



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国女装市场发展 现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2023年中国女装市场发展现状及战略咨询报告》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/287849.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

近年来，女装的收入、净利增速同时呈现下滑的趋势，收入由12年的26%逐渐下降到16年上半年的-12%。净利润也在波动中下滑。女装行业的中高端品牌发展存在一定瓶颈，受终端需求下滑的影响较大，企业收入、利润下滑情况在整个行业中比较突出，而行业内公司也在积极探索新路径，打造时尚品牌集团或向其他子行业发展，只是短期投入较大或仍处于探索期，上半年报表反应不明显。 女装业历年收入、净利润增长情况

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。

报告目录：

第1章：环境篇26

1.1女装行业发展环境分析27

1.1.1女装行业定义及统计标准27

- (1) 行业定义及产品分类27
- (2) 女装行业统计部门及口径28
- (3) 女装行业统计方法29
- (4) 女装行业数据种类29

1.1.2女装行业发展环境分析30

- (1) 女装行业政策环境分析30
 - 1) 纺织服装出口退税率分析30
 - 2) 行业相关政策及产业规划31
- (2) 女装行业经济环境分析33
 - 1) 中国经济发展速度分析33
 - 2) 服装出口贸易形势分析35
 - 3) 经济环境对女装行业的影响36

第2章：现状篇37

2.1中国女装行业经营效益与进出口分析38

- 2.1.1中国女装行业发展现状分析38
 - (1) 中国女装行业总体发展概况38
 - (2) 中国女装行业主要发展特点39
- 2.1.2中国女装行业经营效益分析40
 - (1) 中国女装行业经营效益分析40
 - (2) 中国女装行业盈利能力分析41
 - (3) 中国女装行业运营能力分析41 女装业平均经营净现金流(亿元)
 - (4) 中国女装行业偿债能力分析42
 - (5) 中国女装行业发展能力分析42
- 2.1.3中国女装行业经济指标分析43
 - (1) 主要经济效益影响因素分析43
 - (2) 女装行业主要经济指标分析44
 - (3) 不同规模企业经济指标分析45
 - (4) 不同性质企业经济指标分析51
- 2.1.4中国女装行业进出口分析61
 - (1) 中国女装进出口总体情况61
 - (2) 中国女装行业出口情况61
 - 1) 中国女装行业出口总体情况61
 - 2) 中国女装行业出口产品结构62
 - 3) 中国女装行业出口前景分析64
 - (3) 中国女装行业进口情况分析64
 - 1) 中国女装行业进口总体情况64
 - 2) 中国女装行业进口产品结构65
 - 3) 中国女装行业进口前景分析67
- 2.2中国女装行业竞争状况与供需平衡分析67
 - 2.2.1中国女装行业竞争状况分析67
 - (1) 女装行业现有竞争者分析67
 - (2) 女装行业上游议价能力分析69
 - (3) 女装行业下游议价能力分析70
 - (4) 女装行业替代者威胁分析70
 - (5) 女装行业潜在进入者威胁分析70
 - (6) 女装行业竞争状况总结71

- 2.2.2中国女装行业供需平衡分析72
 - (1) 中国女装行业供给情况分析72
 - 1) 中国女装行业总产值分析72
 - 2) 中国女装行业产成品分析73
 - (2) 各地区女装行业供给情况分析74
 - 1) 总产值排名前10个地区分析74
 - 2) 产成品排名前10个地区分析75
 - (3) 中国女装行业需求情况分析76
 - 1) 中国女装工业销售产值分析76
 - 2) 中国女装行业销售收入分析77
 - (4) 各地区女装行业需求情况分析77
 - 1) 销售产值排名前10个地区分析77
 - 2) 销售收入排名前10个地区分析78
 - (5) 中国女装行业产销率分析80
- 2.3中国女装行业重点区域经营效益分析80
 - 2.3.1行业总体区域结构特征分析80
 - (1) 行业区域结构总体特征80
 - (2) 行业区域集中度分析83
 - (3) 行业区域分布特点分析86
 - (4) 行业规模指标区域分布分析86
 - (5) 行业效益指标区域分布分析87
 - (6) 行业企业数的区域分布分析88
 - 2.3.2广东省女装行业经营效益与产销分析89
 - (1) 广东省女装行业规划及配套措施89
 - (2) 广东省女装行业经济地位分析90
 - (3) 广东省女装行业经营效益分析91
 - (4) 广东省女装行业产销现状分析92
 - 2.3.3浙江省女装行业经营效益与产销分析94
 - (1) 浙江省女装行业规划及配套措施94
 - (2) 浙江省女装行业经济地位分析95
 - (3) 浙江省女装行业经营效益分析96
 - (4) 浙江省女装行业产销现状分析97

- 2.3.4江苏省女装行业经营效益与产销分析99
 - (1) 江苏装行业规划及配套措施99
 - (2) 江苏省女装行业经济地位分析99
 - (3) 江苏省女装行业经营效益分析100
 - (4) 江苏省女装行业产销现状分析101
- 2.3.5福建省女装行业经营效益与产销分析104
 - (1) 福建装行业规划及配套措施104
 - (2) 福建省女装行业经济地位分析104
 - (3) 福建省女装行业经营效益分析105
 - (4) 福建省女装行业产销现状分析106
- 2.3.6山东省女装行业经营效益与产销分析109
 - (1) 山东装行业规划及配套措施109
 - (2) 山东省女装行业经济地位分析109
 - (3) 山东省女装行业经营效益分析110
 - (4) 山东省女装行业产销现状分析111
- 2.3.7上海市女装行业经营效益与产销分析113
 - (1) 上海市女装行业规划及配套措施113
 - (2) 上海市女装行业经济地位分析114
 - (3) 上海市女装行业经营效益分析114
 - (4) 上海市女装行业产销现状分析116
- 2.3.8辽宁省女装行业经营效益与产销分析117
 - (1) 辽宁省女装行业规划及配套措施117
 - (2) 辽宁省女装行业经济地位分析118
 - (3) 辽宁省女装行业经营效益分析119
 - (4) 辽宁省女装行业产销现状分析120
- 2.3.9湖北省女装行业经营效益与产销分析122
 - (1) 湖北省女装行业规划及配套措施122
 - (2) 湖北省女装行业经济地位分析123
 - (3) 湖北省女装行业经营效益分析124
 - (4) 湖北省女装行业产销现状分析125

- 3.1国外女装市场发展现状与启示129
 - 3.1.1世界女装品牌发展路径分析129
 - (1) 欧洲女装品牌的发展路径129
 - (2) 美国女装品牌的发展路径129
 - 3.1.2韩国女装市场发展现状130
 - (1) 韩国女装市场消费价格指数130
 - (2) 韩国女装市场生产价格指数131
 - (3) 韩国服装消费结构及女装市场规模131
 - 3.1.3日本女装市场发展现状132
 - (1) 日本女装市场消费价格指数132
 - (2) 日本女装进口市场分析133
 - (3) 日本服装消费结构及女装市场规模134
 - (4) 日本现代化女装消费升级分析135
 - 1) 日本70年代后迎来女装消费升级135
 - 2) 日本女装消费升级背后原因探究136
 - 3.1.4美国女装市场发展现状139
 - (1) 美国女装市场消费规模分析139
 - (2) 美国女装市场消费特征分析139
 - 1) 美国女性服装消费特征139
 - 2) 美国女装与男装消费比较139
 - 3.1.5国外女装市场发展对我国女装市场的启示143
 - (1) 大城市女装高于男装消费趋势显现143
 - (2) 服装占消费性支出比例近年小幅反弹143
 - (3) 女性经济地位的提升有利于女装消费增长144
- 3.2中国女装行业按产品价格细分市场发展分析149
 - 3.2.1奢侈女装市场发展分析149
 - (1) 奢侈女装市场规模与发展态势149
 - (2) 奢侈女装行业发展特点分析149
 - (3) 奢侈女装市场竞争格局分析152
 - (4) 奢侈女装市场容量分析预测156
 - 3.2.2高端女装市场发展分析158
 - (1) 高端女装市场规模与发展态势158

- 1) 高端女装发展历程及态势158
- 2) 高端女装市场规模分析160
 - (2) 高端女装行业发展特点分析160
 - (3) 高端女装市场竞争格局分析161
 - (4) 高端女装市场容量分析预测164
- 3.2.3中低端女装市场发展分析165
 - (1) 中低端女装市场规模与发展态势165
 - (2) 中低端女装市场渠道特点分析166
 - (3) 主要少淑女品牌竞争策略分析166
 - (4) 中低端女装市场消费关注主题168
- 3.3中国女装行业按穿着场合细分市场发展趋势分析170
 - 3.3.1中国职业女装市场发展趋势170
 - (1) 职业女装市场发展概况170
 - (2) 职业女装市场品牌格局171
 - (3) 职业女装市场需求分析172
 - (4) 职业女装市场发展趋势173
 - 3.3.2中国休闲女装市场发展规模与趋势分析174
 - (1) 休闲女装市场发展概况174
 - (2) 休闲女装市场品牌格局177
 - (3) 休闲女装市场需求分析179
 - (4) 休闲女装市场发展趋势181
 - 3.3.3中国运动女装市场发展规模与趋势分析183
 - (1) 运动女装市场发展概况183
 - (2) 运动女装市场品牌格局185
 - (3) 运动女装渠道数量分析185
 - (4) 运动女装市场发展趋势187
 - 3.3.4中国其它女装市场发展规模与趋势分析187
 - (1) 女性内衣市场发展规模与趋势分析187
 - 1) 女性内衣市场发展规模分析187
 - 2) 女性内衣市场增长速度分析188
 - 3) 女性内衣市场品牌格局分析189
 - 4) 文胸内衣市场投资潜力分析189

- (2) 文胸市场发展规模与趋势分析190
- 1) 文胸市场规模与容量分析190
- 2) 文胸市场竞争格局分析190
- 3) 文胸市场消费特点分析191
- 4) 文胸市场营销策略分析195
- 5) 文胸市场发展趋势分析197
- 3.4中国女装行业发展趋势与市场前景198
- 3.4.1女装行业发展趋势分析198
- 3.4.2女装市场发展情报199

第4章：渠道与投资篇200

- 4.1中国女装市场销售渠道与营销策略分析201
- 4.1.1中国女装销售渠道分析201
 - (1) 女装销售渠道发展概况201
 - (2) 女装主要销售渠道分析202
 - (3) 女装销售渠道终端分析204
 - (4) 品牌女装渠道终端结构206
 - (5) 女装销售渠道发展趋势208
- 4.1.2中国女装网购规模与电商发展趋势209
 - (1) 中国服装网购规模分析209
 - (2) 中国女装网购规模分析209
 - (3) 女装网络品牌发展分析210
 - (4) 女装网购消费者关注点214
 - (5) 女装网购价格偏好分析215
 - (6) 女装电商发展趋势分析215
- 4.1.3中国女装营销策略分析215
 - (1) 女装产品策略215
 - (2) 女装价格策略216
 - (3) 女装渠道策略217
 - (4) 女装促销策略218
- 4.2中国女装行业投资特性与风险分析220
- 4.2.1中国女装行业投资特性分析220

- (1) 女装行业进入壁垒分析220
- (2) 女装行业盈利模式分析221
- (3) 女装行业盈利因素分析223
- 4.2.2中国女装行业投资风险及建议226

- (1) 女装行业投资风险分析226
 - 1) 女装行业政策风险226
 - 2) 女装行业研发风险226
 - 3) 女装行业宏观经济波动风险226
 - 4) 女装行业关联产业风险226
 - 5) 女装行业其它风险227
- (2) 女装行业投资相关建议227

第5章：企业篇229(AK WZY)

5.1女装行业领先企业经营状况分析230

5.1.1女装企业发展总体状况分析230

- (1) 女装行业企业规模230
- (2) 女装行业销售收入和利润231

5.1.2女装行业领先企业个案分析232

- (1) 浙江华鼎集团有限责任公司经营情况分析232
 - 1) 企业发展简况分析232
 - 2) 企业产销能力分析233
 - 3) 企业盈利能力分析233
 - 4) 企业运营能力分析234
 - 5) 企业偿债能力分析234
 - 6) 企业发展能力分析235
 - 7) 企业产品结构及新产品动向235
 - 8) 企业销售渠道与网络235
 - 9) 企业经营优劣势分析236
 - 10) 企业经营策略及发展战略分析236
- (2) 衣恋时装(上海)有限公司经营情况分析236
 - 1) 企业发展简况分析236
 - 2) 企业产销能力分析237

- 3) 企业盈利能力分析237
- 4) 企业运营能力分析238
- 5) 企业偿债能力分析238
- 6) 企业发展能力分析239
- 7) 企业产品结构及新产品动向240
- 8) 企业销售渠道与网络240
- 9) 企业经营优劣势分析240
- (3) 上海英模特制衣有限公司经营情况分析241
 - 1) 企业发展简况分析241
 - 2) 企业产销能力分析242
 - 3) 企业盈利能力分析242
 - 4) 企业运营能力分析243
 - 5) 企业偿债能力分析243
 - 6) 企业发展能力分析243
 - 7) 企业产品结构及新产品动向244
 - 8) 企业销售渠道与网络244
 - 9) 企业经营优劣势分析244
 - 10) 企业经营策略及发展战略分析245
- (4) 世纪宝姿(厦门)实业有限公司经营情况分析245
 - 1) 企业发展简况分析245
 - 2) 企业产品结构及新产品动向245
 - 3) 企业销售渠道与网络245
 - 4) 企业经营优劣势分析246
 - 5) 企业经营策略及发展战略分析246
- (5) 汉帛(中国)有限公司经营情况分析247
 - 1) 企业发展简况分析247
 - 2) 企业产销能力分析247
 - 3) 企业盈利能力分析248
 - 4) 企业运营能力分析248
 - 5) 企业偿债能力分析249
 - 6) 企业发展能力分析249
 - 7) 企业产品结构及新产品动向250

- 8) 企业销售渠道与网络250
- 9) 企业经营优劣势分析250
- 10) 企业经营策略及发展战略分析250

部分图表目录：

- 图表1：女装按消费人群及着装风格细分类27
- 图表2：女装按产品价格分类28
- 图表3：中国企业的市场主体分类29
- 图表4：中国不同所有制性质企业的划分30
- 图表5：2013-2016年以来纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%）31
- 图表6：近年来我国纺织服装行业相关政策法规32
- 图表7：2012-2016年我国GDP及同比增速（单位：亿元，%）34
- 图表8：2013-2016年我国GDP当季同比增速（单位：%）34
- 图表9：2013-2016年我国服装类单月出口额及同比增速（单位：亿美元，%）35
- 图表10：2013-2016年我国服装类出口累计金额及同比增速（单位：亿美元，%）36
- 图表11：2013-2016年我国GDP增速与女装行业销售收入增速（单位：%）36
- 图表12：我国女装行业发展生命周期38
- 图表13：中国不同女装细分行业发展历程图39
- 图表14：我国女装行业发展的主要特点39
- 图表15：2013-2016年起中国女装行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）41
- 图表16：2013-2016年中国女装行业盈利能力分析（单位：%）41
- 图表17：2013-2016年中国女装行业运营能力分析（单位：次）42
- 图表18：2013-2016年中国女装行业偿债能力分析（单位：%、倍）42
- 图表19：2013-2016年中国女装行业发展能力分析（单位：%）43
- 图表20：中国女装行业主要经济效益影响因素43
- 图表21：2013-2016年女装行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）44
- 图表22：2013-2016年中国大型女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）45
- 图表23：2013-2016年中国中型女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）46
- 图表24：2013-2016年中国小型女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）48
- 图表25：2013-2016年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）49
- 图表26：2013-2016年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）49
- 图表27：2013-2016年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）50

图表28：2013-2016年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）50
图表29：2013-2016年国有女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）51
图表30：2013-2016年集体女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）52
图表31：2013-2016年股份合作女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）53
图表32：2013-2016年股份制女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）54
图表33：2013-2016年私营女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）55
图表34：2013-2016年外商和港澳台投资女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）56
图表35：2013-2016年其它性质女装企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）57
图表36：2013-2016年女装行业不同性质企业数比重变化趋势图（单位：%）59
图表37：2013-2016年女装行业不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）59
图表38：2013-2016年女装行业不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）60
图表39：2013-2016年女装行业不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）60
图表40：2012-2012中国女装行业进出口状况表（单位：万美元，%）61
图表41：2013-2016年中国女装行业出口金额及同比增速（单位：亿美元，%）62
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/287849.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。