

# 2019年中国轻奢女装行业分析报告- 市场运营态势与投资商机研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国轻奢女装行业分析报告-市场运营态势与投资商机研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/381698381698.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中产阶级占比提升，品质消费需求增加。随着宏观经济的稳步前进与人均收入的提高，中国的中产阶级规模不断扩大。根据估算，2017年中国中产阶级的规模为2.46亿，到2020年将达到7亿，占届时总人口数量的48%以上。我国已经成为拥有中产阶级人口数量最多的国家。人群结构的变化带来了消费需求、观念、结构的升级，价格成为次要因素，品质成为中产最基本的要求，中产阶级对总体消费贡献加大。消费者信心持续走强，更倾向于购买品质产品。

女性消费者数量增加，收入提高，消费潜力巨大。1)数量方面，2010-2017年，中国女性人口由6.53亿增长至6.79亿，占总人口比重由48.73%升至48.83%。2)就业方面，女性就业率提升，2016年全国就业人口中女性占比达到43.1%，就业质量和收入水平得到同步提高。3)教育方面，根据中国统计年鉴的数据显示，2016年接受大专教育及以上的女性占全部女性人口的比例达到了46.79%。女性学历水平的提高提升了职场女性的数量及地位，进而推升了职场女性的薪资水平和消费能力。这一系列变化给我国的轻奢女装品牌提供了良好的契机和发展的沃土。

女性消费热情高涨。女性消费者数量的增加及收入水平的提高，为女性消费行业带来持续的增长动力。据调查，女装市场消费者中25-29岁女性占比最高，达到28%；30-34岁女性占21%。这两个年龄层的女性是消费群体中购买单件服装价值最高的群体，其消费观和审美观已相对成熟，对设计、风格的要求比较高，对轻奢女装的需求尤为旺盛。未来伴随着这一年龄层次女性人口的增长，轻奢女装的市场有望进一步扩大。

图：2010-2017年女性人口数量及占比提升

数据来源：公开数据整理

图：人均女装消费逐渐提高 数据来源：公开数据整理

轻奢增长势头强劲。在消费升级的大背景下，现有的快消时尚女装无法满足人们对于品质与设计的双重要求，奢侈女装价格高昂缺乏性价比，以轻奢为代表的中高端女装强势崛起。2016年中国消费者奢侈品（包括重奢和轻奢）购买额为6400亿人民币，占全球奢侈品消费的32%。麦肯锡预计中国奢侈品消费将以每年8%-10%的速度增长，到2025年金额达到14000亿元，占全球整体的44%。未来五年中国轻奢行业产品销售增速可达11%-13%，增速超过重奢消费，2025年轻奢销售将达到6200亿，占中国奢侈品消费的45.7%，发展空间较大。整体轻奢领域的两位数增长，将带动细分板块包括轻奢女装的持续向好。

图：法国女装市场轻奢表现 数据来源：公开数据整理

图：美国女装市场轻奢表现 数据来源：公开数据整理

轻奢女装成为欧美女装市场的主要增长来源。在轻奢板块的迅猛增长中，轻奢女装的表现尤其引人注目。麦肯锡数据显示，2003-2011年法国市场，重奢、轻奢和其他（包括大众、评价和折扣等）品类女装年复合增长率分别为+3.6%，+9.3%和-0.9%。2011-2017年轻奢女装同样保持年均4%的高复合增长率。轻奢已经成为法国女装市场的主要增长驱动。美国女装市场中轻奢表现不俗。2011年至2017年，美国女装市场整体增幅仅为1.7%，其中轻奢年均复合增长率为6.0%，增长率为奢侈品的4倍，是其他品类服装的6倍。轻奢市场份额不断扩大，2017年美国轻奢市场规模将近149亿美元。轻奢女装市场的强势增长在欧美得到了有力验证，已经成为欧美女装的一大亮点。（ww）

观研天下发布的《2019年中国轻奢女装行业分析报告-市场运营态势与投资商机研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。 【报告大纲】第一章 2016-2018年中国轻奢女装行业发展概述第一节轻奢女装行业发展情况概述一、轻奢女装行业相关定义二、轻奢女装行业基本情况介绍三、轻奢女装行业发展特点分析第二节中国轻奢女装行业上下游产业链分析一、产业链模型原理介绍二、轻奢女装行业产业链条分析三、中国轻奢女装行业产业链环节分析1、上游产业2、下游产业第三节 中国轻奢女装行业生命周期分析一、轻奢女装行业生命周期理论概述二、轻奢女装行业所属的生命周期分析第四节 轻奢女装行业经济指标分析一、轻奢女装行业的赢利性分析二、轻奢女装行业的经济周期分析三、轻奢女装行业附加值的提升空间分析第五节 国中轻奢女装行业进入壁垒分析一、轻奢女装行业资金壁垒分析二、轻奢女装行业技术壁垒分析三、轻奢女装行业人才壁垒分析四、轻

奢女装行业品牌壁垒分析五、轻奢女装行业其他壁垒分析第二章2016-2018年全球轻奢女装行业市场发展现状分析第一节 全球轻奢女装行业发展历程回顾第二节全球轻奢女装行业市场区域分布情况第三节 亚洲轻奢女装行业地区市场分析一、亚洲轻奢女装行业市场现状分析二、亚洲轻奢女装行业市场规模与市场需求分析三、亚洲轻奢女装行业市场前景分析第四节 北美轻奢女装行业地区市场分析一、北美轻奢女装行业市场现状分析二、北美轻奢女装行业市场规模与市场需求分析三、北美轻奢女装行业市场前景分析第五节 欧盟轻奢女装行业地区市场分析一、欧盟轻奢女装行业市场现状分析二、欧盟轻奢女装行业市场规模与市场需求分析三、欧盟轻奢女装行业市场前景分析第六节2019-2025年世界轻奢女装行业分布走势预测第七节2019-2025年全球轻奢女装行业市场规模预测第三章中国轻奢女装产业发展环境分析第一节我国宏观经济环境分析一、中国GDP增长情况分析二、工业经济发展形势分析三、社会固定资产投资分析四、全社会消费品轻奢女装总额五、城乡居民收入增长分析六、居民消费价格变化分析七、对外贸易发展形势分析 第二节中国轻奢女装行业政策环境分析一、行业监管体制现状二、行业主要政策法规第三节中国轻奢女装产业社会环境发展分析一、人口环境分析二、教育环境分析三、文化环境分析四、生态环境分析五、消费观念分析第四章 中国轻奢女装行业运行情况第一节 中国轻奢女装行业发展状况情况介绍一、行业发展历程回顾二、行业创新情况分析三、行业发展特点分析第二节 中国轻奢女装行业市场规模分析第三节 中国轻奢女装行业供应情况分析第四节 中国轻奢女装行业需求情况分析第五节 中国轻奢女装行业供需平衡分析第六节 中国轻奢女装行业发展趋势分析第五章 中国轻奢女装所属行业运行数据监测第一节 中国轻奢女装所属行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、行业资产规模分析第二节 中国轻奢女装所属行业产销与费用分析一、流动资产二、销售收入分析三、负债分析四、利润规模分析五、产值分析第三节 中国轻奢女装所属行业财务指标分析一、行业盈利能力分析二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析第六章 2016-2018年中国轻奢女装市场格局分析第一节 中国轻奢女装行业竞争现状分析一、中国轻奢女装行业竞争情况分析二、中国轻奢女装行业主要品牌分析第二节中国轻奢女装行业集中度分析一、中国轻奢女装行业市场集中度分析二、中国轻奢女装行业企业集中度分析第三节 中国轻奢女装行业存在的问题第四节 中国轻奢女装行业解决问题的策略分析第五节 中国轻奢女装行业竞争力分析一、生产要素 二、需求条件三、支援与相关产业四、企业战略、结构与竞争状态五、政府的作用第七章2016-2018年中国轻奢女装行业需求特点与动态分析第一节 中国轻奢女装行业消费市场动态情况第二节 中国轻奢女装行业消费市场特点分析一、需求偏好二、价格偏好三、品牌偏好四、其他偏好第三节 轻奢女装行业成本分析第四节 轻奢女装行业价格影响因素分析一、供需因素二、成本因素三、渠道因素四、其他因素第五节 中国轻奢女装行业价格现状分析第六节中国轻奢女装行业平均价格走势预测一、中国轻奢女装行业价格影响因素二、中国轻奢女装行业平均价格走势预测三、中国轻奢女装行业平均价格增速预测第八章2016-2018年中国轻奢女装行业区域市场现状分析第一节 中国轻奢女装行业区域市场规模分布第二节 中国华东地轻奢女装市场分析一

、华东地区概述二、华东地区经济环境分析三、华东地区轻奢女装市场规模分析四、华东地区轻奢女装市场规模预测第三节 华中地区市场分析一、华中地区概述二、华中地区经济环境分析三、华中地区轻奢女装市场规模分析四、华中地区轻奢女装市场规模预测第四节 华南地区市场分析一、华南地区概述二、华南地区经济环境分析三、华南地区轻奢女装市场规模分析第九章 2016-2018年中国轻奢女装行业竞争情况第一节 中国轻奢女装行业竞争结构分析（波特五力模型）一、现有企业间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力第二节 中国轻奢女装行业SWOT分析一、行业优势分析二、行业劣势分析三、行业机会分析四、行业威胁分析第三节 中国轻奢女装行业竞争环境分析（PEST）一、政策环境二、经济环境三、社会环境四、技术环境第十章 轻奢女装行业企业分析（随数据更新有调整）第一节 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况1、主要经济指标情况2、企业盈利能力分析3、企业偿债能力分析4、企业运营能力分析5、企业成长能力分析四、公司优劣势分析第二节 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况四、公司优劣势分析第三节 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况 四、公司优劣势分析第四节 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况 四、公司优劣势分析第五节 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况 四、公司优劣势分析第十一章 2019-2025年中国轻奢女装行业发展前景分析与预测第一节 中国轻奢女装行业未来发展前景分析一、轻奢女装行业国内投资环境分析二、中国轻奢女装行业市场机会分析三、中国轻奢女装行业投资增速预测第二节 中国轻奢女装行业未来发展趋势预测第三节 中国轻奢女装行业市场发展预测一、中国轻奢女装行业市场规模预测二、中国轻奢女装行业市场规模增速预测三、中国轻奢女装行业产值规模预测四、中国轻奢女装行业产值增速预测五、中国轻奢女装行业供需情况预测第四节 中国轻奢女装行业盈利走势预测一、中国轻奢女装行业毛利润同比增速预测二、中国轻奢女装行业利润总额同比增速预测第十二章 2019-2025年中国轻奢女装行业投资风险与营销分析第一节 轻奢女装行业投资风险分析一、轻奢女装行业政策风险分析二、轻奢女装行业技术风险分析三、轻奢女装行业竞争风险分析四、轻奢女装行业其他风险分析第二节 轻奢女装行业企业经营发展分析及建议一、轻奢女装行业经营模式二、轻奢女装行业销售模式三、轻奢女装行业创新方向第三节 轻奢女装行业应对策略一、把握国家投资的契机二、竞争性战略联盟的实施三、企业自身应对策略第十三章 2019-2025年中国轻奢女装行业发展策略及投资建议第一节 中国轻奢女装行业品牌战略分析一、轻奢女装企业品牌的重要性二、轻奢女装企业实施品牌战略的意义三、轻奢女装企业品牌的现状分析四、轻奢女装企业的品牌战略五、轻奢女装品牌战略管理的策略第二节 中国轻奢女装行业市场的重点客户战略实施一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、对重点客户的营销策略四、强化重点客户的管理五、实施重点客户战略要重点解决的问题第三节 中国轻奢女装行业战略综合规划分析一、战略综合规划二、技术开发战略三、业务组合战略四、区域战略规划五、产业战略规划六、营销品牌战略七、竞争战略规划第十四章 2019-2025年中国轻奢女装行业发展策略及投资建议第一节 中国轻奢女装行业产品策略分析一、服务产品开发策略二、市场细分策

略三、目标市场的选择第二节 中国轻奢女装行业定价策略分析第三节中国轻奢女装行业营销渠道策略一、轻奢女装行业渠道选择策略二、轻奢女装行业营销策略第四节中国轻奢女装行业价格策略第五节 观研天下行业分析师投资建议一、中国轻奢女装行业重点投资区域分析二、中国轻奢女装行业重点投资产品分析图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/381698381698.html>