

2015-2022年中国时尚休闲 女装市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国时尚休闲女装市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/fuzhuang1509/R91894V9MW.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-11

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国时尚休闲女装市场分析与投资前景研究报告》共十五章。报告介绍了时尚休闲女装行业相关概述、中国时尚休闲女装产业运行环境、分析了中国时尚休闲女装行业的现状、中国时尚休闲女装行业竞争格局、对中国时尚休闲女装行业做了重点企业经营状况分析及中国时尚休闲女装产业发展前景与投资预测。您若想对时尚休闲女装产业有个系统的了解或者想投资时尚休闲女装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章 时尚休闲女装产品概述 12

第一节 产品定义 12

第二节 产业链分析 12

第三节 产品用途 13

第四节 行业发展特性分析 14

一、周期性 14

二、季节性 14

三、区域性 14

第二章 中国时尚休闲女装行业供给情况分析 & 趋势 14

第一节 2010-2015年中国时尚休闲女装行业市场供给分析 14

一、时尚休闲女装整体供给情况分析 14

二、时尚休闲女装重点区域供给分析 15

三、时尚休闲女装供给结构分析 16

第二节 时尚休闲女装行业供给关系因素分析 16

一、需求变化因素 16

二、厂商产能因素 17

三、原料供给状况 17

四、政策变动因素 20

第三节 2015-2022年中国时尚休闲女装行业市场供给趋势 21

一、时尚休闲女装整体供给情况趋势分析 21

二、影响未来时尚休闲女装供给的因素分析 21

第三章 后金融危机下时尚休闲女装行业宏观经济环境分析 22

第一节 金融危机下经济发展环境分析 22

- 一、宏观经济发展状况 22
- 二、固定资产投资情况 23
- 三、金融危机下工业生产与效益情况 25

第二节 社会发展环境 26

- 一、金融危机下收入增长情况 26
- 二、社会消费品零售总额 27
- 三、居民消费水平分析 29

第三节 金融危机下对外贸易发展情况 30

第四章 2015年中国时尚休闲女装行业发展概况 30

- 一、2015年中国时尚休闲女装行业发展态势分析 30
- 二、2015年中国时尚休闲女装行业发展特点分析 33
- 三、2015年中国时尚休闲女装行业市场供需分析 36
- 四、2015年中国时尚休闲女装行业产品结构分析 39

第四节 上下游行业影响及趋势分析 44

第五章 时尚休闲女装产品竞争力优势分析 45

第一节 时尚休闲女装消费者调研分析 45

- 一、被调查消费者的样本构成 46
- 二、消费者对时尚女装的需求与偏好 48
- 三、购买频率 54

第二节 时尚休闲女装国际竞争力分析 56

第六章 2015-2022年中国时尚休闲女装行业进出口市场分析 58

第一节 2008-2015年时尚休闲女装行业进出口特点分析 58

第二节 2008-2015年时尚休闲女装行业进出口量分析 58

- 一、进口分析 58
- 二、出口分析 59

第三节 2015-2022年时尚休闲女装行业进出口市场预测 59

一、进口预测 59

二、出口预测 60

第四节 时尚休闲女装主要贸易壁垒及应对措施 60

一、进出口市场存在问题分析 60

二、纺织品出口面临新的贸易壁垒 61

三、纺织品出口企业的应对措施 62

第七章 时尚休闲女装国内产品价格走势及影响因素分析 64

第一节 国内产品市场价格现状 64

第二节 国内产品当前市场价格及评述 66

第三节 国内产品价格影响因素分析 68

第四节 2015-2022年国内产品未来价格走势预测 71

第八章 时尚休闲女装行业运行状况分析 71

第一节 行业情况背景 71

一、参与调查企业及其分布情况 71

二、典型企业介绍 72

第二节 总体效益运行状况 77

一、总体销售效益 77

二、2010-2015年时尚休闲女装行业总体盈利能力 78

三、2010-2015年时尚休闲女装行业总体税收能力 79

四、2010-2015年时尚休闲女装行业市场总体产值能力 80

第三节 不同地区行业效益状况对比 81

一、不同地区销售效益状况对比 81

二、不同地区行业盈利能力状况对比 82

三、不同地区行业税收能力状况对比 83

四、不同地区行业产值状况对比 84

第四节 类型运行效益对比 84

一、行业不同类型销售效益状况对比 84

二、不同类型盈利能力状况对比 87

三、不同类型税收能力状况对比 89

四、不同类型产值状况对比 91

第五节 规模运行效益对比 94

- 一、行业不同规模销售效益状况对比 94
- 二、不同规模盈利能力状况对比 96
- 三、不同规模税收能力状况对比 98
- 四、不同规模产值状况对比 98

第九章 2010-2015年中国时尚休闲女装产业行业重点区域运行分析 98

- 第一节 2010-2015年东北地区时尚休闲女装产业行业运行情况 98
- 第二节 2010-2015年华东地区时尚休闲女装产业行业运行情况 98
- 第三节 2010-2015年中南地区时尚休闲女装产业行业运行情况 98
- 第四节 2010-2015年华北地区时尚休闲女装产业行业运行情况 98
- 第五节 2010-2015年西北地区时尚休闲女装产业行业运行情况 98
- 第六节 2010-2015年西南地区时尚休闲女装产业行业运行情况 98

第十章 2015年中国时尚休闲女装行业重点企业竞争力分析 98

第一节 绫致时装（天津）有限公司 98

- 一、公司基本情况 98
- 二、公司主要财务指标分析 98
- 三、公司竞争力 98

第二节 ONLY 98

- 一、公司基本情况 98
- 二、公司主要财务指标分析 98
- 三、品牌竞争力 98
- 四、ONLY品牌发展SWOT分析 98
- 五、公司未来战略分析 98

第三节 VERO MODA 98

- 一、品牌基本情况 98
- 二、公司主要财务指标分析 98
- 三、品牌竞争力 98

第四节 OCHIRLY 98

- 一、公司基本情况 98
- 二、财务数据分析 98

三、 公司竞争力 98

第五节 ZARA 98

一、 公司基本情况 98

二、 公司主要财务指标分析 98

三、 公司竞争力 98

四、 公司未来战略分析 98

第六节 H&M 98

一、 公司基本情况 98

二、 公司主要财务指标分析 98

三、 公司竞争力分析 98

四、 公司未来战略分析 98

第十一章 时尚休闲女装行业竞争格局分析 98

第一节 时尚休闲女装竞争结构分析 98

一、 行业内企业竞争 98

二、 潜在进入者 98

三、 替代产品威胁 98

四、 供应商议价能力 98

五、 需求客户议价能力 98

第二节 2010-2015年中国时尚休闲女装行业集中度分析 98

第三节 2012-2015年时尚休闲女装市场竞争现状 98

第四节 2015-2022年中国时尚休闲女装行业竞争格局预测分析 98

第十二章 中国时尚休闲女装行业投资策略分析 98

第一节 2015年中国时尚休闲女装行业投资环境分析 98

第二节 2015年中国时尚休闲女装行业投资趋势分析 98

第三节 2015-2022年中国时尚休闲女装行业投资收益预测 98

一、 2015-2022年中国时尚休闲女装行业工业总产值预测 98

二、 2015-2022年中国时尚休闲女装行业市场容量预测 98

三、 未来发展趋势特点 98

四、 中国时尚休闲女装品类发展趋势 98

五、 中国时尚休闲女装流行趋势 98

第十三章 中国时尚休闲女装行业投资风险分析 98

第一节 中国时尚休闲女装行业内部风险分析 98

一、市场竞争风险分析 98

二、技术水平风险分析 98

三、企业竞争风险分析 98

四、企业出口风险分析 98

五、产业转型风险 98

六、相关产业风险 98

第二节 2015-2022年钵行业环境分析 98

一、国际经济环境 98

二、宏观经济政策环境 98

三、行业政策环境分析 98

第三节 中国时尚休闲女装行业投资风险分析 98

一、汇率风险 98

二、市场竞争风险 98

三、成本风险 98

四、环保风险 98

五、技术风险 98

六、进入退出风险 98

第十四章 市场预测及行业项目投资建议 98

第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析 98

七、零售经营模式分析 98

八、多元时尚模式分析 98

第二节 休闲时尚女装投资经营模式及策略分析 98

一、经营方式选择 98

二、产品形象策略 98

三、品牌是管理出来的 98

第三节 投资营销模式 98

一、时尚休闲女装企业的国内营销模式建议 98

二、时尚休闲女装企业海外营销模式建议 98

第四节 2015-2022年全国市场规模趋势 98

第五节 2015-2022年全国投资规模预测 98

第六节 2015-2022年市场盈利预测 98

一、中国时尚女装产业的格局分布战略分析 98

二、时尚女装品牌策划与推广瓶颈分析 98

三、时尚女装品牌策划与推广建议 98

第七节 项目投资建议 98

一、项目投资注意事项 98

二、产品生产开发注意事项 98

三、产品销售注意事项 98

第十五章 博思数据专家观点与结论 98

第一节 休闲服装的经营策略 98

一、市场的细分 98

二、产品生命周期策略 98

三、定价策略 98

四、分销渠道的选择 98

第二节 我国休闲女装品牌发展道路的探析 98

一、培养核心价值 98

二、注重原创经营 98

三、市场整合发展 98

第三节 休闲服装品牌发展策略 98

一、品牌定位策略 98

二、品牌形象策略 98

三、品牌个性策略 98

第四节 未来发展战略趋势预测 98

一、服装物流创新 98

二、信息管理系统建设 98

三、注重服装产品开发和展示 98

四、多种营销方式创新 98

图表目录：

图表 1：时尚休闲服装产业链示意图	13
图表 2：2008-2015年6月末时尚休闲女装供给量情况	15
图表 3：2014年中国时尚休闲女装行业前10名省份供给量及供给份额	15
图表 4：2014/2015年度收储逐日累计成交走势图	19
图表 5：2014年6月-2015年6月国内外棉价差走势图	19
图表 6：2012-2014年我国国内生产总值同比增长速度	22
图表 7：2015年二季度GDP增长情况	23
图表 8：2014年我国固定资产投资（不含农户）同比增速	24
图表 9：2012-2014年我国规模以上工业增加值增速（月度同比）	25
图表 10：全国居民消费价格涨跌幅	29
图表 11：2010-2014年主要外资快时尚服装品牌企业在华门店数量（家）	36
图表 12：2015年一季度时尚休闲女装市场销售额对比	37
图表 13：女性日用消费支出比例	38
图表 14：2014年女性服装网上消费市场调查	39
图表 15：时尚女装热销品牌与成交金额占比	39
图表 16：年龄构成	46
图表 17：教育背景构成	47
图表 18：职业构成	47
图表 19：每月可支配费用构成	48
图表 20：喜欢的服装风格——按年龄分析	48
图表 21：喜欢的服装风格——按教育背景分析	49
图表 22：喜欢的服装风格——按职业分析	49
图表 23：喜欢的服装风格——按可支配费用分析	50
图表 24：喜欢的服装风格	50
图表 25：对潮流的看法——按年龄分析	51
图表 26：对潮流的看法——按教育背景分析	51
图表 27：对潮流的看法——按职业分析	52
图表 28：对潮流的看法——按可支配费用分析	52
图表 29：对潮流的看法	53
图表 30：一般多久买一次衣服——按年龄分析	54
图表 31：一般多久买一次衣服——按教育背景分析	54
图表 32：一般多久买一次衣服——按职业分析	55

图表 33：一般多久买一次衣服——按可支配费用分析 55

图表 34：一般多久买一次衣服 56

图表 35：2008-2015年前二季度时尚休闲女装进口量情况 58

图表 36：2008-2015年前二季度时尚休闲女装出口量情况 59

图表 37：2015-2022年时尚休闲女装进口量情况 59

图表 38：2015-2022年时尚休闲女装出口量情况 60

图表 39：时尚女装价格指数（按时间） 65

图表 40：时尚女装价格指数（按商品） 65

图表 41：2010-2015年6月时尚休闲女装业销售收入 77

图表 42：2010-2015年6月时尚休闲女装业销售收入增长趋势图 78

图表 43：2010-2015年6月时尚休闲女装业利润总额 78

图表 44：2010-2015年6月时尚休闲女装业利润总额增长趋势图 79

图表 45：2010-2015年6月时尚休闲女装业主营业务税金及附加收入额情况 79

图表 46：2010-2015年6月时尚休闲女装业主营业务税金及附加收入增长趋势图 80

图表 47：2010-2015年6月时尚休闲女装业产值 80

图表 48：2010-2015年6月时尚休闲女装业产值增长趋势图 81

图表 49：2015年前6个月中国时尚休闲女装行业前10名省份销售额及销售份额 81

图表 50：2015年前6个月中国时尚休闲女装行业前10名省份利润额及利润份额 82

图表 51：2015年前6个月中国时尚休闲女装行业前10名省份主营业务税金额及主营业务税金份额 83

图表 52：2015年前6个月中国时尚休闲女装行业前10名省份产值额及产值份额 84

图表 53：2012-2014年12月时尚休闲女装业不同所有制企业销售额 85

图表 54：2014年1-12月时尚休闲女装业不同所有制企业销售额对比图 86

图表 55：2015年1-6月时尚休闲女装业不同所有制企业销售额 86

图表 56：2015年1-6月时尚休闲女装业不同所有制企业销售额对比图 87

图表 57：2012-2014年12月时尚休闲女装业不同所有制企业利润总额 87

图表 58：2015年1-6月时尚休闲女装业不同所有制企业利润总额 88

图表 59：2015年1-6月时尚休闲女装业不同所有制企业利润总额对比图 89

图表 60：2012-2014年12月时尚休闲女装业不同所有制企业主营业务税金及附加额 89

图表 61：2014年1-12月时尚休闲女装业不同所有制企业主营业务税金及附加额对比图 90

图表 62：2015年1-6月时尚休闲女装业不同所有制企业主营业务税金及附加额 91

图表 63：2015年1-6月时尚休闲女装业不同所有制企业主营业务税金及附加额对比图 91

图表 64：2012-2014年12月时尚休闲女装业不同所有制企业销售额 92

图表 65：2014年1-12月时尚休闲女装业不同所有制企业产值总额对比图 92

图表 66：2015年1-6月时尚休闲女装业不同所有制企业产值总额 93

图表 67：2015年1-6月时尚休闲女装业不同所有制企业产值总额对比图 93

图表 68：2012-2014年12月时尚休闲女装业不同规模企业销售额 94

图表 69：2014年1-12月时尚休闲女装业不同规模企业销售额对比图 95

图表 70：2015年1-6月时尚休闲女装业不同规模企业销售额 95

图表 71：2015年1-6月时尚休闲女装业不同规模企业销售额对比图 96

图表 72：2012-2014年12月时尚休闲女装业不同规模企业利润总额 96

图表 73：2014年1-12月时尚休闲女装业不同规模企业利润总额对比图 97

图表 74：2015年1-6月时尚休闲女装业不同规模企业利润总额 97

图表 75：2015年1-6月时尚休闲女装业不同规模企业利润总额对比图 98

图表 76：2012-2014年12月时尚休闲女装业不同规模企业主营业务税金及附加额 98

图表 77：2014年1-12月时尚休闲女装业不同规模企业主营业务税金及附加额对比图 98

图表 78：2015年1-6月时尚休闲女装业不同规模企业主营业务税金及附加额 98

图表 79：2015年1-6月时尚休闲女装业不同规模企业主营业务税金及附加额对比图 98

图表 80：2012-2014年12月时尚休闲女装业不同规模企业产值总额 98

图表 81：2014年1-12月时尚休闲女装业不同规模企业产值总额对比图 98

图表 82：2015年1-6月时尚休闲女装业不同规模企业产值总额 98

图表 83：2015年1-6月时尚休闲女装业不同规模企业产值总额对比图 98

图表 84：2010-2015年6月东北地区时尚休闲女装资产规模 98

图表 85：2010-2015年6月东北地区时尚休闲女装负债规模 98

图表 86：2010-2015年6月东北地区时尚休闲女装收入规模 98

图表 87：2010-2015年6月东北地区时尚休闲女装利润规模 98

图表 88：2010-2015年6月华东地区时尚休闲女装资产规模 98

图表 89：2010-2015年6月华东地区时尚休闲女装负债规模 98

图表 90：2010-2015年6月华东地区时尚休闲女装收入规模 98

图表 91：2010-2015年6月华东地区时尚休闲女装利润规模 98

图表 92：2010-2015年6月中南地区时尚休闲女装资产规模 98

图表 93：2010-2015年6月中南地区时尚休闲女装负债规模 98

图表 94：2010-2015年6月中南地区时尚休闲女装收入规模 98

图表 95：2010-2015年6月中南地区时尚休闲女装利润规模 98

图表 96：2010-2015年6月华北地区时尚休闲女装资产规模 98

图表 97：2010-2015年6月华北地区时尚休闲女装负债规模 98

图表 98：2010-2015年6月华北地区时尚休闲女装收入规模 98

图表 99：2010-2015年6月华北地区时尚休闲女装利润规模 98

图表 100：2010-2015年6月西北地区时尚休闲女装资产规模 98

图表 101：2010-2015年6月西北地区时尚休闲女装负债规模 98

图表 102：2010-2015年6月西北地区时尚休闲女装收入规模 98

图表 103：2010-2015年6月西北地区时尚休闲女装利润规模 98

图表 104：2010-2015年6月西南地区时尚休闲女装资产规模 98

图表 105：2010-2015年6月西南地区时尚休闲女装负债规模 98

图表 106：2010-2015年6月西南地区时尚休闲女装收入规模 98

图表 107：2010-2015年6月西南地区时尚休闲女装利润规模 98

图表 108：2013-2014财年下半年Inditex经营情况 98

图表 109：2013-2014财年 Inditex不同品牌净销售额 98

图表 110：2013-2015财年上半年Inditex经营情况 98

图表 111：2013-2015财年上半年Inditex不同品牌净销售额 98

图表 112：ZARA“剔除—减少—增加—创造”的坐标格 98

图表 113：ZARA的蓝海战略布局图 98

图表 114：2012-2013财年年H&M综合损益表 98

图表 115：2012-2013财年H&M分地区净销售额情况 98

图表 116：2013-2015财年前二季度H&M综合损益表 98

图表 117：2010-2014年女装市场品牌集中度（%） 98

图表 118：2015-2022年中国时尚休闲女装工业总产值预测 98

图表 119：2015-2022年中国时尚休闲女装行业销售收入预测 98

图表 120：2015-2022年中国时尚休闲女装行业市场容量预测 98

图表 121：2015-2022年中国时尚休闲女装行业总资产预测 98

图表 122：2015-2022年中国时尚休闲女装行业投资规模预测 98

图表 123：2015-2022年中国时尚休闲女装行业利润总额预测 98

图表 124：部分时尚女装品牌投资加盟注意事项 98

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1509/R91894V9MW.html>