

中国女装品牌市场销售状况与投资策略分析报告2023-2028年

产品名称	中国女装品牌市场销售状况与投资策略分析报告 2023-2028年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

产品详情

中国女装品牌市场销售状况与投资策略分析报告2023-2028年*****

*****【报告编号】358582【出版日期】2022年11月【出版机构】中研华泰研究院【交付方式】EMIL电子版或特快专递【报告价格】纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元【联系人员】刘亚 免费售后服务一年, 具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 部分 女装行业发展分析章

女装行业发展概况 节

女装行业基本定义和分类 一、女装历史发展分析 二、女装行业文化的演变 第二节

女装行业的基本特征 一、区域特征突出 二、时尚个性突出 三、与上下游共荣 第三节

女装工艺和使用设备现状 一、饰绣设备 二、激光雕刻机 三、内衣无缝加工技术 第二章

国际女装行业发展分析 节 美国女装市场调研 一、美国女装发展状况 二、美国女装设计影响因素

三、2022年纽约秋冬女装流行趋势 第二节 日本女装市场调研 一、2022年日本女装电子商务销售情况

分析 二、日本女装生产要素管理模式分析 三、2022年日本百货商场女装市场发展状况 四、2022年

日本女装色彩流行趋势 第三节 法国女装市场调研 一、法国女装产业发展分析 二、法国女装市场营销

理念 三、法国女装市场发展情况 四、法国女装市场进出口情况 五、法国女装市场本地生产情况

六、法国女装市场消费者分析 七、法国女装市场进入情况分析 八、欧洲联盟针对中国进口服装产

品的限制措施 九、中国企业今后应该努力的方向 十、2022年法国女装企业经营现状 第四节

其他国家女装市场调研 一、意大利女装产业现状分析 二、韩国女装投资策略分析 第三章

中国女装行业发展分析 节 中国女装行业现状分析 一、中国女装行业概况 二、中国女装产业现状

三、中国女装企业发展状况 四、2022年我国女装行业发展分析 五、2022年中国女装品牌发展情况

六、2022年女装全国市场销售情况 七、2022年市场经济景气度对女装着装趋势影响 第二节 中国女装

发展问题与机遇分析 一、女装市场大码女装商机分析 二、贸易战下的女装品牌机遇 三、传统外贸

女装开拓 四、中国女装投资策略选择 五、中国女装发展存在问题分析 第三节 中国女装市场消费分

析 一、中国女装消费主体 二、中国女装市场细分分析 三、中国女装市场销售特点 四、中国女装

消费者行为研究 五、女装零售顾客的消费心理 六、中国女装消费趋势和市场空白 第四节 不同品牌

忠诚度的女装消费者对价格促销的态度研究 一、问题的提出 二、研究设计 三、结果与分析 四、

结论 第四章 中国女装所属行业进出口数据分析 节 针织或钩编女所属行业进出口统计 一、2018-20

22年针织或钩编女大衣等进出口 二、2018-2022年女西服套装等进出口统计 三、2018-2022年女衬衬

裙、浴衣进出口统计 四、2018-2022年针织或钩编女衬衣进出口统计 第二节 非针织或钩编女装所属行

进出口统计 一、2018-2022年非针织或钩编女大衣进出口统计 二、2018-2022年女西装或便服套装等进

出口统计 三、2018-2022年非针织或钩编女衬衫进出口统计 四、2018-2022年女背心、衬裙、浴晨衣进出口统计 五、2018-2022年胸罩、紧身胸衣等进出口统计 第二部分 女装区域及细分市场调研 第五章 女装行业区域市场调研 节 深圳女装市场调研 一、深圳女装业现状 二、深圳女装市场现状 三、深圳女装行业发展模式分析 四、深圳女装产业区域品牌塑造分析 五、2022年深圳女装内贸市场现状 六、2022年深圳女装品牌发展预测 第二节 杭州女装市场调研 一、杭州女装设计人才现状 二、杭州女装营销软肋分析 三、新形势下杭州丝绸女装业发展对策 四、杭女装产业面临新机遇新挑战 五、发展杭州女装业对策措施 六、2022年杭州女装向国际靠拢 第三节 郑州女装市场调研 一、郑州女装业发展现状分析 二、2022年郑州女装发展形势分析 三、2022年郑州女装抱团发展分析 四、2022年郑州女装趋势预测分析 五、郑州女裤发展趋势 第四节 其他部分城市女装市场调研 一、2022年泉州女装市场发展分析 二、2022年厦门女装市场发展分析 第六章 女装细分产品分析 节 孕妇装市场调研 一、中国孕妇装市场潜力分析 二、中国孕妇装市场现状分析 三、80后让孕妇装时尚升级 四、孕妇装市场战略分析 五、2022年我国孕妇装行业前景调研 六、2022年孕妇装竞争趋势 第二节 女性内衣市场调研 一、贸易战下女性内衣销售形势分析 二、女人内衣跨性别营销模式分析 三、女性高端内衣竞争策略选择分析 四、中国女性内衣销售特征趋势 五、2023-2028年女性内衣发展预测 六、女性内衣趋势预测 第三节 婚纱行业调研 一、我国《婚纱礼服行业标准》分析 二、婚纱市场需求状况 三、我国婚纱产业发展现状 四、我国婚纱市场存在的问题 五、关于我国婚纱产业的建议及前景 六、2022年我国婚纱市场发展形势分析 第四节 其他部分女装子行业调研 一、中国旗袍的发展 二、中国女裤行业现状 三、女装市场调研 第七章 相关行业发展分析 节 服装行业发展分析 一、2022年服装产品生产情况 二、贸易战形势下行业的发展态势 三、2022年纺织服装所属行业出口情况分析 四、2022年中国服装企业发展机遇及转型分析 五、2022年纺织服装外销市场发展预测 第二节 纺织行业发展分析 一、2022年我国纺织行业经济运行分析 二、2022年我国纺织行业内需市场回顾 三、2022年纺织行业整体发展形势分析 四、2022年纺织行业发展环境分析 五、2022年中国纺织内需市场预测 六、2022年中国纺织行业发展目标分析 第三节 2022年各地区纺织服装制造经济指标 第三部分 女装行业竞争格局分析 第八章 中国女装行业竞争分析 节 中国女装行业竞争分析 一、中国女装行业竞争格局 二、2022年女裤行业竞争状况 三、2022年女装企业综合能力竞争分析 四、女装企业发展分析 五、中国女装行业竞争趋势 第二节 中外女装竞争分析 一、中外女装的比较分析 二、我国女装市场品牌发展状况 三、外国品牌女装在中国市场竞争分析 四、外国品牌女装在中国高端市场竞争分析 第三节 国外女装在华竞争分析 一、2022年韩国美伊恋品牌服装在华女装市场竞争 二、2022年法国芭碧妮娅在华女装市场竞争分析 三、2022年菲格迪娅在中国女装市场竞争分析 四、2022年箩伦诗在华高端女装市场竞争分析 五、2022年韩国左娜拉在华女装市场竞争状况 第九章 国外女装行业优势企业分析 节 范思哲 (VERSA CE) 一、公司简介 二、公司品牌介绍 三、公司市场定位 四、公司发展方向 第二节 古琦(GUCCI) 一、公司简介 二、公司品牌介绍 三、公司市场定位 四、公司发展方向 第三节 VEROMODA 一、公司简介 二、公司品牌介绍 三、公司市场定位 四、公司发展方向 第四节 埃斯普瑞 (ESPRIT) 一、公司简介 二、公司品牌介绍 三、公司市场定位 四、公司发展方向 第五节 ONLY 一、公司简介 二、公司品牌介绍 三、公司市场定位 四、公司发展方向 第十章 中国女装行业优势企业分析 节 北京白领时装有限公司 一、公司简介 二、公司品牌分析 三、公司市场定位 第二节 上海斯尔丽服饰有限公司 一、公司简介 二、公司品牌分析 三、公司市场定位 第三节 上海英模特制衣有限公司 一、公司简介 二、公司品牌分析 三、公司市场定位 第四节 东莞东越服装有限公司 一、公司简介 二、公司品牌分析 三、公司市场定位 第五节 武汉红人服饰有限公司 一、公司简介 二、公司品牌分析 三、公司市场定位 第六节 阿依莲有限公司 一、公司简介 二、公司品牌分析 三、公司市场定位 第七节 邦宸国际有限公司 一、公司简介 二、公司品牌分析 三、公司市场定位 第八节 雅戈尔有限公司 一、公司简介 二、公司品牌分析 三、公司市场定位 第四部分 女装行业发展趋势及战略 第十一章 2023-2028年女装行业发展趋势与投资分析 节 2023-2028年女装市场发展趋势分析 一、女装市场前景预测分析 二、中国女装行业发展趋势 三、中国女装产业集群趋势 四、中国女装品牌发展趋势 五、中国女装市场发展趋势 六、中国女装色彩及面料、款式流行趋势 第二节 2022年女装流行趋势分析 一、2022年春夏女装市场新走势 二、2022年春夏女装流行趋势 三、2022年春季女装市场新款流行色彩 四、2022年秋冬女装面料流行趋势 第三节 2023-2028年女装行业投资分析 一、女装的绿色壁垒及对策 二、银行信贷机会投资分析 三、女性服装市场行业前景调研

四、未来女装行业投资热点 第十二章 2023-2028年女装行业营销战略分析 节 女装营销策略分析 一、女装营销渠道分析 二、女装品牌渠道建设策略分析 三、女装存货的管理消化方案 四、哥弟女装市场细分化策略 五、女装市场定位及战略发展分析 第二节 女装品牌企业投资策略分析 一、女装品牌投资策略 二、女装品牌代理策略 三、代理国外女装品牌新思考 四、品牌女装折扣店营销分析 五、女装品牌终端经营策略 第三节 探讨中国女装企业的发展之路 一、明确的市场定位 二、科学的技术标准 三、艺术的经营策略 四、品牌女装企业发展之路 第四节 中女装企业市场策略分析 一、中中年女装策略 二、女装经营战略 三、女装品牌经营法则 图表目录 图表：服装基本分类表 图表：意大利按净利润排名位的女装企业 图表：消费者了解女装趋势的主要渠道 图表：女装消费者对于广告方式的认可程度 图表：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：消费者购买女装时关心的问题 图表：影响女装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：女性消费者春夏装和秋冬装的消费档次 图表：女装消费者品牌忠诚度分布表 图表：女装不同品牌忠诚度的消费者对价格重视度的均值及方差检验表 图表：偶尔深度折扣和频繁浅幅度折扣的比较 图表：女装两种促销方式的配对样本检验 图表：女装不同品牌忠诚度的消费者的折扣敏感区间的交叉表分析 图表：2022年针织或钩编女大衣等进口统计 图表：2022年针织或钩编女大衣等出口统计 图表：2022年针织或钩编女西便服套装等进口统计 图表：2022年针织或钩编女西便服套装等出口统计 图表：2022年针织或钩编女衬裙、浴衬裙、浴衣等进口统计 图表：2022年针织或钩编女衬裙、浴衬裙、浴衣等出口统计 图表：2022年针织或钩编女衬衣进口统计 图表：2022年针织或钩编女衬衣出口统计 图表：2022年非针织或钩编女大衣等进口统计 图表：2022年非针织或钩编女大衣等出口统计 图表：2022年女西装或便服套装等进口统计 图表：2022年女西装或便服套装等出口统计 图表：2022年非针织或钩编女衬衫等进口统计 图表：2022年非针织或钩编女衬衫等出口统计 图表：2022年女背心、衬裙、浴晨衣等进口统计 图表：2022年女背心、衬裙、浴晨衣等出口统计 图表：2022年胸罩、紧身胸衣等进口统计 图表：2022年胸罩、紧身胸衣等出口统计 图表：2018-2022年服装产量及增长率全国合计 图表：2018-2022年服装产量及增长率北京市合计 图表：2018-2022年服装产量及增长率天津市合计 图表：2018-2022年服装产量及增长率河北省合计 图表：2018-2022年服装产量及增长率山西省合计 图表：2018-2022年服装产量及增长率辽宁省合计 图表：2018-2022年服装产量及增长率吉林省合计 图表：2018-2022年服装产量及增长率黑龙江合计 图表：2018-2022年服装产量及增长率上海市合计 图表：2018-2022年服装产量及增长率江苏省合计 图表：2018-2022年服装产量及增长率浙江省合计 图表：2018-2022年服装产量及增长率安徽省合计