

2020-2026年中国女装产业 发展现状与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国女装产业发展现状与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202007/178480.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

女士穿着的衣物统称为女装。服饰的变迁是一部历史，是一个时代发展的缩影。它是这个时代进步、文明、兴旺发达、繁荣昌盛的象征。它在记录历史变革的同时，也映衬着一种民族的文化，传承着当地的历史文化风俗，女装更是其中不可缺少的一部分。女装品牌与款式的多元化推动了时装的发展。

目前我国女装市场中品牌众多，竞争激烈，各个品牌的市场占有率较低。中高端对应国内高端女装，消费者有2.2亿人，这批消费者单次平均消费额在1千至5千元之间。高档消费层，这个阶层人员包括外企高层领导、著名演艺界人士、涉外机构高级人员、金融界人士等，约占城镇总人数的2%，而消费量即占总销售量的10%，消费能力很强。高档次消费者的平均收入水平较高，有较高的购买能力，她们强调生活品质，注重生活品位，所以对名牌品牌的追求尤其明显，成为品牌服装的主要消费群。主要购买途径是经营国际知名服装品牌的专卖店或者大型商场。购买价位一般在5000元以上，其对应高档市场则由进口及三资品牌占据。

中高档层，这个层次主要是外企工作人员、个体经营者、农民企业家、公务员、教师、高级打工族和农村的富余户，约占城镇人口的59%，以中高档为主，价格在5000元以下的女装销售量占总销售量的90%。她们的收入介于高档服装消费层与中档服装消费层二者之间。她们有购买高档服装的欲望，她们消费定位于中高水平，成为中高档品牌服装消费层。她们多从经营中高档服装为主的商场、专卖店及连锁店购买，购买服装的价位介于1000-5000之间。其消费对应中高档市场大多是香港、台湾、日韩及大陆沿海品牌。

中低档消费层，这一层次的消费者收入偏低，平时消费支出的很大比例仅仅是为了满足比较基本的衣食住行方面的需求。中低档消费者对价格较敏感，对于服装的购买，她们更多的在乎质量，看是否耐穿，耐用。该消费层主要从普通商场或服装店商店购买所需，购买冬装价位一般在1000元以下。其消费对应低档市场主要是中国品牌。

中国女性时装行业的市场竞争格局，正由过去的降价竞争快速变成款式、时尚、销售环境、文化底蕴、品牌地位等综合因素的竞争。具有相当实力的女性时装品牌企业迅速崛起，虽然面临很多困难，但不能妄自菲薄。欧美品牌女性时装市场大约有百年历史，代表了当今女性时装业主流的发展趋势。随着女性时装市场的快速发展和竞争的逐渐加剧，优胜劣汰的市场中涌现出一批具有相当实力的女性时装品牌，诞生了具有明显区域色彩的产业集群。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国女装产业发展现状与投资战略研究报告》共二十章。首先介绍了女装行业市场发展环境、女装整体运行态势等，接着分析了女装行业市场运行的现状，然后介绍了女装市场竞争格局。随后，报告对女装做了重点企业经营状况分析，最后分析了女装行业发展趋势与投资预测。您若想对女装产业有个系统的了解或者想投资女装行业

，本报告是您不可或缺的重要工具。

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析

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 2019年中国女装行业运行环境分析

第一节 2019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、十二五纺织工业发展规划

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、2015-2019年中国女大衣及防风衣进口分析
- 二、2015-2019年中国女大衣及防风衣出口分析
- 三、2015-2019年中国女大衣及防风衣进出口均价分析
- 四、2019年中国女大衣及防风衣进出口流向分析
- 五、2019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、2015-2019年中国女式睡衣进口分析
- 二、2015-2019年中国女式睡衣出口分析
- 三、2015-2019年中国女式睡衣进出口均价分析
- 四、2019年中国女式睡衣进出口流向分析
- 五、2019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、2015-2019年中国女裤进口分析
- 二、2015-2019年中国女裤出口分析
- 三、2015-2019年中国女裤进出口均价分析
- 四、2019年中国女裤进出口流向分析
- 五、2019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、2015-2019年中国女衬衫进口分析
- 二、2015-2019年中国女衬衫出口分析
- 三、2015-2019年中国女衬衫进出口均价分析
- 四、2019年中国女衬衫进出口流向分析
- 五、2019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

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 BC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 BC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 A

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、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

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、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

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

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

第十八章 2020-2026年中国女装行业市场发展预测

第一节 2020-2026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 2020-2026年女装行业市场前景

一、服装行业市场前景

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 2020-2026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 2020-2026年女装行业市场盈利预测

第十九章 2020-2026年中国女装行业发展趋势与投资分析

第一节 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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

第四节 2020-2026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：

图表 连衣裙的主要分类

图表 女裤的主要分类方式及类别

图表 法国女装零售规模统计

图表 意大利女装零售规模统计

图表 韩国女装零售规模统计

图表 2015-2019年中国化学纤维制造行业经济指标统计

图表 服装面料行业TOP关键词

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/178480.html>