

2019年中国女装市场分析报告- 产业供需现状与发展动向研究

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《2019年中国女装市场分析报告-产业供需现状与发展动向研究》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/fushi/463781463781.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

【报告大纲】

第一章 中国女装行业竞争充分度/集中度分析

1.1 女装行业发展背景

1.2 女装行业集中度分析

1.2.1 女装市场销售额

1.2.2 女装市场集中度

1.2.3 服装市场销售价格

1.3 女装行业竞争充分度分析

1.3.1 竞争结构与充分度

1.3.2 女装行业竞争充分度

(1) 女装行业竞争充分度

(2) 细分市场竞争充分度

第二章 中国女装行业竞争层次及排名情况分析

2.1 女装行业竞争层次分析

2.1.1 女装行业竞争者构成

(1) 国际女装品牌

(2) 本土女装品牌

(3) 女装电商品牌

(4) 女装生产企业

2.1.2 女装竞争者地位分析

(1) 相对领先层

(2) 挑战层

(3) 利基层

2.1.3 女装市场竞争层次

(1) 成本和价格的竞争

(2) 质量和使用价值的竞争

(3) 品牌的竞争

(4) 商业模式之间的竞争

2.2 女装行业竞争排名分析

2.2.1 行业总体竞争排名

(1) 竞争排名

- (2) 排名变化
- (3) 领先品牌份额差距
- 2.2.2 高端女装竞争排名
 - (1) 竞争排名
 - (2) 领先品牌份额差距
- 2.2.3 细分市场竞争排名
 - (1) 职业女装排名
 - (2) 时尚女装排名
 - (3) 休闲女装排名
 - (4) 运动女装排名
 - (5) 内衣市场排名
 - (6) 婚纱市场排名
 - (7) 孕妇装市场排名

第三章 中国女装行业区域派系品牌格局分析

- 3.1 女装行业主要派系类别
- 3.2 女装行业区域派系品牌
 - 3.2.1 沪派女装竞争力分析
 - (1) 沪派女装特色分析
 - (2) 沪派女装主要品牌
 - (3) 沪派女装市场竞争力
 - 3.2.2 杭派女装品牌分析
 - (1) 杭派女装特色分析
 - (2) 杭派女装主要品牌
 - (3) 杭派女装市场竞争力
 - 3.2.3 京派女装品牌分析
 - (1) 京派女装特色分析
 - (2) 京派女装主要品牌
 - (3) 京派女装市场竞争力
 - 3.2.4 汉派女装品牌分析
 - (1) 汉派女装特色分析
 - (2) 汉派女装主要品牌
 - (3) 汉派女装市场竞争力
 - 3.2.5 粤派女装品牌分析
 - (1) 粤派女装特色分析

- (2) 粤派女装主要品牌
- (3) 粤派女装市场竞争力
- 3.2.6 苏派女装品牌分析
 - (1) 苏派女装特色分析
 - (2) 苏派女装主要品牌
 - (3) 苏派女装市场竞争力
- 3.2.7 闽派女装品牌分析
 - (1) 闽派女装特色分析
 - (2) 闽派女装主要品牌
 - (3) 闽派女装市场竞争力
- 3.2.8 湘派女装品牌分析
 - (1) 湘派女装特色分析
 - (2) 湘派女装主要品牌
 - (3) 湘派女装市场竞争力

第四章 中国女装行业竞争强度分析

- 4.1 波特五力模型概述
 - 4.1.1 波特五力模型简介
 - 4.1.2 波特五力模型构成
 - 4.1.3 波特五力模型评价
- 4.2 女装行业五力模型分析
 - 4.2.1 现有企业之间的竞争
 - 4.2.2 行业潜在进入者威胁
 - (1) 影响企业进入的因素
 - (2) 潜在进入者威胁评价
 - 4.2.3 上游供应商议价能力
 - 4.2.4 下游客户议价能力
 - 4.2.5 行业替代品威胁
- 4.3 女装行业竞争强度评述
 - 4.3.1 女装行业总体竞争情况
 - 4.3.2 女装行业竞争特征及应对策略

第五章 中国高端女装发展路径研究

- 5.1 高端女装行业特点
 - 5.1.1 时尚变化较小，行业龙头公司在特定产品或风格方面具备较强优势

5.1.2 多品牌集团化运作是高端女装公司发展的必经之路

5.2 国际领先高端女装企业案例分析

5.2.1 MaxMara 集团案例分析

- (1) MaxMara是全球知名的高级女装集团
- (2) 公司主品牌重视产品本身，专注经典服饰
- (3) 通过不断拓展不同系列和品牌得以发展壮大

5.2.2 Ann Taylor 公司案例分析

- (1) 定位职业女装细分市场，打造“美国第一行政品牌”
- (2) 推出定位稍低的品牌，获取公司的持续增长

5.3 国内高端女装领先企业分析

第六章 中国女装行业竞争趋势及策略

6.1 女装行业竞争趋势预判

6.1.1 市场细化，竞争加剧

6.1.2 竞争日趋国际化

6.1.3 竞争手段多样化

6.1.4 转战二三线城市

6.1.5 电商加剧市场竞争

6.1.6 建立快速反应的运营体系

6.2 女装行业竞争战略分析

6.2.1 成本领先战略

- (1) 战略主要特点
- (2) 战略个案研究
- (3) 战略收益风险
- (4) 战略实现路径

6.2.2 差异化战略

- (1) 战略主要特点
- (2) 战略个案研究
- (3) 战略收益风险
- (4) 战略实现路径

6.2.3 专一化战略

- (1) 战略主要特点
- (2) 战略个案研究
- (3) 战略收益风险
- (4) 战略实现路径

6.3 女装企业竞争策略构建

6.3.1 产品策略分析

- (1) 女装产品市场定位
- (2) 女装产品组合策略
- (3) 女装新品研发策略

6.3.2 品牌策略分析

- (1) 品牌女装的构建
- (2) 女装品牌营销策略
- (3) 女装品牌扩张与拓展方式
- (4) 女装多品牌战略实施策略
- (5) 女装品牌竞争力提升对策

6.3.3 价格策略分析

- (1) 影响女装定价因素
- (2) 女装企业定价管理
- (3) 女装定价主要方法
- (4) 女装定价策略研究

6.3.4 渠道策略分析

- (1) 女装销售渠道之争
- (2) 销售渠道之争
- (3) 女装传统渠道策略
- (4) 新兴网销渠道策略

6.3.5 促销策略分析

- (1) 女装企业促销类型
- (2) 促销组合及影响因素
- (3) 女装促销策略技巧

6.4 不同地位企业竞争策略选择

6.4.1 领导者竞争策略

6.4.2 挑战者竞争策略

6.4.3 追随者竞争策略

6.4.4 补缺者竞争策略

第七章 国际女装企业在华竞争情况分析

7.1 国际女装一线品牌企业经营情况分析

7.1.1 法国香奈儿 (CHANEL)

- (1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.2 意大利阿玛尼 (Armani)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.3 意大利普拉达 (Prada)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.4 法国迪奥 (Dior)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.5 意大利古驰 (Gucci)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.6 美国 (Calvin Klein)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.7 意大利范思哲 (Versace)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.8 法国爱马仕 (Hermès)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

(6) 企业最新发展动向

7.1.9 英国博柏利 (BURBERRY)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.10 法国路易威登 (Louis Vuitton)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.11 法国纪梵希 (Givenchy)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.12 美国唐娜凯伦 (Donna Karan)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2 国际女装二、三线品牌企业经营情况分析

7.2.1 丹麦绫致 (Bestseller) 集团

7.2.2 思捷环球控股有限公司

7.2.3 韩国衣恋集团

7.2.4 法国艾格 (Etam) 集团公司

7.2.5 宝姿国际服饰集团 (香港) 有限公司

7.2.6 台湾哥弟服饰股份有限公司

7.2.7 赫基国际 (香港) 集团

7.2.8 慕诗国际集团有限公司

7.2.9 法国GUESS

7.2.10 韩国百家好 (Basic House)

7.2.11 法国ELLE

7.2.12 美国李维斯 (Levi's)

7.2.13 佐丹奴国际有限公司

7.3 国际女装平民时尚品牌企业经营情况分析

7.3.1 西班牙Inditex集团

7.3.2 瑞典H&M公司

7.3.3 美国GAP公司

7.3.4 荷兰C&A公司

7.3.5 日本迅销集团 (UNIQLO)

第八章 国内领先女装企业经营情况分析

8.1 国内女装企业发展概况分析

8.1.1 营收均获增长，仅拉夏贝尔净利下降

8.1.2 四家女装企业扭转下滑趋势

8.1.3 拉夏贝尔营收、净利润均为第一

8.2 时尚女装领先企业经营情况分析

8.2.1 浙江雅莹服装有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.2 上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.3 广州市例外服饰有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.4 深圳市凯莱服装有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.5 珠海威丝曼服饰股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.6 凯撒(中国)文化股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.7 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.8 广东都市丽人实业有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.9 安莉芳控股有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.10 日播时尚集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.3 职业女装领先企业经营情况分析

8.3.1 深圳玛丝菲尔时装股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.3.2 朗姿股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.3.3 北京白领时装有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.3.4 浙江丽凯服饰有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.3.5 深圳市天尚服装有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

第九章 女装行业发展趋势分析与预测

9.1 中国女装产销情况的趋势预测

9.1.1 中国女装市场的发展趋势

(1) 大众时尚休闲服装市场继续保持稳定增长

(2) 服装快消品化将成为大众服装消费趋势

(3) 二、三线城市大众时尚休闲服装市场将快速发展

(4) 零售业态变迁带来新机遇与新挑战

(5) O2O打造全渠道零售引领服装销售新趋势

9.1.2 中国女装行业的发展前景预测

9.2 女装行业投资特性分析

9.2.1 女装行业进入壁垒分析

(1) 品牌壁垒

- (2) 营销网络壁垒
- (3) 研发设计能力壁垒
- (4) 管理能力壁垒
- (5) 产品供应链壁垒
- 9.2.2 女装行业盈利因素分析
 - (1) 广阔的市场需求
 - (2) 技术创新能力
- 9.3 女装行业投资兼并重组分析
 - 9.3.1 女装行业投融资发展现状
 - 9.3.2 女装行业兼并重组案例
 - (1) 安正时尚：弥补品类缺失是公司投资主要方向
 - (2) 歌力思：继续并购高端到轻奢定位品牌
 - (3) 珂莱蒂尔：寻求扩大品牌组合的并购机会
 - (4) 朗姿股份：继续推行多元化并购方式
 - (5) 维格娜丝：通过并购拓宽目标市场
 - (6) 拉夏贝尔：计划以投资并购进军海外市场
 - (7) 维格娜丝：收购Teenie Weenie发挥协同效应
 - (8) 复星国际：入股都市丽人，资金用于分销渠道改革等
 - (9) 星期六：收购OnlyLady和Kimiss，打造时尚IP生态圈
 - 9.3.3 女装行业投资兼并趋势
 - (1) 并购主体预测
 - (2) 并购方式预测
 - 9.3.4 并购的机遇与挑战
 - (1) 并购面临的机遇
 - (2) 并购面临的挑战
 - 9.3.5 并购的风险与对策
- 9.4 中国女装行业投资风险分析
 - 9.4.1 宏观经济下行风险
 - 9.4.2 市场恶性竞争加剧
 - 9.4.3 产品的同质化竞争
 - 9.4.4 知识产权保护滞后
 - 9.4.5 存货容易滞销
- 9.5 中国女装行业投资建议

图表1：2016-2019年全国重点大型零售企业服装零售额同比增速（单位：%）

图表2：2016-2019年全国重点大型零售企业服装零售量同比增速（单位：%）

图表3：2016-2019年我国女装行业市场规模及同比增速（单位：亿元，%）

图表4：2016-2019年女装市场排名前十的品牌集中度（单位：%）

图表5：2016-2019年全国商品零售价格分类指数(服装类)走向（单位：2019年第1期=100）

图表6：高端女装市场品牌及价格分类

图表7：2019年国际女装十大品牌排行榜

图表8：2019年中国女装十大品牌排行榜

图表9：中国主要本土女装品牌

图表10：2019年天猫女装品牌销售额排行榜TOP20（单位：亿元，万件，%）

图表11：2019年天猫双十一女装品牌销售额排名

图表12：中国女装生产企业构成情况

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国女装市场分析报告-产业供需现状与发展动向研究》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。

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家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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/463781463781.html>