析

四、国内丰尚女装应运而生

第六章 “十一五”期间女士内衣行业发展概况

第一节 “十一五”期间女士内衣相关概述

一、中西方内衣文化比较

二、女性内衣的类型

三、中国女性体型特征及其内衣消费特点透析

第二节 “十一五”期间女士内衣市场分析

一、中国文胸市场的发展演变

二、女性内衣市场容量扩大

三、女性内衣的消费者特征变化

四、2009年女性内衣品牌发展简况

第三节 “十一五”期间女性内衣品牌打响市场争夺战

一、曼妮芬

二、古今

三、美思

第四节 “十一五”期间女士内衣市场发展策略及趋势

- 一、中国内衣企业经营要体现创新
- 二、女士内衣打造区域强势品牌策略
- 三、女性内衣未来流行趋势

第七章 “十一五”期间女裤行业市场分析

第一节 “十一五”期间女裤的类型

- 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 “十一五”期间女裤行业发展概况

- 一、中国女裤市场运行状况
- 二、中国女裤产业格局发生变化
- 三、女裤行业产业链分析

第三节 “十一五”期间郑州女裤行业发展概况

- 一、郑州女裤产业发展势头强劲
- 二、郑州女裤市场变化剖析
- 三、郑州女裤发展重心在“二七”区
- 四、郑州女裤行业发展存在的问题分析
- 五、郑州女裤业发展需要价值创新

第四节 “十一五”期间其他区域女裤市场

- 一、广州
- 二、陕西
- 三、杭州
- 四、株洲

第五节 “十一五”期间影响品牌女裤销售竞争的因素

- 一、位置因素
- 二、版型因素
- 三、销售人员素质因素

第六节 “十一五”期间女裤业发展建议及未来走向

- 一、女裤市场发展策略建议

- 二、品牌代理商开发区域市场的措施
- 三、战略升级是中国女裤业发展方向
- 四、中国女裤产业要科学的选择发展方向

第八章 “十一五”期间中国女装区域市场发展格局分析

第一节 “十一五”期间深圳女装行业发展概况

- 一、深圳女装发展优势明显
- 二、深圳女装品牌发展透析
- 三、2009年深圳女装抓住新机遇逆市扩张
- 四、软实力在深圳女装市场竞争中占据重要地位
- 五、深圳女装未来发展目标

第二节 “十一五”期间杭州女装行业发展概况

- 一、杭州女装市场实现跃升
- 二、杭州女装市场消费特点
- 三、杭州女装网络营销盛行
- 四、杭州女装营销瓶颈
- 五、影响杭州女装发展的因素及品牌提升策略
- 六、杭州女装业发展对策建议

第三节 “十一五”期间石狮女装行业发展概况

- 一、石狮女装市场运行呈现强势
- 二、石狮市场女装质量提升明显
- 三、网店成石狮女装市场营销新途径

第四节 “十一五”期间其他区域女装市场动态

- 一、北京
- 二、上海
- 三、江苏
- 四、温州
- 五、宁波
- 六、泉州
- 七、虎门
- 八、武汉

第九章 “十一五”期间女装市场营销策略分析

第一节 “十一五”期间服装市场营销分析

- 一、网络引发服装业经营模式大变革
- 二、服装市场营销渠道的控制越来越受关注
- 三、服装市场体验营销分析
- 四、服装市场电子商务营销策略分析

第二节 “十一五”期间女装市场销售渠道

- 一、代理制
- 二、特许加盟和直营连锁
- 三、专柜和专卖店

第三节 “十一五”期间女装市场营销分析

- 一、女装市场步入全面营销时代
- 二、托管营销渐受女装市场青睐
- 三、女装网络营销分析

第四节 “十一五”期间中国女装市场品牌代理营销存在的问题

- 一、拒绝自己做零售
- 二、广种薄收
- 三、阻断信息
- 四、对渠道的监管和维护不力
- 五、代理品牌增加过快

第五节 “十一五”期间中国女装市场营销策略

- 一、品牌代理之道
- 二、营销中的存货管理
- 三、品牌的终端经营管理策略

第十章 “十一五”期间女装市场竞争格局分析

第一节 “十一五”期间女装市场竞争状况

- 一、中国女装行业竞争激烈
- 二、“留洋”服饰企业暗战女装之都
- 三、2009年女装品牌竞争细分化明显

第二节 “十一五”期间女装市场部分品牌竞争策略比较分析

- 一、ONLY

二、太平鸟

三、哥弟

四、斯尔丽

第三节 “十一五”期间中国女装与国际先进水平的差距

一、设计方面

二、品牌方面

三、文化内涵方面

第四节 “十一五”期间中国女装提升竞争力的措施

一、面料应成为首要解决问题

二、应结合多方力量提升女装企业竞争力

三、中国女装提升国际竞争力的具体措施

四、提升品牌市场竞争力与附加值的策略分析

第十一章 “十一五”期间女装面料市场概况

第一节 “十一五”期间棉纺面料市场概况

一、2009年棉纺市场运行状况

二、棉纺织物的特点和品种

三、2009年纯棉面料市场呈现小幅下滑

四、棉纺面料市场呈现三大变化

五、棉纺面料未来发展趋势

第二节 “十一五”期间麻纺面料市场概况

一、2009年中国麻纺市场运行概况

二、麻纺织物的特点和品种

三、麻纺面料市场概况

四、2009年隐条弹力麻面料悄然兴起

第三节 “十一五”期间毛纺面料市场概况

一、2009年中国毛纺市场运行状况

二、毛纺面料的新应用分析

三、PPT纤维在毛纺面料中运用潜力大

四、2009年中高档毛纺面料集聚绍兴

第四节 “十一五”期间针织面料市场概况

一、针织面料相关概述

二、多品种针织面料深受青睐

三、针织尼龙面料销售好

四、针织面料市场应注意的几个因素

五、提高针织面料质量的对策

第五节 “十一五”期间化纤面料市场概况

一、2009年化纤市场运行状况

二、化纤面料市场的发展变化

三、新型化纤面料的特点及品种

四、2009年化纤面料销售状况分析

五、功能性化纤面料市场受运动内衣企业竞争影响

六、中外化纤面料比较存在的差距

第六节 “十一五”期间丝绸面料市场概况

一、丝绸面料相关概述

二、2008年丝绸市场运行状况

三、2009年丝绸行业发展状况

四、2009年中国丝绸行业新标准发布

五、制约丝绸市场运行的主要因素

六、中国丝绸产业发展对策

第十二章 “十一五”期间重点女装品牌介绍

第一节 “十一五”期间国外女装品牌

一、Chanel

二、Dior

三、Gucci

四、Prada

五、Versace

六、Giorgio Armani

七、Only

八、Etam

第二节 “十一五”期间国内女装品牌

一、华鑫

二、虫虫

三、 哥弟

四、 斯尔丽

五、 白领

六、 歌莉娅

七、 千百惠

八、 红袖

九、 太和

第三节 “十一五”期间休闲女装品牌

一、 唐狮

二、 森马

三、 以纯

四、 美特斯邦威

五、 真维斯

六、 班尼路

第四节 “十一五”期间女士内衣品牌

一、 黛安芬

二、 安莉芳

三、 欧迪芬

四、 古今

五、 爱慕

六、 曼妮芬

第十三章 “十二五”期间世界及我国经济预测

第一节 “十二五”期间世界经济发展趋势

一、 “十二五”期间世界经济将逐步恢复增长

二、 “十二五”期间经济全球化曲折发展

三、 “十二五”期间新能源与节能环保将引领全球产业

四、 “十二五”期间跨国投资再趋活跃

五、 “十二五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济

六、 “十二五”期间美元地位继续削弱

七、 “十二五”期间世界主要新兴经济体大幅提升

第二节 “十二五”期间我国经济面临的形势

- 一、“十二五”期间我国经济将长期趋好
- 二、“十二五”期间我国经济将围绕“三个转变”
- 三、“十二五”期间我国工业产业将全面升级
- 四、“十二五”期间我国以绿色发展战略为基调

第三节 “十二五”期间我国对外经济贸易预测

- 一、“十二五”期间我国劳动力结构预测
- 二、“十二五”期间我国贸易形式和利用外资方式预测
- 三、“十二五”期间我国自主创新结构预测
- 四、“十二五”期间我国产业体系预测
- 五、“十二五”期间我国产业竞争力预测
- 六、“十二五”期间我国经济国家化预测
- 七、“十二五”期间我国经济将面临的贸易障碍预测
- 八、“十二五”期间人民币区域化和国际化预测
- 九、“十二五”期间我国对外贸易与城市发展关系预测
- 十、“十二五”期间我国中小企业面临的外需环境预测

第十四章 “十二五”期间我国政策体系预测

第一节 “十二五”规划重点倾斜内容预测

- 一、大消费
- 二、高铁及城轨建设
- 三、生产性服务
- 四、战略新兴产业

第二节 “十二五”期间我国主要政策预测

- 一、“十二五”期间将进一步劳动力市场政策
- 二、“十二五”期间将进一步充实扩大就业的财税政策
- 三、“十二五”期间将进一步丰富扩大就业的金融政策
- 四、“十二五”期间将进一步完善扩大就业的社会保障政策

第三节 “十二五”期间我国经济社会发展阶段预测

- 一、“十二五”期间我国将加速全面建设小康社会
- 二、“十二五”期间我国将全方位改革综合推进阶段
- 三、“十二五”期间我国工业化中期向工业化后期转变

第十五章 “十二五”期间我国经济将面临的问题及对策

第一节 “十二五”期间影响投资因素分析

- 一、财政预算内资金对全社会融资贡献率的分析
- 二、信贷资金变动对投资来源变动的贡献率分析
- 三、外商投资因素对未来投资来源的贡献率分析
- 四、自筹投资增长对投资来源的贡献率分析

第二节 “十二五”期间我国经济稳定发展面临的问题

- 一、经济结构失衡
- 二、产业结构面临的问题
- 三、资本泡沫过度膨胀
- 四、收入差距进一步扩大
- 五、通货膨胀风险加剧
- 六、生态环境总体恶化趋势未改

第三节 “十二五”期间我国经济形势面临的问题

- 一、世界政治、经济格局的新变化
- 二、国际竞争更加激烈
- 三、投资的作用将下降
- 四、第三产业对经济增长的作用显著增加
- 五、迫切需要解决深层次体制机制问题
- 六、劳动力的供给态势将发生转折

第十六章 “十二五”期间我国区域经济面临的问题及对策

第一节 “十二五”期间促进区域协调发展的重点任务

- 一、健全区域协调发展的市场机制与财政体制
- 二、培育多极带动的国土空间开发格局
- 三、积极开展全方位多层次的区域合作
- 四、创新各具特色的区域发展模式
- 五、建立健全区域利益协调机制

第二节 “十二五”期间我国区域协调发展存在的主要问题

- 一、空间无序开发问题依然比较突出
- 二、东中西产业互动关系有待进一步加强
- 三、落后地区发展仍然面临诸多困难

四、财税体制尚需完善

五、区际利益矛盾协调机制不健全

第三节 “十二五”期间促进区域协调发展的政策建议

一、编制全国性的空间开发利用规划

二、以经济圈为基础重塑国土空间组织框架

三、制定基础产业布局战略规划

四、加紧制定促进区域合作的政策措施

第十七章 “十二五”期间女装行业发展趋势分析

第一节 “十二五”期间服装行业发展展望

一、世界品牌服装市场增长预测

二、2010年我国服装产业政策走向

三、中国服装业发展逐渐呈出四大趋势

四、中国服装业未来发展走向

第二节 “十二五”期间女装行业未来发展预测

一、2010-2015年中国女装行业预测分析

二、中国女装市场发展趋势

三、女装产品将更加细分化

四、女装将向多品牌战略发展

五、销售人员将更加专业

第十八章 “十二五”期间中国服装产业面临的问题及对策

第一节 “十二五”期间中国服装行业面临的问题及发展对策

一、中国服装业发展中存在的主要问题

二、中国服装业发展中存在的不足

三、中国服装品牌代理商存在的主要问题

四、服装行业品牌价值提升的四大战略

第二节 “十二五”期间中国女装市场发展存在的问题及策略建议

一、中国女装市场存在的主要问题

二、中国女装品牌运行存在的困难

三、中国女装企业面临严峻的挑战

四、明确女装品牌创意升级的发展方向

五、塑造女装品牌需要注意的几个方面

第十九章“十二五”期间女装产业投资分析

第一节 “十二五”期间中国服装业投资分析

一、中国服装业面临的国内外发展环境

二、2008年中国服装产业投资状况

三、2009年中国服装行业投资状况

四、服装终端企业将成未来资本市场主角

第二节 “十二五”期间女装行业投资机会

一、女装市场机遇明显

二、中国女装市场呈现多种商机

三、中国高尔夫女装市场需求渐增

四、加大码女装市场供不应求

图表名称：部分

图表 十二五规划重点政策倾斜内容预测

图表 2010年部分中央领导人在省部级干部贯彻科学发展观加快经济发展方式转变研讨班的讲话

图表 城镇化和战略性新兴产业是加快转变经济发展方式的重点

图表 房地产投资需求拉动多个行业发展

图表 中国区域发展阶段差异概况

图表 金融危机以来中国出台的区域规划

图表 2008年我国各省城市化率与人均GDP的对数曲线关系

图表 城市化进程的三个阶段

图表 不同城市化阶段及其特征

图表 2010-2015我国城市化水平预测

图表 国家战略性战略格局维度布局

图表 2010-2015各省城市化率变化情况

图表 “十二五”时期各省市城市化率变动及城市化带动的投资空间分布

图表 美国经济刺激计划中的绿色投资

图表 主要国家经济刺激计划中的绿色投资

图表 主要耗能设施的生命周期

图表 不同领域对减排的贡献

图表 “十一五”各行业营收增长

图表 “十一五”各行业盈利增长

图表 “十一五”各行业ROE提升

图表 “十一五”各行业市场表现

图表 “十二五”规划预期重点及措施

图表 历次五年规划主要任务目标及实现情况

图表 “一五”至“十一五”中国经济发展

图表 “十二五”时期战略性新兴产业七大领域

图表 2020年电源预计规模

图表 低碳技术创新和应用的路线图

图表 动力电池成本的国际比较

图表 我国动力电池技术与国际水平比较

图表 中国90年代以来城镇居民家庭消费支出结构变化趋势

图表 略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201102/61419.html>