

2018年中国服饰零售行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国服饰零售行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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/fushi/341923341923.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

服饰零售回暖叠加互联网巨头布局催化，板块引关注 行业表现上，我们认为宏观的边际变化有利于整体可选消费。2017年服饰零售已现改善趋势（50/200家销售额分别同增4.4%/5.4%，同比提速4.2/6.6PCTs），2018年整体预期向好，春节黄金周期间，根据数据，全国零售和餐饮企业实现销售额约9260亿元，同增10.2%。

此外，随着互联网巨头涉足服装行业的进行新零售产业布局，有望催化服装板块。新零售趋势的出现主要源于线上流量红利走弱，线上流量直接变现遭遇瓶颈。因此，互联网巨头选择将其线上流量与线下渠道、平台结合，打通线上线下渠道进而实现流量转化。海澜之家成为第一个被资本拥抱的幸运儿，然而腾讯战略投资海澜之家仅是AT在品牌服饰行业跑马圈地的一个开始，我们可以发现，国内品牌服饰的发展历程与渠道特征决定了，未来板块内或可期待服饰品牌与产业资本的更多合作。

服饰品牌本身拥有可以直接触及消费者且具备零售能力的终端渠道。很多服饰品牌的分销体系是封闭排他的（尤其是街边店铺的分销网络），而在集约化分销网络（如零售行业的家电连锁、百货、超市）已经实现了整合和效率提升之后，零散化的分销体系代表着触及消费者的另一个通道。对于互联网巨头而言，布局在三四线城市渗透率高、且对渠道掌控力极强的本土服饰品牌，是拓展新零售战略版图的重要一步。

资料来源：公开资料整理

龙头企业份额有望提升，进入新的开店周期 2012-2015年，服装行业处于调整周期，调整过后龙头企业优势突出。一方面，服装产业链的投资回报显著下降（几年前加盟商净利率15%-20%，现在达到10%已是不错）。在此背景下，要么具备高效运作规模化企业（快时尚的大众品牌、或多品牌的时尚集团），可以获得显著的规模化优势；要么是具备鲜明风格或极高品牌附加值的公司（潮牌或奢侈品品牌）可以获得较厚的品牌溢价。

另一方面，近两年动态的产业运行变化亦会推动上述龙头份额提升的趋势：供给侧改革和环保趋严的趋势下供应链门槛提升，小品牌生存环境愈加严峻，扩大规模的目标与供应链产能受限的现实矛盾愈加凸显，持续加速洗牌。在此过程中，龙头公司不仅对接规模更大、管理更高效、应变能力更强的优质工厂，形成长期稳定的合作；更有能力对供应链进行改革，通过快反、补单等方式提高自身应变能力。一退一进之间，龙头与非龙头的差距进一步拉大。

数据来源：公开数据整理

数据来源：公开数据整理

渠道结构性剧烈变化，2018年有望进入新一轮开店周期。目前，购物中心、电商成为快速增长的渠道，百货、街铺等规模收窄。其中购物中心是典型具备消费层级化的商业业态，引入品牌门槛鲜明，与以往街铺显著不同。而电商平台虽然崛起之时成为品牌孵化的温床，但伴随流量红利褪去、竞争格局形成，现在显然是平台与平台对话、头部崛起的形态（即便长尾市场的品牌数量惊人）。

总结2008-2016年本土鞋服品牌门店数变化，各品牌门店已精简至近3-4年低点。随着购物中心渠道的兴起，各品牌新一轮开店计划已提上日程。

资料来源：公开资料整理（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国服饰零售行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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年中国服饰零售行业发展概述

第一节 服饰零售行业发展情况概述

- 一、服饰零售行业相关定义
- 二、服饰零售行业基本情况介绍
- 三、服饰零售行业发展特点分析
- 第二节 中国服饰零售行业上下游产业链分析
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、服饰零售行业产业链条分析
 - 三、中国服饰零售行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国服饰零售行业生命周期分析
 - 一、服饰零售行业生命周期理论概述
 - 二、服饰零售行业所属的生命周期分析
- 第四节 服饰零售行业经济指标分析
 - 一、服饰零售行业的赢利性分析
 - 二、服饰零售行业的经济周期分析
 - 三、服饰零售行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国服饰零售行业进入壁垒分析
 - 一、服饰零售行业资金壁垒分析
 - 二、服饰零售行业技术壁垒分析
 - 三、服饰零售行业人才壁垒分析
 - 四、服饰零售行业品牌壁垒分析
 - 五、服饰零售行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球服饰零售行业市场发展现状分析

- 第一节 全球服饰零售行业发展历程回顾
- 第二节 全球服饰零售行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲服饰零售行业地区市场分析
 - 一、亚洲服饰零售行业市场现状分析
 - 二、亚洲服饰零售行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲服饰零售行业市场前景分析
- 第四节 北美服饰零售行业地区市场分析
 - 一、北美服饰零售行业市场现状分析
 - 二、北美服饰零售行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美服饰零售行业市场前景分析
- 第五节 欧盟服饰零售行业地区市场分析

- 一、欧盟服饰零售行业市场现状分析
- 二、欧盟服饰零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟服饰零售行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界服饰零售行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球服饰零售行业市场规模预测

第三章 中国服饰零售产业发展环境分析

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、全社会消费品服饰零售总额
- 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 中国服饰零售行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国服饰零售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 中国服饰零售行业运行情况

第一节 中国服饰零售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 中国服饰零售行业市场规模分析

第三节 中国服饰零售行业供应情况分析

第四节 中国服饰零售行业需求情况分析

第五节 中国服饰零售行业供需平衡分析

第六节 中国服饰零售行业发展趋势分析

第五章 中国服饰零售所属行业运行数据监测

第一节 中国服饰零售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 中国服饰零售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 中国服饰零售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年中国服饰零售市场格局分析

第一节 中国服饰零售行业竞争现状分析

一、中国服饰零售行业竞争情况分析

二、中国服饰零售行业主要品牌分析

第二节 中国服饰零售行业集中度分析

一、中国服饰零售行业市场集中度分析

二、中国服饰零售行业企业集中度分析

第三节 中国服饰零售行业存在的问题

第四节 中国服饰零售行业解决问题的策略分析

第五节 中国服饰零售行业竞争力分析

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年中国服饰零售行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国服饰零售行业消费特点

第二节 中国服饰零售行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 服饰零售行业成本分析

第四节 服饰零售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 中国服饰零售行业价格现状分析

第六节 中国服饰零售行业平均价格走势预测

- 一、中国服饰零售行业价格影响因素
- 二、中国服饰零售行业平均价格走势预测
- 三、中国服饰零售行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国服饰零售行业区域市场现状分析

第一节 中国服饰零售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区服饰零售市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区服饰零售市场规模分析
- 四、华东地区服饰零售市场规模预测

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、华中地区服饰零售市场规模分析
- 四、华中地区服饰零售市场规模预测

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、华南地区服饰零售市场规模分析

第九章 2016-2018年中国服饰零售行业竞争情况

第一节 中国服饰零售行业竞争结构分析（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 中国服饰零售行业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 中国服饰零售行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 服饰零售行业企业分析（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
 - 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第一节中国服饰零售行业未来发展前景分析

- 一、服饰零售行业国内投资环境分析
- 二、中国服饰零售行业市场机会分析
- 三、中国服饰零售行业投资增速预测

第二节中国服饰零售行业未来发展趋势预测

第三节中国服饰零售行业市场发展预测

- 一、中国服饰零售行业市场规模预测
- 二、中国服饰零售行业市场规模增速预测
- 三、中国服饰零售行业产值规模预测
- 四、中国服饰零售行业产值增速预测
- 五、中国服饰零售行业供需情况预测

第四节中国服饰零售行业盈利走势预测

- 一、中国服饰零售行业毛利润同比增速预测
- 二、中国服饰零售行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国服饰零售行业投资风险与营销分析

第一节 服饰零售行业投资风险分析

- 一、服饰零售行业政策风险分析
- 二、服饰零售行业技术风险分析
- 三、服饰零售行业竞争风险分析
- 四、服饰零售行业其他风险分析

第二节 服饰零售行业企业经营发展分析及建议

- 一、服饰零售行业经营模式
- 二、服饰零售行业销售模式
- 三、服饰零售行业创新方向

第三节 服饰零售行业应对策略

- 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2018-2024年中国服饰零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国服饰零售行业品牌战略分析

- 一、服饰零售企业品牌的重要性
- 二、服饰零售企业实施品牌战略的意义
- 三、服饰零售企业品牌的现状分析

四、服饰零售企业的品牌战略

五、服饰零售品牌战略管理的策略

第二节中国服饰零售行业市场重点客户战略实施

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

第三节中国服饰零售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 2018-2024年中国服饰零售行业发展策略及投资建议

第一节中国服饰零售行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节中国服饰零售行业定价策略分析

第三节中国服饰零售行业营销渠道策略

一、服饰零售行业渠道选择策略

二、服饰零售行业营销策略

第四节中国服饰零售行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国服饰零售行业重点投资区域分析

二、中国服饰零售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/fushi/341923341923.html>