2026-2031年中国女装行业市场需求预测与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：女装行业综述及发展环境分析
1.1 女装行业界定
1.1.1 女装的界定
1.1.2 女装的分类
（1）按价格分类
（2）按人群分类
1.1.3 《国民经济行业分类与代码》中女装行业归属
1.2 本报告研究范围界定说明
1.3 本报告数据来源及统计标准说明
1.3.1 本报告权威数据来源
1.3.2 本报告研究方法及统计标准说明
1.4 中国女装行业宏观环境分析
1.4.1 中国女装行业政策（Policy）环境分析
（1）中国女装行业监管体系
（2）中国女装行业政策法规
（3）政策环境对女装行业发展的影响总结
1.4.2 中国女装行业经济（Economy）环境分析
（1）中国宏观经济发展现状
（2）中国居民消费价格（CPI）
（3）中国社会消费品零售情况
（4）中国宏观经济发展展望
（5）中国女装行业发展与宏观经济相关性分析
1.4.3 中国女装行业社会（Society）环境分析
（1）中国人口规模及增速
（2）中国人口结构
（3）中国城镇化水平变化
（4）中国居民人均可支配收入
（5）中国居民人均消费支出及结构
（6）中国居民消费习惯变化
（7）中国中产阶级及高净值人群规模
（8）中国居民消费升级演进
（9）社会环境对女装行业的影响总结
1.4.4 中国女性经济地位的提升有利于女装消费增长
（1）中国女性的高就业水平保证女性经济相对独立
（2）女性具有优势的第三产业不断扩大
（3）年轻女性高收入职业的较均等机会
第2章：国外女装市场发展现状与启示
2.1 世界女装品牌发展历程分析
2.1.1 欧洲女装品牌的发展历程
2.1.2 美国女装品牌的发展历程
2.2 韩国女装市场发展现状
2.2.1 韩国市场消费情况
2.2.2 韩国生产价格指数
2.2.3 韩国服装消费结构及女装市场规模
（1）韩国服装市场结构
（2）韩国女装市场规模
2.3 日本女装市场发展现状
2.3.1 日本市场消费情况
2.3.2 日本生产价格指数
2.3.3 日本服装消费结构及女装市场规模
（1）日本服装市场结构

（2）日本服装市场规模
2.3.4 日本现代化女装消费情况
（1）日本70年代后迎来女装消费升级
（2）日本女装消费升级背后原因探究
（3）日本女装品牌知名度排名
2.4 美国女装市场发展现状
2.4.1 美国女装市场规模分析
2.4.2 美国女装市场品牌情况分析
（1）美国女性服装品牌市场份额
（2）美国女性服装行业集中度
2.4.3 美国女装市场发展趋势分析
2.5 国外女装市场发展对我国女装市场的启示
2.5.1 欧洲女装市场对我国女装的启示
2.5.2 美国女装市场对我国女装的启示
2.5.3 日韩女装市场对我国女装的启示
第3章：中国女装行业市场发展状况及进出口分析
3.1 中国女装行业发展历程
3.2 中国女装行业市场发展现状分析
3.2.1 中国女装行业供给现状分析
（1）中国服装行业供给情况
1）企业数量
2）服装产量
（2）中国女装行业企业数量
（3）中国女装行业主要企业生产情况
3.2.2 中国女装行业市场需求现状
（1）中国服装行业需求情况
（2）中国女装行业人均消费情况
（3）中国女装行业主要企业销售情况
3.2.3 中国女装行业市场规模
3.2.4 中国女装行业发展特点分析
（1）规模大、产量大
（2）高端制造能力不足
（3）文化创意能力有待加强
3.3 中国女装行业重点企业经营效益分析
3.3.1 行业经济效益影响因素分析
3.3.2 中国女装行业经济指标分析
3.3.3 中国女装行业盈利能力分析
3.3.4 中国女装行业运营能力分析
3.3.5 中国女装行业偿债能力分析
3.3.6 中国女装行业发展能力分析
3.4 中国女装行业对外贸易状况
3.4.1 中国女装行业进出口统计说明
3.4.2 中国女装行业进出口贸易概况
3.4.3 中国女装行业进口贸易状况
（1）女装行业进口贸易规模
（2）女装行业进口价格水平
（3）女装行业进口产品结构
3.4.4 中国女装行业出口贸易状况
（1）女装行业出口贸易规模
（2）女装行业出口价格水平
（3）女装行业出口产品结构
3.4.5 中国女装行业进出口贸易影响因素及发展趋势
（1）中国女装行业进出口贸易影响因素
（2）中国女装行业进出口贸易发展趋势
第4章：中国女装行业市场竞争状况分析
4.1 中国女装行业市场竞争布局状况
4.1.1 中国女装行业竞争者入场进程
4.1.2 中国女装行业竞争者战略布局状况
4.2 中国女装行业市场竞争格局分析

4.2.1 中国女装行业企业集群分布
4.2.2 中国女装行业市场竞争态势
（1）中国国际和国产女装市场竞争态势
（2）中国国产中高端女装市场竞争态势
4.2.3 中国女装行业国产替代布局状况
4.2.4 中国女装行业企业竞争格局分析
4.3 中国女装行业市场集中度分析
4.4 中国女装行业波特五力模型分析
4.4.1 中国女装行业供应商的议价能力
4.4.2 中国女装行业消费者的议价能力
4.4.3 中国女装行业新进入者威胁
4.4.4 中国女装行业替代品威胁
4.4.5 中国女装行业现有企业竞争
4.4.6 中国女装行业竞争状态总结
第5章：中国女装行业重点区域发展情况分析
5.1 行业总体区域结构特征分析
5.2 广东省女装行业发展现状与前景分析
5.2.1 广东省女装行业发展规划分析
5.2.2 广东省女装行业发展现状分析
5.2.3 广东省女装行业发展前景分析
5.3 浙江省女装行业发展现状与前景分析
5.3.1 浙江省女装行业发展规划分析
5.3.2 浙江省女装行业发展现状分析
5.3.3 浙江省女装行业发展前景分析
5.4 江苏省女装行业发展现状与前景分析
5.4.1 江苏省女装行业发展规划分析
5.4.2 江苏省女装行业发展现状分析
5.4.3 江苏省女装行业发展前景分析
第6章：中国女装行业按产品价格细分市场发展分析
6.1 中国女装行业按产品价格细分市场概述
6.2 中国奢侈女装市场发展分析
6.2.1 奢侈女装行业发展特点分析
6.2.2 奢侈女装市场发展现状
（1）奢侈女装市场规模分析
（2）奢侈女装销售渠道分析
6.2.3 奢侈女装市场竞争格局分析
6.2.4 奢侈女装市场发展趋势及前景
（1）奢侈女装市场发展趋势
（2）奢侈女装市场发展前景
6.3 中国中高端女装市场发展分析
6.3.1 中高端女装行业发展特点分析
6.3.2 中高端女装市场发展现状
（1）中高端女装发展历程简介
（2）中高端女装市场规模分析
（3）中高端女装销售渠道分析
6.3.3 中高端女装市场竞争格局分析
6.3.4 中高端女装市场发展趋势及前景
（1）中高端女装市场发展趋势
（2）中高端女装市场发展前景
6.4 中国低端女装市场发展分析
6.4.1 低端女装发展特点分析
6.4.2 低端女装市场发展现状
6.4.3 低端女装竞争格局分析
6.4.4 低端女装市场发展趋势及前景
（1）低端女装市场发展趋势
（2）低端女装市场发展前景
第7章：中国女装行业按穿着场合细分市场发展趋势分析
7.1 中国女装行业按穿着场合细分市场概述
7.2 中国职业女装市场发展趋势

7.2.1 职业女装市场发展概况
7.2.2 职业女装市场品牌格局
7.2.3 职业女装市场需求分析
7.2.4 职业女装市场发展趋势
7.3 中国休闲女装市场发展规模与趋势分析
7.3.1 休闲女装市场发展概况
7.3.2 休闲女装市场品牌格局
7.3.3 休闲女装市场需求分析
7.3.4 休闲女装市场发展趋势
7.4 中国运动女装市场发展规模与趋势分析
7.4.1 运动女装市场发展概况
（1）运动女装分类
（2）运动女装市场规模
7.4.2 运动女装市场品牌格局
7.4.3 运动女装渠道数量分析
7.4.4 运动女装市场发展趋势及前景
（1）运动女装发展趋势
（2）运动女装发展前景
7.5 中国女性内衣市场发展规模与趋势分析
7.5.1 女性内衣市场发展规模与趋势分析
（1）女士内衣行业供给状况分析
（2）女士内衣市场需求特点分析
（3）女士内衣行业市场规模
7.5.2 女士内衣行业品牌竞争格局
7.5.3 女士内衣销售渠道分析
7.5.4 女士内衣行业发展趋势及前景
（1）女士内衣发展趋势
（2）女士内衣发展前景
第8章：中国女装市场销售渠道与营销策略分析
8.1 中国女装销售渠道分析
8.1.1 中国女装销售渠道发展概况
8.1.2 中国女装主要销售渠道分析
8.1.3 中国女装销售渠道终端分析
8.1.4 中国女装品牌销售渠道分析
（1）中国主要女装品牌销售渠道模式
（2）中国主要女装品牌销售渠道结构
8.1.5 中国女装销售渠道发展趋势
（1）保留实体店，线上线下融合
（2）全渠道布局，线下拓店速度放缓
（3）电商催化消费者数据中心构建
8.2 中国女装网购规模与电商发展趋势
8.2.1 中国服装网购规模分析
8.2.2 中国女装网购规模分析
8.2.3 女装网络品牌发展分析
（1）中端、快消女装品牌占“双十一”成交额的大部分
（2）中端、大众品牌占领“618”大部分成交额
（3）主要女装网络品牌简介与定位
8.2.4 女装网购消费者画像
8.2.5 女装网购消费购买因素分析
8.2.6 女装电商发展趋势分析
（1）女装电商将更能掌握消费者的偏好
（2）女装电商消费者的绿色消费意识逐渐增强
8.3 中国女装营销策略分析
8.3.1 女装产品策略
（1）产品策略的概述
（2）产品策略的执行
8.3.2 女装价格策略
（1）国内外主要女装价格定位
（2）服装定价模型及方法

8.3.3 女装渠道策略
8.3.4 女装促销策略
（1）促销策略的概述
（2）促销策略的路径
第9章：中国女装行业代表性企业布局案例研究
9.1 中国女装代表性企业布局梳理及对比
9.2 中国女装代表性企业布局案例分析
9.2.1 锦泓时装集团股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业女装业务布局及发展状况
（4）企业女装业务最新发展动向追踪
（5）企业女装业务发展优劣势分析
9.2.2 安正时尚集团股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业女装业务布局及发展状况
（4）企业女装业务最新发展动向追踪
（5）企业女装业务发展优劣势分析
9.2.3 深圳歌力思服饰股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业女装业务布局及发展状况
（4）企业女装业务最新发展动向追踪
（5）企业女装业务发展优劣势分析
9.2.4 朗姿股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业女装业务布局及发展状况
（4）企业女装业务最新发展动向追踪
（5）企业女装业务发展优劣势分析
9.2.5 欣贺股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业女装业务布局及发展状况
（4）企业女装业务最新发展动向追踪
（5）企业女装业务发展优劣势分析
9.2.6 赢家时尚控股集团
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业女装业务布局及发展状况
（4）企业女装业务最新发展动向追踪
（5）企业女装业务发展优劣势分析
9.2.7 地素时尚股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业女装业务布局及发展状况
（4）企业女装业务最新发展动向追踪
（5）企业女装业务发展优劣势分析
9.2.8 深圳玛丝菲尔时装股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业女装业务布局及发展状况
（4）企业女装业务最新发展动向追踪
（5）企业女装业务发展优劣势分析
9.2.9 太平鸟集团有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业女装业务布局及发展状况

（4）企业女装业务最新发展动向追踪
（5）企业女装业务发展优劣势分析
9.2.10 雅莹集团股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业女装业务布局及发展状况
（4）企业女装业务最新发展动向追踪
（5）企业女装业务发展优劣势分析
第10章：中国女装行业市场前景预测及发展趋势预判
10.1 中国女装行业SWOT分析
10.2 中国女装行业发展潜力评估
10.3 中国女装行业发展前景预测
10.4 中国女装行业发展趋势预判
10.4.1 中国女装行业市场竞争趋势
（1）全球市场地位提高
（2）国产替代加速，行业竞争加剧
（3）线上渠道竞争白热化
10.4.2 中国女装行业技术创新趋势
10.4.3 中国女装行业细分市场趋势
（1）中高端产品及奢侈品市场规模扩大
（2）细分市场多元化发展
第11章：中国女装行业投资战略规划策略及建议
11.1 中国女装行业进入壁垒
11.1.1 中国女装行业人才壁垒
11.1.2 中国女装行业供应链壁垒
11.1.3 中国女装行业渠道壁垒
11.1.4 中国女装行业品牌壁垒
11.2 中国女装行业投资风险预警
11.2.1 中国女装行业市场风险
（1）国内宏观经济波动的营销
（2）日趋激烈的服装行业竞争风险
（3）新冠疫情带来的业绩波动风险
11.2.2 中国女装行业经营风险
（1）未能准确把握消费趋势的风险
（2）终端销售渠道稳定性风险
（3）外协生产管理风险
（4）不正当市场竞争的风险
（5）租金持续上涨的风险
11.3 中国女装行业投资机会分析
11.3.1 女装行业产业链薄弱环节投资机会
11.3.2 女装行业细分领域投资机会
（1）电商渠道依旧是投资热点
（2）品牌方电商自播趋势明显
（3）女性内衣出海赛道发展潜力较好
11.3.3 女装行业区域市场投资机会
11.3.4 女装产业空白点投资机会
11.4 中国女装行业投资策略与建议
11.5 中国女装行业可持续发展建议
11.5.1 中国女装行业企业可持续发展建议
（1）提升自主研发创意设计，打造差异化策略
（2）注重营销网络升级，打造全链路营销生态圈
（3）提升品牌价值，发展中高端产品
（4）数字化转型提升供应链响应效率
（5）研发或者采购适合公司运营的信息系统

图表目录

图表1：女装的基本组成
图表2：女装按消费人群及着装风格细分
图表3：女装按消费人群年龄分类
图表4：《国民经济行业分类与代码》中女装行业归属
图表5：本报告研究范围界定
图表6：本报告权威数据资料来源汇总
图表7：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表8：中国女装行业监管体系构成
图表9：中国女装行业主管部门
图表10：中国女装行业自律组织
图表11：2018-2025年我国纺织服装行业主要相关政策及会议内容
图表12：政策环境对中国女装行业发展的影响总结
图表13：2013-2025年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表14：2021-2025年中国CPI变化情况（单位：%）
图表15：2013-2025年中国社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）
图表16：部分国际机构对2022-2025年中国GDP增速的预测（单位：%）
图表17：2025年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）
图表18：2020-2025年中国消费品零售总额与女装行业营收规模相关性
图表19：2014-2025年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）
图表20：2014-2025年中国人口年龄结构（单位：%）
图表21：2014-2025年中国人口性别结构（单位：%）
图表22：2014-2025年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%）
图表23：中国城市化进程发展阶段
图表24：2013-2025年中国居民人均可支配收入（单位：元）
图表25：2013-2025年中国居民人均消费支出（单位：元）
图表26：2016-2025年中国居民人均消费支出结构（单位：%）
图表27：2025年中国消费者通过不同方式购物频率情况（单位：%）
图表28：2025年中国消费者不同品类商品购物方式选择（单位：%）
图表29：2025年中国消费者品牌忠诚度影响因素调查（单位：%）
图表30：2025年中国消费者国内外品牌偏好调研（单位：%）
图表31：2015-2025年中国中产阶级结构变化趋势（单位：%）
图表32：2021-2025年中国高净值家庭规模变化情况（单位：户，%）
图表33：中国消费升级演进趋势
图表34：中国消费变革八大趋势分析
图表35：社会环境对女装行业发展的影响分析
图表36：2025年女性劳动参与率（单位：%）
图表37：2025年中国城镇就业女性与男性薪酬分布（单位：千元/月）
图表38：2021-2025年中国女性学历占比（单位：%）
图表39：欧洲部分女装品牌的发展历程
图表40：美国部分女装品牌发展历程
图表41：2020-2025年韩国居民消费总额及占GDP比重（单位：百万美元，%）
图表42：2020-2025年韩国生产价格指数（单位：%）
图表43：2021-2025年韩国服装消费市场结构（单位：%）
图表44：2019-2025年韩国女装行业市场规模（单位：万亿韩元）
图表45：2021-2025年日本居民消费总额及占GDP比重（单位：百万美元，%）
图表46：2020-2025年日本生产价格指数（单位：%）
图表47：2021-2025年日本服装消费市场结构（单位：%）
图表48：2019-2025年日本女装市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表49：日本女装市场品牌情况
图表50：2021-2025年美国女装市场规模及增速（单位：亿美元，%）
图表51：2025年美国女装品牌市场占有率情况（单位：%）
图表52：2021-2025年美国女装市场行业集中度（单位：%）
图表53：美国女装行业发展趋势分析
图表54：2025年欧洲女装品牌价格区间（单位：元）
图表55：2025年美国女装品牌价格区间（单位：元）

图表56：中国女装行业发展历程
图表57：2019-2025年中国服装行业企业数量（单位：家，%）
图表58：2019-2025年中国规模以上服装企业服装产量（单位：亿件，%）
图表59：2018-2025年中国女装行业新增企业数量（单位：家）
图表60：2025年中国女装行业代表性企业生产情况（单位：万件）
图表61：2021-2025年中国限额以上服装零售业企业销售额（单位：亿元）
图表62：2020-2025年中国女装人均消费水平（单位：元，%）
图表63：2025年中国女装行业代表性企业销售情况（单位：万件）
图表64：2020-2025年中国女装行业市场规模（单位：亿元，%）
图表65：中国女装行业主要经济效益影响因素
图表66：2025年代表性女装上市公司业绩表现（单位：亿元，%）
图表67：2021-2025年中国主要女装品牌毛利率变化情况（单位：%）
图表68：2021-2025年中国主要女装品牌存货周转率变化情况（单位：次）
图表69：2021-2025年中国主要女装品牌应收账款周转率变化情况（单位：次）
图表70：2021-2025年中国主要女装品牌资产负债率变化情况（单位：%）
图表71：2021-2025年中国主要女装品牌流动比率变化情况
图表72：2021-2025年中国主要女装品牌营业收入增长率变化情况（单位：%）
图表73：2021-2025年中国主要女装品牌营业利润增长率变化情况（单位：%）
图表74：2021-2025年中国主要女装品牌总资产增长率变化情况（单位：%）
图表75：中国女装行业进出口商品名称及HS编码
图表76：2021-2025年中国女装行业进出口贸易概况（单位：亿美元）
图表77：2021-2025年中国女装行业进口贸易总额变化情况（单位：亿美元，%）
图表78：2021-2025年中国女装行业进口贸易总量变化情况（单位：万吨，%）
图表79：2021-2025年中国女装行业进口产品平均价格变化（单位：美元/千克）
图表80：2025年中国女装行业进口金额结构（单位：%）
图表81：2021-2025年中国女装行业出口贸易总额变化情况（单位：亿美元，%）
图表82：2021-2025年中国女装行业出口贸易总量变化情况（单位：万吨，%）
图表83：2021-2025年中国女装行业出口产品平均价格变化（单位：美元/千克）
图表84：2025年中国女装行业出口金额结构（单位：%）
图表85：中国女装行业进出口贸易影响因素分析
图表86：中国女装行业进出口贸易发展趋势分析
图表87：中国女装行业竞争者入场进程（单位：万人民币）
图表88：2025年中国女装行业竞争者发展战略布局状况（单位：元）
图表89：2025年中国女装行业企业集群（按核心品牌占比）（单位：%）
图表90：2020-2025年主要国际和国产女装在中国市场收入增速情况（单位：%）
图表91：2025年中国国产中高端女装行业竞争态势（按营收）（单位：亿元，%）
图表92：2016-2025年中国女装行业国产替代布局状况（单位：%）
图表93：2025年中国女装行业企业竞争梯队
图表94：2021-2025年中国女装行业市场集中度分析（单位：%）
图表95：中国女装行业供应商的议价能力
图表96：中国女装行业消费者的议价能力
图表97：中国女装行业新进入者威胁
图表98：中国女装行业现有企业竞争
图表99：2025年中国女装行业竞争状态总结
图表100：2025年中国服装行业百强企业区域分布（单位：家，%）
图表101：广东省女装行业相关重点规划汇总
图表102：2025年广东省服装行业发展情况（单位：亿件，亿元，%）
图表103：广东省服装产业集群分布情况
图表104：2025年广东省女装行业企业注册资本分布（单位：%）
图表105：广东省服装产业集群分布情况
图表106：浙江省女装行业相关重点规划汇总
图表107：2025年浙江省纺织和服装产业发展情况（单位：亿元，%）
图表108：浙江省服装产业集群分布情况
图表109：2025年浙江省女装行业企业注册资本分布（单位：%）
图表110：江苏省女装行业相关重点规划汇总
图表111：2025年江苏省服装行业发展情况（单位：亿元，亿件，%）
图表112：江苏省服装产业集群分布情况
图表113：2025年江苏省女装行业企业注册资本分布（单位：%）
图表114：2025年中国女装行业按产品价格细分市场结构（单位：%）

图表115：奢侈品女装的发展特点
图表116：2021-2025年中国奢侈品女装市场规模（单位：亿元，%）
图表117：2021-2025年中国奢侈女装细分市场零售渠道占比（单位：%）
图表118：中国奢侈女装竞争特征
图表119：五大奢侈女装领先企业在华布局（单位：家）
图表120：中国奢侈女装市场布局趋势
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！