

2019-2025年中国女装市场 深度评估与发展战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2019-2025年中国女装市场深度评估与发展战略研究报告》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.chinairr.org/report/R12/R1202/201904/18-293015.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

2016年中国女装行业市场规模达到9011亿元，较2015年同期增长12.92%。2011-2016年中国女装行业市场规模情况 资料来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国女装市场深度评估与发展战略研究报告》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26

第一节 女装的相关概述26

一、女装所属行业定义26

二、女装主要产品分类26

（一）连衫裙26

（二）职业装27

（三）时尚女装28

（四）女裤28

三、女装品牌分类情况29

第二节 女装行业发展分析30

一、女装行业发展历程30

二、女装行业发展特征30

三、女装行业技术特点31

四、服装企业存在模式32

第二章全球女装行业市场研究33

第一节 法国女装行业市场研究33

一、法国女装行业发展现状33

二、法国女装行业发展特点33

三、法国女装零售规模分析33

四、法国女装市场发展趋势34

第二节 意大利女装行业市场研究34

一、意大利女装行业发展现状34

二、意大利女装行业发展特点35

三、意大利女装零售规模分析35

四、意大利女装市场发展趋势35

第三节 韩国女装行业市场研究36

一、韩国女装行业发展现状36

二、韩国女装行业发展特点36

三、韩国女装零售规模分析36

四、韩国女装市场发展趋势37

第三章中国女装产业链分析38

第一节 服装行业产业链概况38

第二节 化纤行业发展状况42

第三节 上游行业发展状况44

一、服装面料业发展分析44

（一）服装面料行业概况44

（二）服装面料市场情况45

（三）服装面料需求分析49

二、服装辅料业发展分析52

（一）服装辅料需求分析52

（二）服装辅料市场竞争52

（三）服装辅料市场趋势53

三、缝纫机械业发展分析54

第四节 下游行业发展状况56

一、女装消费群体分析56

（一）女装消费阶层分析56

（二）女装消费年龄分析56

（三）女装消费区域分析57

二、女装消费特征分析57

（一）女性消费支出情况57

（二）女装消费行为分析59

（三）女装消费影响因素61

三、女装网购消费分析62

（一）女装网购消费特征62

（二）女装网购消费心理63

（三）网购消费格局分析64

四、女装消费发展趋势分析64

第四章 2018年中国女装行业运行环境分析66

第一节 2018年中国宏观经济环境分析66

第二节 女装行业社会环境分析73

一、中国女性人口及年龄分布73

二、中国城镇化水平发展分析74

三、居民消费与恩格尔系数75

四、城乡居民衣着消费情况75

五、其它影响女装社会因素76

第三节 女装行业政策环境分析77

一、女装行业监管部门与体制77

二、女装行业的相关标准情况78

三、女装业主要法律法规政策80

四、女装零售业相关法规政策83

五、十二五纺织工业发展规划84

第四节 女装行业技术环境分析109

一、女装行业主要技术分析109

二、女装行业技术指标分析112

三、女装行业技术进步分析112

四、女装行业技术改造分析114

第五章 中国服装行业市场发展分析116

第一节 中国服装行业发展状况116

一、国际服装行业发展现状分析116

二、国内服装行业技术发展情况117

三、中国主要服装产量情况118

四、中国服装行业发展概述119

五、服装商品零售增长分析121

第二节 中国服装行业经营效益分析121

一、服装行业利润总额情况121

二、服装行业盈利能力分析124

三、服装行业运营效率分析131

四、服装行业成长能力分析136

五、服装行业投资发展分析136

第三节 国内服装市场发展分析137

一、服装行业市场发展概况137

二、服装零售行业发展态势137

三、国内服装市场容量分析139

四、中国服装市场销售情况139

五、中国服装企业发展情况140

第四节 服装行业市场竞争状况142

一、中国服装产业竞争力142

二、服装行业市场竞争情况145

三、服装业市场集中度分析146

四、国内服装企业竞争力146

五、进入服装业的主要障碍150

第六章中国女装行业市场发展分析152

第一节 女装行业市场规模分析152

一、女装总体市场规模分析152

二、国内女装市场结构分析153

三、休闲女装市场规模分析153

第二节 女装行业市场发展情况154

一、国内女装行业市场概况1542011-2016年中国女装行业销售收入情况 资料来源：公开资料

整理

二、中国女装行业市场容量154

三、国内高档女装市场分析155

四、国内女装品牌发展现状157

第三节 女装行业市场发展态势158

一、女装行业市场利润水平158

二、女装行业技术水平情况159

三、女装行业品牌发展态势160

四、女装市场竞争发展态势160

第四节 女装行业市场发展问题161

一、国内女装市场发展的的问题161

二、影响行业发展的有利因素164

三、影响行业发展的不利因素166

第七章中国女装细分行业市场研究168

第一节 中低端女装行业市场分析168

一、中低端女装市场消费特点168

二、中低端女装行业市场规模168

三、中低端女装行业市场趋势169

四、中低端女装行业市场潜力169

第二节 高端女装行业市场分析170

一、高端女装市场消费特点170

二、高端女装行业市场规模170

三、高端女装行业市场格局171

四、高端女装行业市场趋势172

五、高端女装行业市场潜力172

第三节 奢侈品女装行业市场分析173

一、奢侈品女装市场消费特点173

二、奢侈品女装行业市场规模173

三、奢侈品女装行业市场格局173

四、奢侈品女装行业市场趋势174

五、奢侈品女装行业市场潜力174

第八章中国主要女装产品进出口状况分析176

第一节 中国女大衣及防风衣进出口分析176

- 一、2013-2018年中国女大衣及防风衣进口分析176
- 二、2013-2018年中国女大衣及防风衣出口分析177
- 三、2013-2018年中国女大衣及防风衣进出口均价分析178
- 四、2018年中国女大衣及防风衣进出口流向分析179
- 五、2018年中国女大衣及防风衣进出口省市分析181

第二节 中国女式睡衣进出口分析183

- 一、2013-2018年中国女式睡衣进口分析183
- 二、2013-2018年中国女式睡衣出口分析184
- 三、2013-2018年中国女式睡衣进出口均价分析185
- 四、2018年中国女式睡衣进出口流向分析186
- 五、2018年中国女式睡衣进出口省市分析188

第三节 中国女裤进出口分析190

- 一、2013-2018年中国女裤进口分析190
- 二、2013-2018年中国女裤出口分析191
- 三、2013-2018年中国女裤进出口均价分析192
- 四、2018年中国女裤进出口流向分析193
- 五、2018年中国女裤进出口省市分析195

第四节 中国女衬衫进出口分析197

- 一、2013-2018年中国女衬衫进口分析197
- 二、2013-2018年中国女衬衫出口分析198
- 三、2013-2018年中国女衬衫进出口均价分析199
- 四、2018年中国女衬衫进出口流向分析200
- 五、2018年中国女衬衫进出口省市分析202

第九章中国女装行业产品市场分析205

第一节 职业女装市场分析205

- 一、职业装种类与特点205
- 二、职业女装发展概况207
- 三、职业女装需求特点208

四、职业女装市场问题209

五、职业女装设计策略210

第二节 休闲女装市场分析213

一、休闲女装发展概况213

二、休闲女装品牌发展214

三、休闲女装发展趋势216

四、休闲女装发展动态217

第三节 运动女装市场分析218

一、运动女装发展概况218

二、运动女装发展趋势218

三、国外运动女装分析219

四、高尔夫运动女装概况220

第四节 女性内衣市场分析221

一、国内女性内衣市场现状221

二、女性内衣市场规模分析222

三、女性内衣市场竞争概况222

四、女性内衣市场发展趋势223

第五节 孕妇装市场发展分析224

一、孕妇装市场潜力巨大224

二、孕妇装市场竞争格局224

三、功能孕妇装市场分析225

四、孕妇装缺乏行业标准225

第六节 女装产品设计分析226

一、女装设计市场分析226

二、女装设计瓶颈分析226

三、女装设计趋势分析227

第七节 其他女装市场分析227

一、婚纱市场发展分析227

二、时装市场发展分析229

三、国内礼服市场分析229

第十章 女装市场重点产品销售情况231

第一节 女士牛仔裤231

一、女士牛仔裤行业发展概况231

二、女士牛仔裤市场销售数量232

三、女士牛仔裤市场销售规模233

四、女士牛仔裤市场发展趋势233

第二节 女士连衣裙233

一、女士连衣裙行业发展概况233

二、女士连衣裙市场销售数量233

三、女士连衣裙市场销售规模234

四、女士连衣裙市场发展趋势234

第三节 女士夹克和大衣234

一、女士夹克和大衣行业发展概况234

二、女士夹克和大衣市场销售数量235

三、女士夹克和大衣市场销售规模235

四、女士夹克和大衣市场发展趋势235

第四节 女士套衫236

一、女士套衫行业发展概况236

二、女士套衫市场销售数量236

三、女士套衫市场销售规模236

四、女士套衫市场发展趋势237

第五节 女士裤袜237

一、女士裤袜行业发展概况237

二、女士裤袜市场销售数量238

三、女士裤袜市场销售规模238

四、女士裤袜市场发展趋势238

第六节 女士衬衫和短衫239

一、女士衬衫和短衫行业发展概况239

二、女士衬衫和短衫市场销售数量239

三、女士衬衫和短衫市场销售规模239

四、女士衬衫和短衫市场发展趋势240

第七节 女士短裤和长裤240

一、女士短裤和长裤行业发展概况240

- 二、女士短裤和长裤市场销售数量241
- 三、女士短裤和长裤市场销售规模241
- 四、女士短裤和长裤市场发展趋势241

第八节 女士裙子242

- 一、女士裙子行业发展概况242
- 二、女士裙子市场销售数量242
- 三、女士裙子市场销售规模242
- 四、女士裙子市场发展趋势243

第九节 女士套装243

- 一、女士套装行业发展概况243
- 二、女士套装市场销售数量243
- 三、女士套装市场销售规模243
- 四、女士套装市场发展趋势244

第十节 女士上衣244

- 一、女士上衣行业发展概况244
- 二、女士上衣市场销售数量244
- 三、女士上衣市场销售规模244
- 四、女士上衣市场发展趋势245

第十一章中国女装行业区域市场分析246

第一节 深圳246

- 一、深圳女装产业发展现状246
- 二、深圳女装产业发展规模246
- 三、深圳女装产业发展特点246
- 四、深圳女装产业发展优势247
- 五、深圳女装主要品牌代表247
- 六、深圳女装品牌的影响力247

第二节 杭州248

- 一、杭州女装产业发展现状248
- 二、杭州女装产业发展规模248
- 三、杭州女装产业发展特点248
- 四、杭州女装产业发展优势250

五、杭州女装主要品牌代表250

六、杭州女装品牌的影响力250

第三节 宁波250

一、宁波女装产业发展现状250

二、宁波女装产业发展规模251

三、宁波女装产业发展特点251

四、宁波女装产业发展优势252

五、宁波女装主要品牌代表252

六、宁波女装品牌的影响力252

第四节 北京253

一、北京女装产业发展现状253

二、北京女装产业发展规模253

三、北京女装产业发展特点254

四、北京女装产业发展优势254

五、北京女装主要品牌代表256

六、北京女装品牌的影响力256

第五节 福州256

一、福州女装产业发展现状256

二、福州女装产业发展规模257

三、福州女装产业发展特点257

四、福州女装产业发展优势257

五、福州服装主要品牌代表257

六、福州女装品牌的影响力257

第六节 武汉258

一、武汉女装产业发展现状258

二、武汉女装产业发展规模258

三、武汉女装产业发展特点259

四、武汉女装产业发展优势259

五、武汉女装主要品牌代表259

六、武汉女装品牌的影响力259

第七节 郑州女装产业发展状况分析260

一、郑州女装产业发展现状260

二、郑州女装产业发展规模	261
三、郑州女装产业发展优势	262
四、郑州女装主要品牌代表	263
五、郑州女装品牌的影响力	263
第八节 女装行业市场流派研究	263
一、粤派	263
(一) 主要代表品牌	263
(二) 流派主要特征	264
(三) 流派消费特点	264
二、京派	264
(一) 主要代表品牌	264
(二) 流派主要特征	264
(三) 流派消费特点	264
三、汉派	264
(一) 主要代表品牌	264
(二) 流派主要特征	265
(三) 流派消费特点	265
四、海派	265
(一) 主要代表品牌	265
(二) 流派主要特征	265
(三) 流派消费特点	265
五、杭派	265
(一) 主要代表品牌	265
(二) 流派主要特征	266
(三) 流派消费特点	266
六、台湾品牌	266
(一) 主要代表品牌	266
(二) 流派主要特征	266
(三) 流派消费特点	266
七、国外品牌	266
(一) 主要代表品牌	266
(二) 流派主要特征	267

（三）流派消费特点267

第十二章中国重点城市女装消费潜力分析268

第一节 北京市268

一、北京市女装消费环境268

二、北京市女装销售规模268

三、北京市女装消费前景269

第二节 上海市269

第三节 广州市270

第四节 深圳市271

第五节 天津市273

第六节 杭州市274

第十三章中国女装行业市场竞争分析277

第一节 女装行业市场竞争状况277

一、女装市场竞争现状277

二、女装品牌细分竞争278

三、服装行业竞争结构280

四、女装产品议价能力282

五、女装行业潜在威胁282

第二节 女装行业市场竞争格局283

一、女装市场的竞争格局283

二、国内外女装竞争格局283

三、少女装市场竞争格局284

四、熟女装市场竞争格局284

五、高档女装品牌和市场285

第三节 女装行业竞争趋势与策略286

一、女装市场竞争趋势286

二、女装品牌竞争趋势288

三、市场趋于综合竞争288

四、行业兼并重组整合290

五、女装品牌提升策略291

第十四章中国女装行业市场营销分析292

第一节 女装销售渠道分析292

一、女装销售渠道概况292

二、服装行业经营模式295

（一）自营模式分析295

（二）特许加盟模式296

（三）批发模式分析296

（四）经销商模式296

（五）网络销售模式296

三、女装零售经营模式296

（一）大型百货商场296

（二）连锁品牌经营店297

（三）大型卖场、超市298

（四）品牌折扣店298

（五）女装批发市场299

（六）网络销售模式299

（七）SPA模式300

四、女装渠道终端建设300

五、女装渠道发展趋势301

第二节 女装营销细分营销策略分析303

一、女装品牌营销策略303

二、女装价格营销策略306

三、女装网络营销策略307

四、女装视觉营销策略310

五、女装渠道营销策略315

第三节 女装市场营销深度分析318

一、女装行业品牌营销误区318

二、女装渠道与品牌间关系320

三、女装市场营销策略浅析323

四、女装行业进入整合营销326

五、中年女装市场营销策略329

第四节 知名女装品牌营销策略实例330

一、Only——定位与服务先行330

二、太平鸟——另类经营模式331

三、哥弟——细分市场策略331

四、斯尔丽——品牌战略制胜332

五、女装行业商业模式实例332

第十五章 中国女装网络消费分析335

第一节 女性网民行为特征分析335

一、网民网络应用行为分析335

二、女性网民服装品牌偏好336

三、女性网民着装风格分析336

第二节 信息渠道和购买场所分析337

一、网民获取服装信息渠道337

二、女性网民网上信息渠道338

三、女性网民服装购买场所339

第三节 女性网民服装消费调研分析340

一、女性网民消费关注因素340

二、女性网民服装购买分析341

三、女性网民服装花费分析342

四、网民对服装广告的态度343

第四节 女装网络营销策略总体研究345

第十六章 女装网购市场及网购平台研究349

第一节 全球网购规模对比研究349

一、美国网购规模349

二、韩国网购规模349

三、中国网购规模351

四、服装网购渗透率353

第二节 B2C电商平台比较354

一、平台型商城354

二、垂直型独立平台355

三、综合型独立平台356

四、团购平台357

第三节 B2C服装网购企业市场份额360

一、天猫360

二、京东商城360

三、凡客诚品360

四、唯品会360

五、苏宁易购360

六、梦芭莎360

七、当当网360

八、亚马逊中国361

九、麦考林361

十、走秀网361

十一、玛萨玛索361

第四节 服装网购市场调查362

一、网购地区差异分析362

二、网购人群按年龄分布362

三、网购人群按收入分布363

四、高端网购交易金额调查364

五、网购用户购买金额调查364

第五节 女装品牌电商战略案例分析365

一、Only365

（一）ONLY电商业务现状365

（二）ONLY电商平台分析365

（三）ONLY电商销售规模367

（四）ONLY电商战略目标367

二、Ochirly368

三、O.SA370

四、Moonbasa372

五、PeaceBird374

六、韩都衣舍377

七、纳纹380

八、Yishion A21383

九、Goelia385

十、裂帛387

第六节 女装网购平台竞争力分析388

一、天猫商城388

（一）服装网购发展概述388

（二）服装网购交易规模389

（三）女装网购优势分析389

（四）女装品牌进驻政策389

二、淘宝网389

（一）服装网购发展概述389

（二）服装网购交易规模390

（三）网站运营成功经验390

（四）女装淘宝开店条件392

三、京东商城392

（一）网站市场定位分析392

（二）服装网购规模分析393

（三）竞争优势劣势分析393

（四）京东商城营销策略393

四、凡客诚品395

（一）服装网购发展概述395

（二）服装网购交易规模395

（三）网站运营成功经验396

（四）女装品牌进驻政策397

五、唯品会400

（一）网站市场定位分析400

（二）服装网购规模分析400

（三）网站竞争优势分析400

（四）网站战略规划分析401

六、1号店402

（一）品牌线上经营概述402

（二）品牌线上运营策略403

（三）品牌运营经验启示404

七、银泰网404

（一）品牌线上经营概述404

（二）品牌线上运营策略405

（三）品牌成功经验分析405

八、麦考林406

（一）品牌线上经营概述406

（二）品牌线上运营策略407

（三）品牌成功运营经验408

九、兰缪409

（一）品牌线上经营概述409

（二）品牌成功运营经验410

（三）品牌未来发展战略411

十、走秀网411

（一）品牌线上经营概述411

（二）品牌线上运营策略412

（三）品牌运营经验启示413

第七节 服装与网购内在关系研究414

一、网购对服装行业渠道影响414

二、网购对服装行业定价影响414

三、网购对服装业供应链影响415

四、网购对服装行业品类影响416

五、网购对服装行业女装影响416

第十七章 中国女装重点品牌企业竞争力分析418

第一节 国际重点品牌分析418

一、Chanel418

二、Versace418

三、Gucci419

四、MaxMara420

五、PORTS421

六、E-LAND422

七、Etam423

八、ONLY424

九、Esprit424

十、ZARA425

十一、H&M426

第二节 国内重点品牌分析427

一、歌莉娅Gloria427

（一）女装主要产品分析427

（二）企业经营状况分析427

（三）品牌市场定位分析428

（四）品牌营销网络分布428

（五）品牌发展战略规划429

二、茵曼429

（一）女装主要产品分析429

（二）企业经营状况分析429

（三）品牌市场定位分析430

（四）品牌营销网络分布430

（五）品牌发展战略规划430

三、红袖Hopeshow431

（一）女装主要产品分析431

（二）企业经营状况分析431

（三）品牌市场定位分析431

（四）品牌优势分析432

四、哥弟433

（一）女装主要产品分析433

（二）企业经营状况分析433

（三）品牌市场定位分析433

（四）品牌营销策略分析433

（五）品牌发展战略规划434

五、太平鸟434

（一）女装主要产品分析434

（二）企业经营状况分析435

(三) 品牌市场定位分析435

(四) 品牌发展战略规划436

六、秋水伊人436

(一) 女装主要产品分析436

(二) 企业经营状况分析437

(三) 品牌市场定位分析437

(四) 品牌营销网络分布437

七、千百惠438

(一) 女装优势产品分析438

(二) 企业经营状况分析439

(三) 品牌市场定位分析439

(四) 品牌营销网络分布439

(五) 品牌发展战略规划440

八、白领white collar440

(一) 女装主要产品分析440

(二) 企业经营状况分析440

(三) 品牌市场定位分析441

(四) 品牌营销网络分布442

(五) 品牌发展战略规划442

九、太和女装442

(一) 女装主要产品分析442

(二) 企业经营状况分析442

(三) 品牌市场定位分析443

(四) 品牌营销网络分布443

(五) 品牌发展战略规划443

十、斯尔丽女装444

(一) 女装主要产品分析444

(二) 企业经营状况分析444

(三) 品牌市场定位分析445

(四) 品牌营销网络分布445

(五) 品牌发展战略规划445

十一、阿依莲445

- (一) 女装主要产品分析445
- (二) 企业经营状况分析446
- (三) 品牌市场定位分析446
- (四) 品牌营销网络分布447
- (五) 品牌发展战略规划447

第三节 女装行业上市企业分析447

一、朗姿股份有限公司447

- (一) 企业基本情况447
- (二) 企业经营情况分析448
- (三) 企业经济指标分析450
- (四) 企业盈利能力分析450
- (五) 企业偿债能力分析451
- (六) 企业运营能力分析451
- (七) 企业成本费用分析451
- (八) 企业发展战略及未来展望452

二、凯撒(中国)股份有限公司452

三、东莞市搜于特服装股份有限公司458

四、江苏三友集团股份有限公司463

五、江苏金飞达服装股份有限公司467

六、宝姿时装有限公司472

七、百丽国际控股有限公司476

八、慕诗国际集团有限公司481

第十八章 2019-2025年中国女装行业市场发展预测486

第一节 2019-2025年女装行业市场发展趋势486

- 一、个性化趋势486
- 二、休闲化趋势486
- 三、定制化趋势486
- 四、网络化趋势486

第二节 2019-2025年女装行业市场前景487

- 一、服装行业市场前景487
- 二、高端女装行业市场前景488

三、中低端女装业市场前景488

四、定制女装行业市场前景488

第三节 2019-2025年女装行业市场规模预测489

一、女装行业市场总体规模预测489

二、高端女装行业市场规模预测490

三、中低端女装业市场规模预测490

四、奢侈品女装行业市场规模预测491

第四节 2019-2025年女装行业市场盈利预测491

第十九章 2019-2025年中国女装行业发展趋势与投资分析492

第一节 2019-2025年女装行业投资特性分析492

一、女装行业市场投资环境492

二、女装行业进入壁垒分析492

三、女装行业盈利模式分析494

四、女装行业盈利因素分析494

第二节 2019-2025年女装行业投资风险分析495

一、宏观经济风险495

二、产业政策风险495

三、产品研发风险495

四、市场竞争风险496

五、品牌维护风险496

六、区域风险分析497

七、其他风险分析497

第三节 2019-2025年女装行业投资建议及策略498

一、提升女装文化内涵498

二、开发中老年女装市场499

三、女装价格定位的策略499

四、女装市场推广的策略500

五、女装多品牌开发策略500

六、女装市场提价策略501

第四节 2019-2025年女装市场投资趋向分析502

第二十章中国女装企业IPO上市策略指导504 (ZY LII)

第一节 境内IPO上市目的及条件504

一、女装企业境内上市主要目的504

二、女装企业上市需满足的条件505

三、企业改制上市中的关键问题508

第二节 女装企业IPO上市的相关准备509

一、企业该不该上市509

二、企业应何时上市509

三、企业应何地上市510

四、企业上市前准备510

第三节 女装企业IPO上市的规划实施511

一、上市费用规划和团队组建511

二、尽职调查及问题解决方案515

三、改制重组需关注重点问题518

四、企业上市辅导及注意事项521

五、上市申报材料制作及要求523

六、网上路演推介及询价发行525

第四节 女装企业挂牌“新三板”分析526

一、“新三板”基本情况介绍526

二、“新三板”市场发展历程527 (ZY LII)

三、企业挂牌新三板的好处528

四、企业挂牌新三板的条件529

五、企业挂牌新三板的流程529

六、挂牌新三板的时间安排530

第五节 企业IPO上市审核工作流程531

部分图表目录：

图表 1 连衣裙的主要分类27

图表 2 女裤的主要分类方式及类别29

图表 3 法国女装零售规模统计34

图表 4 意大利女装零售规模统计35

图表 5 韩国女装零售规模统计37

图表 6 2012-2018年中国化学纤维制造行业经济指标统计43

图表 7 服装面料行业TOP关键词51

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/201904/18-293015.html>