

2019年中国品牌女装行业分析报告- 产业竞争格局与未来动向研究

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年中国品牌女装行业分析报告-产业竞争格局与未来动向研究》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/fuzhuang/424579424579.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

国际上品牌女装市场已有超过百年历史，而中国女装品牌经营之路则是从上世纪八十年代末、九十年代初才开始。20世纪90年代初期，我国服装开始走上品牌化道路。当时，随着改革开放的进行，国门逐渐打开，西方各种各样的服装品牌也不断进驻中国，由于当时国内服装企业对品牌概念还不够重视，国内的高档服装市场几乎被国外的品牌所占领。国内的服装企业看到这种状况，于是也纷纷效仿，迅速加入了品牌服装的行列，形成了国内女装企业快速发展的良好局面。

中国品牌女装市场正如中国经济一样，虽然起步较晚，但发展速度非常迅速。在多年里，经历了休闲服-高端女装-少女少淑-快时尚-网络服装品牌的相继出现和发展。高端女装品牌出现于1990年以后，虽然历经近30年的发展，发展速度也较快，但由于高端女装的发展特点，目前仍然是一个大市场、小品牌的格局，品牌效应远没有男装那么显著。

我国女装行业品牌发展历程 资料来源：互联网

国内女装市场竞争激烈，行业内品牌分散度高，国产女装品牌与国外品牌相比不占优势。根据价格层级女装具体又可以划分为：奢侈品牌、国外轻奢品牌、国内高端品牌、国际快时尚品牌、国内大众服饰品牌，我国国内女装品牌尤其是上市公司品牌集中在“高端女装”部分，位于女装品牌“金字塔”的中间位置，其上端有国际轻奢品牌，下方有快时尚品牌的追赶，女装时尚度要求高的特点使行业内竞争更为激烈。

我国女装行业的品牌 资料来源：互联网

纵观女装行业的格局变化，自2008年以来，韩国时尚集团品牌VeroModa、Only在我国市场地位稳固，市场占有率增速放缓；国产品牌拉夏贝尔的市场占有率增速较快，且逐渐赶超前者。自2011年以来，三大快时尚品牌Uniqlo、H&M以及Zara在中国迅速扩张：2011年Uniqlo、H&M以及Zara在中国的门店数量为113、82、101，2018年三大快时尚品牌在中国的门店数量分别达到了673、530、192，短短几年时间，Uniqlo、H&M在中国渠道数量增长了近5倍。同时，近几年我国国民在境外奢侈品和轻奢品牌的消费热情也比较高，很大程度上分流了国内的消费。目前中国消费者对全球奢侈品的贡献率已经超过三分之一，预计到2020年将会达到36%；具体到国内、国外消费场景，国内消费奢侈品与境外消费比例约1：3，境外仍是最重要的额消费场景。未来，面对快时尚和奢侈品牌双重夹击，我国国产女装品牌发展仍面临巨大的压力。（JPTC）

2017年我国女装TOP 12市占率 数据来源：商务委

【报告大纲】

第一部分 产业环境透视

第一章 品牌女装行业发展综述

第一节 品牌女装行业定义及分类

- 一、行业定义
- 二、行业主要产品分类
- 三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 品牌女装行业统计标准

- 一、统计部门和统计口径
- 二、行业主要统计方法介绍
- 三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 品牌女装行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性
- 四、行业产业链上游相关行业调研
- 五、行业下游产业链相关行业调研

第二章 品牌女装行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 品牌女装行业政治法律环境（P）

- 一、行业政策发展分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、品牌女装行业标准
- 四、行业相关发展规划
 - 1、品牌女装行业国家发展规划
 - 2、品牌女装十三五发展形势
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
 - 1、国际宏观经济形势分析
 - 2、国内宏观经济形势分析
 - 3、产业宏观经济环境分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

- 一、品牌女装产业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、中国城镇化率
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、品牌女装产业发展对社会发展的影响
- 第四节 行业技术环境分析（T）
- 一、品牌女装技术分析
- 二、品牌女装技术发展水平
- 1、我国品牌女装行业技术水平所处阶段
- 2、与国外品牌女装行业的技术差距
- 三、2015-2018年品牌女装技术发展分析
- 四、行业主要技术发展趋势
- 五、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国品牌女装行业运行现状分析

第一节 我国品牌女装行业发展状况分析

- 一、我国品牌女装行业发展阶段
- 二、我国品牌女装行业发展总体概况
- 三、我国品牌女装行业发展特点分析
- 四、我国品牌女装行业商业模式分析

第二节 2015-2018年品牌女装行业发展现状

- 一、2015-2018年我国品牌女装行业市场规模
- 二、2015-2018年我国品牌女装行业发展分析
- 三、2015-2018年中国品牌女装企业发展分析

第三节 2015-2018年品牌女装市场情况分析

- 一、2015-2018年中国品牌女装市场总体概况
- 二、2015-2018年中国品牌女装产品市场发展分析

第四节 我国品牌女装市场价格走势分析

- 一、品牌女装市场定价机制组成
- 二、品牌女装市场价格影响因素
- 三、2015-2018年品牌女装产品价格走势分析
- 四、2019-2025年品牌女装产品价格走势预测

第四章 我国品牌女装行业整体运行指标分析

第一节 2015-2018年中国品牌女装行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2015-2018年中国品牌女装行业产销情况分析

- 一、我国品牌女装行业工业总产值
- 二、我国品牌女装行业工业销售产值
- 三、我国品牌女装行业产销率

第三节 2015-2018年中国品牌女装行业财务指标总体分析

- 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

第三部分 市场供需分析调研

第五章 品牌女装行业产业结构分析

第一节 品牌女装产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业分析
- 三、各细分市场按品牌市场定位划分
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的关联度分析

第三节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国品牌女装行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第六章 中国女装行业区域派系品牌格局分析

第一节 女装行业主要派系类别

第二节 女装行业区域派系品牌

一、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

二、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

三、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

四、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

五、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

六、台湾女装品牌分析

1、台湾女装特色分析

2、台湾女装主要品牌

七、国外女装品牌分析

1、国外女装特色分析

2、国外女装主要品牌

第四部分 竞争格局分析

第七章 中国品牌女装行业竞争层次及排名情况分析

第一节 品牌女装行业竞争层次分析

一、品牌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

二、品牌女装竞争者地位分析

三、品牌女装市场竞争层次

第二节 品牌女装行业竞争排名分析

- 一、行业总体竞争排名
- 二、高端女装竞争排名
- 三、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、户外女装排名
 - 5、内衣市场排名
 - 6、婚纱市场排名
 - 7、孕妇装市场排名

第八章 品牌女装行业领先企业经营形势分析

第一节 地素时尚股份有限公司

- 一、公司发展简介
- 二、公司品牌与业务
- 三、公司市场定位
- 四、公司主营业务
- 五、公司跨界合作
- 六、公司经营情况分析

第二节 广州爱帛服饰有限公司

- 一、公司发展简介
- 二、公司品牌与业务
- 三、公司市场定位
- 四、公司品牌印象

第三节 浙江印象实业股份有限公司

- 一、公司发展简介
- 二、公司品牌与业务
- 三、公司市场定位
- 四、公司销售模式
- 五、公司设计研发实力
- 六、公司经营情况分析

第四节 北京吉芬时装设计有限公司

- 一、公司发展简介
- 二、公司品牌与业务
- 三、公司市场定位

四、公司销售模式

五、公司设计研发实力

六、公司经营情况分析

第五节 湖北佐尔美服饰有限公司

一、公司发展简介

二、公司品牌与业务

三、公司品牌战略

四、公司经营情况分析

第六节 武汉太和控股股份有限公司

一、公司发展简介

二、公司销售模式

三、公司经营情况分析

第七节 深圳市叶子服装实业有限公司

一、公司发展简介

二、公司品牌与业务

三、公司品牌故事

四、公司经营情况分析

第八节 深圳影儿时尚集团有限公司

一、公司发展简介

二、公司品牌与业务

三、公司发展历程

四、公司经营情况分析

第九节 上海斯尔丽服饰有限公司

一、公司发展简介

二、公司品牌与业务

三、公司战略分析

四、公司销售模式

五、公司设计研发实力

六、公司经营情况分析

第十节 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司

一、公司发展简介

二、公司品牌与业务

三、公司经营情况分析

第五部分 趋势预测展望

第九章 2019-2025年品牌女装行业前景及趋势预测

第一节 2019-2025年品牌女装市场趋势预测

- 一、2019-2025年品牌女装市场发展潜力
- 二、2019-2025年品牌女装市场趋势预测展望
- 三、2019-2025年品牌女装细分行业趋势预测分析

第二节 2019-2025年品牌女装市场发展趋势预测

- 一、2019-2025年品牌女装行业发展趋势
- 二、2019-2025年品牌女装市场规模预测
- 三、2019-2025年品牌女装行业应用趋势预测

第三节 2019-2025年中国品牌女装行业供需预测

- 一、2019-2025年中国品牌女装行业供给预测
- 二、2019-2025年中国品牌女装行业产值预测
- 三、2019-2025年中国品牌女装市场销售预测
- 四、2019-2025年中国品牌女装行业需求预测
- 五、2019-2025年中国品牌女装行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展

第十章 中国品牌女装行业并购整合趋势分析

第一节 行业并购整合环境

第二节 行业并购整合情况

- 一、行业并购总体情况
- 二、行业不同并购类型
 - 1、国内并购
 - 2、海外并购
- 三、PE/VC投资情况
- 四、行业并购经典案例

第三节 行业并购整合特征

- 一、行业并购整合内容
 - 1、战略整合
 - 2、业务活动整合

3、管理活动整合

4、组织机构整合

5、人力资源整合

二、并购整合型企业文化融合重要性

第四节 行业并购整合趋势

一、并购的机遇与挑战

1、并购面临的机遇

2、并购面临的挑战

二、并购整合趋势分析

三、并购的风险与对策

第十一章 2019-2025年品牌女装行业投资机会与风险防范

第一节 品牌女装行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、品牌女装产业投资经历的阶段

第二节 2019-2025年品牌女装行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、品牌女装行业投资机遇

第三节 2019-2025年品牌女装行业投资前景

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、技术风险分析

第四节 中国品牌女装行业投资建议

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

第六部分 投资前景研究

第十二章 2019-2025年品牌女装行业面临的困境及对策

第一节 2018年品牌女装行业面临的困境

第二节 品牌女装企业面临的困境及对策

一、重点品牌女装企业面临的困境及对策

1、重点品牌女装企业面临的困境

2、重点品牌女装企业对策探讨

二、中小品牌女装企业发展困境及策略分析

1、中小品牌女装企业面临的困境

2、中小品牌女装企业对策探讨

第三节 中国品牌女装行业存在的问题及对策

一、品牌女装行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

二、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第十三章 中国品牌女装行业竞争趋势及策略

第一节 品牌女装行业竞争趋势预判

一、市场细化，竞争加剧

二、竞争日趋国际化

三、竞争手段多样化

四、转战二三线城市

五、电商加剧市场竞争

第二节 品牌女装行业竞争战略分析

一、成本领先战略

1、战略主要特点

2、战略基本思想

3、战略收益风险

4、战略目标层次

二、差异化战略

1、战略主要特点

2、战略主要类型

3、战略收益风险

4、战略实现路径

三、专一化战略

- 1、战略主要特点
- 2、战略优势分析
- 3、战略收益风险
- 4、战略实现路径

第三节 品牌女装企业竞争策略构建

一、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

二、品牌策略分析

- 1、品牌策略的含义
- 2、女装品牌营销优点
- 3、女装品牌定位

三、价格策略分析

- 1、影响女装定价因素
- 2、女装企业竞争性调价
- 3、女装定价主要方法

四、渠道策略分析

- 1、女装销售渠道含义
- 2、销售渠道选择

五、促销策略分析

- 1、女装企业促销含义
- 2、促销策略分类
- 3、女装促销方法

第四节 不同地位企业竞争策略选择

- 一、领导者竞争策略
- 二、挑战者竞争策略
- 三、追随者竞争策略
- 四、补缺者竞争策略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 专家建议

第二节 女装行业发展建议

- 一、行业投资策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：品牌女装产业链结构

图表：2018年服装执行标准与安全技术要求

图表：2018年年末人口数及其构成

图表：2015-2018年城镇新增就业人数

图表：2015-2018年全员劳动生产率

图表：2015-2018年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2018年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：2015-2018年中国城镇化率变化图

图表：设计师品牌的商业周期

图表：品牌培育期的各个阶段

图表：2015-2018年中国品牌女装行业市场规模

图表：2015-2018年中国品牌女装行业企业数量情况

图表详见报告正文……（GY YX）

【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年中国品牌女装行业分析报告-产业竞争格局与未来动向研究》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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/424579424579.html>