

2024-2030年中国女装行业市场全景调查及投资策略 略研究报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国女装行业市场全景调查及投资策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/979750.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解女装行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国女装行业市场全景调查及投资策略研究报告》（以下简称《报告》）。报告对中国女装市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保女装行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年女装行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能女装从业者抢跑转型赛道。

女装是指女性在公务、工作、闲暇时所穿的服装总称。从行业生命周期的角度来看，中国的女装行业仍处于增长阶段。

近年来，随着我国女性社会地位、收入水平和受教育程度的提升，加上女性服装需求的多样化、时尚性，我国女装市场规模总体呈上升趋势，据统计，截至2022年我国女装行业市场规模为10672.6亿元，占比服装市场56.16%。

经过多年的发展，我国女装市场已形成众多定位不同档次、差异化的服装品牌，竞争较为激烈，呈现出充分市场化的竞争格局。国内女装行业已经出现了一批出色的本土品牌，但尚未出现全球知名的女装企业和品牌。

2022年中国及美国女装行业市场占有率前十名的品牌均为面向多数消费群体的大众休闲品牌（优衣库、OlaNavy、Only）或运动品牌（Adidas、李宁、lululemon）。从中国高端女装市场来看，之禾、歌力思、卓雅等领先国产品牌市占率仅在0.1%—0.2%左右。

未来，随着我国女性职业化水平、可支配收入、审美能力的不断提高，女性服装消费能力将进一步增强，女装市场份额有望持续增长。在服装行业整体发展向好、女装市场份额结构性提升的双重影响下，高端女装行业将迎来更多发展机遇，拥有更广阔的发展空间。

《2024-2030年中国女装行业市场全景调查及投资策略研究报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是女装领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 中国女装市场发展概述

第一节 女装的相关概述

一、女装所属行业定义

二、女装主要产品分类

（一）连衫裙

（二）职业装

（三）时尚女装

（四）女裤

三、女装品牌分类情况

第二节 女装行业发展分析

一、女装行业发展历程

二、女装行业发展特征

三、女装行业技术特点

四、服装企业存在模式

第二章 全球女装行业市场研究

第一节 法国女装行业市场研究

一、法国女装行业发展现状

二、法国女装行业发展特点

三、法国女装零售规模分析

四、法国女装市场发展趋势

第二节 意大利女装行业市场研究

一、意大利女装行业发展现状

二、意大利女装行业发展特点

三、意大利女装零售规模分析

四、意大利女装市场发展趋势

第三节 韩国女装行业市场研究

一、韩国女装行业发展现状

二、韩国女装行业发展特点

三、韩国女装零售规模分

四、韩国女装市场发展趋势

第三章 中国女装产业链分析

第一节 服装行业产业链概况

第二节 化纤行业发展状况

第三节 上游行业发展状况

一、服装面料业发展分析

（一）服装面料行业概况

（二）服装面料市场情况

（三）服装面料需求分析

二、服装辅料业发展分析

（一）服装辅料需求分析

（二）服装辅料市场竞争

（三）服装辅料市场趋势

三、缝纫机械业发展分析

第四节 下游行业发展状况

一、女装消费群体分析

（一）女装消费阶层分析

（二）女装消费年龄分析

（三）女装消费区域分析

二、女装消费特征分析

（一）女性消费支出情况

（二）女装消费行为分析

（三）女装消费影响因素

三、女装网购消费分析

（一）女装网购消费特征

（二）女装网购消费心理

（三）网购消费格局分析

四、女装消费发展趋势分析

第四章 2023年中国女装行业运行环境分析

第一节 2023年中国宏观经济环境分析

第二节 女装行业社会环境分析

一、中国女性人口及年龄分布

二、中国城镇化水平发展分析

三、居民消费与恩格尔系数

四、城乡居民衣着消费情况

五、其它影响女装社会因素

第三节 女装行业政策环境分析

- 一、女装行业监管部门与体制
 - 二、女装行业的相关标准情况
 - 三、女装业主要法律法规政策
 - 四、女装零售业相关法规政策
 - 五、十四五纺织工业发展规划
- 第四节 女装行业技术环境分析
- 一、女装行业主要技术分析
 - 二、女装行业技术指标分析
 - 三、女装行业技术进步分析
 - 四、女装行业技术改造分析

第五章 中国服装行业市场发展分析

第一节 中国服装行业发展状况

- 一、国际服装行业发展现状分析
- 二、国内服装行业技术发展情况
- 三、中国主要服装产量情况
- 四、中国服装行业发展概述
- 五、服装商品零售增长分析

第二节 中国服装行业经营效益分析

- 一、服装行业利润总额情况
- 二、服装行业盈利能力分析
- 三、服装行业运营效率分析
- 四、服装行业成长能力分析
- 五、服装行业投资发展分析

第三节 国内服装市场发展分析

- 一、服装行业市场发展概况
- 二、服装零售行业发展态势
- 三、国内服装市场容量分析
- 四、中国服装市场销售情况
- 五、中国服装企业发展情况

第四节 服装行业市场竞争状况

- 一、中国服装产业竞争力
- 二、服装行业市场竞争情况
- 三、服装业市场集中度分析
- 四、国内服装企业竞争力

五、进入服装业的主要障碍

第六章 中国女装行业市场发展分析

第一节 女装行业市场规模分析

一、女装总体市场规模分析

二、国内女装市场结构分析

三、休闲女装市场规模分析

第二节 女装行业市场发展情况

一、国内女装行业市场概况

二、中国女装行业市场容量

三、国内高档女装市场分析

四、国内女装品牌发展现状

第三节 女装行业市场发展态势

一、女装行业市场利润水平

二、女装行业技术水平情况

三、女装行业品牌发展态势

四、女装市场竞争发展态势

第四节 女装行业市场发展问题

一、国内女装市场发展的的问题

二、影响行业发展的有利因素

三、影响行业发展的不利因素

第七章 中国女装细分行业市场研究

第一节 中低端女装行业市场分析

一、中低端女装市场消费特点

二、中低端女装行业市场规模

三、中低端女装行业市场趋势

四、中低端女装行业市场潜力

第二节 高端女装行业市场分析

一、高端女装市场消费特点

二、高端女装行业市场规模

三、高端女装行业市场格局

四、高端女装行业市场趋势

五、高端女装行业市场潜力

第三节 奢侈品女装行业市场分析

- 一、奢侈品女装市场消费特点
- 二、奢侈品女装行业市场规模
- 三、奢侈品女装行业市场格局
- 四、奢侈品女装行业市场趋势
- 五、奢侈品女装行业市场潜力

第八章 中国主要女装产品进出口状况分析

第一节 中国女大衣及防风衣进出口分析

- 一、2019-2023年中国女大衣及防风衣进口分析
- 二、2019-2023年中国女大衣及防风衣出口分析
- 三、2019-2023年中国女大衣及防风衣进出口均价分析1
- 四、2023年中国女大衣及防风衣进出口流向分析
- 五、2023年中国女大衣及防风衣进出口省市分析

第二节 中国女式睡衣进出口分析

- 一、2019-2023年中国女式睡衣进口分析
- 二、2019-2023年中国女式睡衣出口分析
- 三、2019-2023年中国女式睡衣进出口均价分析
- 四、2023年中国女式睡衣进出口流向分析
- 五、2023年中国女式睡衣进出口省市分析

第三节 中国女裤进出口分析

- 一、2019-2023年中国女裤进口分析
- 二、2019-2023年中国女裤出口分析
- 三、2019-2023年中国女裤进出口均价分析
- 四、2023年中国女裤进出口流向分析
- 五、2023年中国女裤进出口省市分析

第四节 中国女衬衫进出口分析

- 一、2019-2023年中国女衬衫进口分析
- 二、2019-2023年中国女衬衫出口分析
- 三、2019-2023年中国女衬衫进出口均价分析
- 四、2023年中国女衬衫进出口流向分析
- 五、2023年中国女衬衫进出口省市分析

第九章 中国女装行业产品市场分析

第一节 职业女装市场分析

- 一、职业装种类与特点

- 二、职业女装发展概况
- 三、职业女装需求特点
- 四、职业女装市场问题
- 五、职业女装设计策略
- 第二节 休闲女装市场分析
 - 一、休闲女装发展概况
 - 二、休闲女装品牌发展
 - 三、休闲女装发展趋势
 - 四、休闲女装发展动态
- 第三节 运动女装市场分析
 - 一、运动女装发展概况
 - 二、运动女装发展趋势
 - 三、国外运动女装分析
 - 四、高尔夫运动女装概况
- 第四节 女性内衣市场分析
 - 一、国内女性内衣市场现状
 - 二、女性内衣市场规模分析
 - 三、女性内衣市场竞争概况
 - 四、女性内衣市场发展趋势
- 第五节 孕妇装市场发展分析
 - 一、孕妇装市场潜力巨大
 - 二、孕妇装市场竞争格局
 - 三、功能孕妇装市场分析
 - 四、孕妇装缺乏行业标准
- 第六节 女装产品设计分析
 - 一、女装设计市场分析
 - 二、女装设计瓶颈分析
 - 三、女装设计趋势分析
- 第七节 其他女装市场分析
 - 一、婚纱市场发展分析
 - 二、时装市场发展分析
 - 三、国内礼服市场分析

第十章 女装市场重点产品销售情况

第一节 女士牛仔裤

一、女士牛仔裤行业发展概况

二、女士牛仔裤市场销售数量

三、女士牛仔裤市场销售规模

四、女士牛仔裤市场发展趋势

第二节 女士连衣裙

一、女士连衣裙行业发展概况

二、女士连衣裙市场销售数量

三、女士连衣裙市场销售规模

四、女士连衣裙市场发展趋势

第三节 女士夹克和大衣

一、女士夹克和大衣行业发展概况

二、女士夹克和大衣市场销售数量

三、女士夹克和大衣市场销售规模

四、女士夹克和大衣市场发展趋势

第四节 女士套衫

一、女士套衫行业发展概况

二、女士套衫市场销售数量

三、女士套衫市场销售规模

四、女士套衫市场发展趋势

第五节 女士裤袜

一、女士裤袜行业发展概况

二、女士裤袜市场销售数量

三、女士裤袜市场销售规模

四、女士裤袜市场发展趋势

第六节 女士衬衫和短衫

一、女士衬衫和短衫行业发展概况

二、女士衬衫和短衫市场销售数量

三、女士衬衫和短衫市场销售规模

四、女士衬衫和短衫市场发展趋势

第七节 女士短裤和长裤

一、女士短裤和长裤行业发展概况

二、女士短裤和长裤市场销售数量

三、女士短裤和长裤市场销售规模

四、女士短裤和长裤市场发展趋势

第八节 女士裙子

一、女士裙子行业发展概况

二、女士裙子市场销售数量

三、女士裙子市场销售规模

四、女士裙子市场发展趋势

第九节 女士套装

一、女士套装行业发展概况

二、女士套装市场销售数量

三、女士套装市场销售规模

四、女士套装市场发展趋势

第十节 女士上衣

一、女士上衣行业发展概况

二、女士上衣市场销售数量

三、女士上衣市场销售规模

四、女士上衣市场发展趋势

第十一章 中国女装行业区域市场分析

第一节 深圳

一、深圳女装产业发展现状

二、深圳女装产业发展规模

三、深圳女装产业发展特点

四、深圳女装产业发展优势

五、深圳女装主要品牌代表

六、深圳女装品牌的影响力

第二节 杭州

一、杭州女装产业发展现状

二、杭州女装产业发展规模

三、杭州女装产业发展特点

四、杭州女装产业发展优势

五、杭州女装主要品牌代表

六、杭州女装品牌的影响力

第三节 宁波

一、宁波女装产业发展现状

二、宁波女装产业发展规模

三、宁波女装产业发展特点

四、宁波女装产业发展优势

五、宁波女装主要品牌代表

六、宁波女装品牌的影响力

第四节 北京

一、北京女装产业发展现状

二、北京女装产业发展规模

三、北京女装产业发展特点

四、北京女装产业发展优势

五、北京女装主要品牌代表

六、北京女装品牌的影响力

第五节 福州

一、福州女装产业发展现状

二、福州女装产业发展规模

三、福州女装产业发展特点

四、福州女装产业发展优势

五、福州服装主要品牌代表

六、福州女装品牌的影响力

第六节 武汉

一、武汉女装产业发展现状

二、武汉女装产业发展规模

三、武汉女装产业发展特点

四、武汉女装产业发展优势

五、武汉女装主要品牌代表

六、武汉女装品牌的影响力

第七节 郑州女装产业发展状况分析

一、郑州女装产业发展现状

二、郑州女装产业发展规模

三、郑州女装产业发展优势

四、郑州女装主要品牌代表

五、郑州女装品牌的影响力

第八节 女装行业市场流派研究

一、粤派

（一）主要代表品牌

（二）流派主要特征

（三）流派消费特点

二、京派

(一) 主要代表品牌

(二) 流派主要特征

(三) 流派消费特点

三、汉派

(一) 主要代表品牌

(二) 流派主要特征

(三) 流派消费特点

四、海派

(一) 主要代表品牌

(二) 流派主要特征

(三) 流派消费特点

五、杭派

(一) 主要代表品牌

(二) 流派主要特征

(三) 流派消费特点

六、台湾品牌

(一) 主要代表品牌

(二) 流派主要特征

(三) 流派消费特点

七、国外品牌

(一) 主要代表品牌

(二) 流派主要特征

(三) 流派消费特点2

第十二章 中国重点城市女装消费潜力分析

第一节 北京市

一、北京市女装消费环境

二、北京市女装销售规模

三、北京市女装消费前景

第二节 上海市

第三节 广州市

第四节 深圳市

第五节 天津市

第六节 杭州市

第十三章 中国女装行业市场竞争分析

第一节 女装行业市场竞争状况

- 一、女装市场竞争现状
- 二、女装品牌细分竞争
- 三、服装行业竞争结构
- 四、女装产品议价能力
- 五、女装行业潜在威胁

第二节 女装行业市场竞争格局

- 一、女装市场的竞争格局
- 二、国内外女装竞争格局
- 三、少女装市场竞争格局
- 四、熟女装市场竞争格局
- 五、高档女装品牌和市场

第三节 女装行业竞争趋势与策略

- 一、女装市场竞争趋势
- 二、女装品牌竞争趋势
- 三、市场趋于综合竞争
- 四、行业兼并重组整合
- 五、女装品牌提升策略

第十四章 中国女装行业市场营销分析

第一节 女装销售渠道分析

- 一、女装销售渠道概况
- 二、服装行业经营模式
 - (一) 自营模式分析
 - (二) 特许加盟模式
 - (三) 批发模式分析
 - (四) 经销商模式
 - (五) 网络销售模式
- 三、女装零售经营模式
 - (一) 大型百货商场
 - (二) 连锁品牌经营店
 - (三) 大型卖场、超市
 - (四) 品牌折扣店
 - (五) 女装批发市场

(六) 网络销售模式

(七) SPA模式

四、女装渠道终端建设

五、女装渠道发展趋势

第二节 女装营销细分营销策略分析

一、女装品牌营销策略

二、女装价格营销策略

三、女装网络营销策略

四、女装视觉营销策略

五、女装渠道营销策略

第三节 女装市场营销深度分析

一、女装行业品牌营销误区

二、女装渠道与品牌间关系

三、女装市场营销策略浅析

四、女装行业进入整合营销

五、中年女装市场营销策略

第四节 知名女装品牌营销策略实例

一、Only—定位与服务先行

二、太平鸟—另类经营模式

三、哥弟----细分市场策略

四、斯尔丽—品牌战略制胜

五、女装行业商业模式实例

第十五章 中国女装网络消费分析

第一节 女性网民行为特征分析

一、网民网络应用行为分析

二、女性网民服装品牌偏好

三、女性网民着装风格分析

第二节 信息渠道和购买场所分析

一、网民获取服装信息渠道

二、女性网民网上信息渠道

三、女性网民服装购买场所

第三节 女性网民服装消费调研分析

一、女性网民消费关注因素

二、女性网民服装购买分析

三、女性网民服装花费分析

四、网民对服装广告的态度

第四节 女装网络营销策略总体研究

第十六章 女装网购市场及网购平台研究

第一节 全球网购规模对比研究

一、美国网购规模

二、韩国网购规模

三、中国网购规模

四、服装网购渗透率

第二节 B2C电商平台比较

一、平台型商城

二、垂直型独立平台

三、综合型独立平台

四、团购平台

第三节 B2C服装网购企业市场份额

一、天猫

二、京东商城

三、凡客诚品

四、唯品会

五、苏宁易购

六、梦芭莎

七、当当网

八、亚马逊中国

九、麦考林

十、走秀网

十一、玛萨玛索

第四节 服装网购市场调查

一、网购地区差异分析

二、网购人群按年龄分布

三、网购人群按收入分布

四、高端网购交易金额调查

五、网购用户购买金额调查

第五节 女装品牌电商战略案例分析

一、Only

- (一) ONLY电商业务现状
- (二) ONLY电商平台分析
- (三) ONLY电商销售规模
- (四) ONLY电商战略目标

二、Ochirly

三、O.SA

四、Moonbasa

五、PeaceBird

六、韩都衣舍

七、纳纹

八、Yishion A21

九、Goelia

十、裂帛

第六节 女装网购平台竞争力分析

一、天猫商城

- (一) 服装网购发展概述
- (二) 服装网购交易规模
- (三) 女装网购优势分析
- (四) 女装品牌进驻政策

二、淘宝网

- (一) 服装网购发展概述
- (二) 服装网购交易规模
- (三) 网站运营成功经验
- (四) 女装淘宝开店条件

三、京东商城

- (一) 网站市场定位分析
- (二) 服装网购规模分析
- (三) 竞争优势劣势分析
- (四) 京东商城营销策略

四、凡客诚品

- (一) 服装网购发展概述
- (二) 服装网购交易规模
- (三) 网站运营成功经验
- (四) 女装品牌进驻政策

五、唯品会

- (一) 网站市场定位分析
- (二) 服装网购规模分析
- (三) 网站竞争优势分析
- (四) 网站战略规划分析

六、1号店

- (一) 品牌线上经营概述
- (二) 品牌线上运营策略
- (三) 品牌运营经验启示

七、银泰网

- (一) 品牌线上经营概述
- (二) 品牌线上运营策略
- (三) 品牌成功经验分析

八、麦考林

- (一) 品牌线上经营概述
- (二) 品牌线上运营策略
- (三) 品牌成功运营经验

九、兰缪

- (一) 品牌线上经营概述
- (二) 品牌成功运营经验
- (三) 品牌未来发展战略

十、走秀网

- (一) 品牌线上经营概述
- (二) 品牌线上运营策略
- (三) 品牌运营经验启示

第七节 服装与网购内在关系研究

- 一、网购对服装行业渠道影响
- 二、网购对服装行业定价影响
- 三、网购对服装业供应链影响
- 四、网购对服装行业品类影响
- 五、网购对服装行业女装影响

第十七章 中国女装重点品牌企业竞争力分析

第一节 国际重点品牌分析

- 一、Chanel
- 二、Versace

三、Gucci

四、MaxMara

五、PORTS

六、E-LAND

七、Etam

八、ONLY

九、Esprit

十、ZARA

十一、H&M

第二节 国内重点品牌分析

一、歌莉娅Gloria

(一) 女装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌发展战略规划

二、茵曼

(一) 女装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌发展战略规划

三、红袖Hopeshow

(一) 女装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌优势分析

四、哥弟

(一) 女装主要产品分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销策略分析

(五) 品牌发展战略规划

五、太平鸟

(一) 女装主要产品分析

- (二) 企业经营状况分析
- (三) 品牌市场定位分析
- (四) 品牌发展战略规划

六、秋水伊人

- (一) 女装主要产品分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 品牌市场定位分析
- (四) 品牌营销网络分布

七、千百惠

- (一) 女装优势产品分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 品牌市场定位分析
- (四) 品牌营销网络分布
- (五) 品牌发展战略规划

八、白领white collar

- (一) 女装主要产品分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 品牌市场定位分析
- (四) 品牌营销网络分布
- (五) 品牌发展战略规划

九、太和女装

- (一) 女装主要产品分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 品牌市场定位分析
- (四) 品牌营销网络分布
- (五) 品牌发展战略规划

十、斯尔丽女装

- (一) 女装主要产品分析
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 品牌市场定位分析
- (四) 品牌营销网络分布
- (五) 品牌发展战略规划

十一、阿依莲

- (一) 女装主要产品分析
- (二) 企业经营状况分析

(三) 品牌市场定位分析

(四) 品牌营销网络分布

(五) 品牌发展战略规划

第三节 女装行业上市企业分析

一、朗姿股份有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

二、凯撒(中国)股份有限公司

三、东莞市搜于特服装股份有限公司

四、江苏三友集团股份有限公司

五、江苏金飞达服装股份有限公司

六、宝姿时装有限公司

七、百丽国际控股有限公司

八、慕诗国际集团有限公司

第十八章 2024-2030年中国女装行业市场发展预测

第一节 2024-2030年女装行业市场发展趋势

一、个性化趋势

二、休闲化趋势

三、定制化趋势

四、网络化趋势

第二节 2024-2030年女装行业市场发展前景

一、服装行业市场发展前景

二、高端女装行业市场前景

三、中低端女装业市场前景

四、定制女装行业市场前景

第三节 2024-2030年女装行业市场规模预测

一、女装行业市场总体规模预测

二、高端女装行业市场规模预测

三、中低端女装业市场规模预测

四、奢侈品女装行业市场规模预测

第四节 2024-2030年女装行业市场盈利预测

第十九章 2024-2030年中国女装行业发展趋势与投资分析

第一节 2024-2030年女装行业投资特性分析

一、女装行业市场投资环境

二、女装行业进入壁垒分析

三、女装行业盈利模式分析

四、女装行业盈利因素分析

第二节 2024-2030年女装行业投资风险分析

一、宏观经济风险

二、产业政策风险

三、产品研发风险

四、市场竞争风险

五、品牌维护风险

六、区域风险分析

七、其他风险分析

第三节 2024-2030年女装行业投资建议及策略

一、提升女装文化内涵

二、开发中老年女装市场

三、女装价格定位的策略

四、女装市场推广的策略

五、女装多品牌开发策略

六、女装市场提价策略5

第四节 2024-2030年女装市场投资趋向分析

第二十章 中国女装企业IPO上市策略指导

第一节 境内IPO上市目的及条件

一、女装企业境内上市主要目的

二、女装企业上市需满足的条件

三、企业改制上市中的关键问题

第二节 女装企业IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

第三节 女装企业IPO上市的规划实施

- 一、上市费用规划和团队组建
- 二、尽职调查及问题解决方案
- 三、改制重组需关注重点问题
- 四、企业上市辅导及注意事项
- 五、上市申报材料制作及要求
- 六、网上路演推介及询价发行

第四节 女装企业挂牌“新三板”分析

- 一、“新三板”基本情况介绍
- 二、“新三板”市场发展历程
- 三、企业挂牌新三板的好处
- 四、企业挂牌新三板的条件
- 五、企业挂牌新三板的流程
- 六、挂牌新三板的时间安排

第五节 企业IPO上市审核工作流程

图表目录：部分

图表1：中国女装经历了从作坊到品牌的发展历程

图表2：2019-2023年法国女装零售规模

图表3：2019-2023年意大利女装零售规模

图表4：2019-2023年韩国女装零售规模

图表5：服装行业产业链

图表6：2019-2023年中国女装总体市场规模

图表7：2019-2023年中国女装行业市场结构

图表8：2019-2023年中国休闲女装市场规模情况

图表9：2019-2023年中国女装行业市场容量情况

图表10：2019-2023年中国高端女装市场规模及占比情况

图表11：国内主要女装企业销售收入及毛利率情况

图表12：2019-2023年中国中低端女装行业市场规模

图表13：2019-2023年中国高端女装行业市场规模情况

图表14：2019-2023年中国奢侈品女装行业市场规模情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/979750.html>