

2019年中国高端女装行业分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

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年中国高端女装行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/391873391873.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

女装行业是中国服装产业的重要组成部分，其发展对我国服装业的整体发展有着举足轻重的作用。作为服装行业的重要子行业，女装行业经过多年发展，已经形成一定的规模并跨入成熟期。

2016 年女装行业的终端零售规模分别为8,728.14 亿元，是同期童装、男装、鞋类及运动休闲行业终端零售规模的6.02 倍、1.70 倍、2.42 倍和4.68 倍。从行业增长预期来看，2017 年至2021 年女装行业年复合增速为4.22%，增速虽低于处于快速成长期的运动休闲、鞋类及童装子行业，但受益于较大的市场规模，女装子行业仍以413.26 亿元的年均零售额增量处于绝对领先水平。

服装行业分类型终端零售规模情况 数据来源：商务部

女装行业的消费客户群体不同、细分市场多，决定了女装市场集中度较低的特性。整个市场大致可以分为奢侈高端、中高端、大众中端、中低端四个档次。这四个市场中，在目标客户群体、产品特征和供应渠道分布上均呈现显著的差异化。其中，奢侈高端市场主要为国外品牌所占据，部分本土品牌定位高端错位竞争；大众中端层面，本土品牌与国外品牌激烈竞争；中低端层面，主要是本土品牌与极个别国外品牌。

高端女装行业2017年以来持续复苏。从收入端来看，2014年起高端女装行业上市公司营收增长乏力，2017年开始高端女装行业营业收入开始出现改善，截至2017 年三季度，营收较去年同期增长15.5%。从利润端来看，在经历了2014年至2015年行业整体利润的下滑，2016年利润开始恢复正增长，到了2017年利润端增长持续，截至2017年三季度，高端女装行业规模净利润较去年同期增长4.1%。无论是收入端还是利润端，都显现出了复苏势头。（注：高端女装行业营业收入和净利润的计算包含维格娜丝、安正时尚和歌力思等四家公司的高端女装业务收入和净利润。）

高端女装行业营业收入及增速 数据来源：商务部

国内高端女装行业市场容量大，集中度低

据数据，我国高端女装的总体市场容量约为680亿，其中来自高端百货商场渠道的市场容量为500亿。2012-2015年，我国高端女装销售复合年增长达到33.3%，显著高于女装行业整体水平，预计高端女装市场容量占比将由2011年的12%提升至2015年的22%。虽然市场容量大，但国内高端女装企业的市场集中度总体上仍处于较低水平，据统计，2013年，全国重点大型零售企业高端女装销售前十位品牌的市场综合占有率合计为25.21%，相比201

2年略有提升，但仍低于男装、童装等其他品类服装。因此预计行业龙头企业有望凭借其在品牌、产品、供应链、销售渠道等方面的优势，业绩增长受益于行业集中度的提升。（GYT CJP）

【报告大纲】

第一章 高端女装行业概述

第一节 高端女装的基本概念

一、女装市场的分类

二、高端女装的内涵

三、高端女装技术特点

四、高端女装产品分类

（一）连衣裙

（二）职业女装

（三）时尚女装

（四）女裤

五、国际高端女装品牌

第二节 高端女装行业进入壁垒

一、服装品牌壁垒

二、销售渠道壁垒

三、设计研发壁垒

第三节 高端女装消费群体特征分析

一、高端女装消费群体概述

（一）女性消费需求特点分析

（二）高端女装消费人群界定

二、高端女装消费群体特点

（一）更注重服装设计

（二）更注重服装细节

（三）感性消费更明显

三、高端女装消费群体行为特点

四、高端女装消费行为影响因素

五、高端女装消费行为研究启示

第二章 中国高端女装行业运行环境分析

第一节 中国宏观经济发展环境分析

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

第二节高端女装行业政策环境分析

一、行业监管部门与管理体制

二、行业主要法律法规及政策

三、女装零售业相关法规政策

第三节高端女装行业社会环境分析

一、女性人口数量分析

二、女性受教育水平分析

三、中国城镇化水平分析

四、城乡居民衣着消费情况

五、中产阶级规模增长分析

第三章中国女装行业发展情况

第一节中国服务行业市场发展概况

一、中国服装行业发展概述

（一）中国服装行业发展历程

（二）中国服装行业发展特点

（三）中国服装行业运行情况

二、服装行业经营效益分析

（一）中国服装行业企业规模

（二）中国服装行业资产规模

（三）中国服装行业销售收入

（四）中国服装行业利润总额

（五）中国服装行业毛利率分析

三、服装行业生产情况分析

四、服装行业市场竞争状况

五、服装行业发展趋势分析

第二节中国女装行业现状分析

一、女装行业发展历程分析

二、中国女装行业市场概况

三、中国女装品牌发展现状

四、女装行业市场结构分析

五、女装行业市场规模分析

（一）女装市场零售额分析

（二）女士套装市场分析

（三）女士衬衫市场分析

（四）女士夹克外套分析

（五）女士连衣裙市场分析

（六）女士裤装市场分析

第三节女装行业市场发展特点

一、女装行业技术水平情况

二、女装行业品牌发展特点

三、女装品牌的市场集中度

第四章中国高端女装行业市场发展分析

第一节中国高端女装行业发展情况

一、高端女装行业发展阶段分析

二、中国高端女装行业发展现状

三、高端女装行业市场发展特征

四、高端女装行业市场规模分析

五、高端女装业发展存在的问题

第二节中国高端女装市场发展态势

一、女性服装消费高端化趋势明显

二、中国高端女装具备国际影响力

三、中国企业进军高级定制女装市场

四、高端女装销售向非省会城市扩张

第三节高端女装企业经营模式分析

一、采购模式分析

二、生产模式分析

三、销售模式分析

第五章中国高端女装市场竞争状况及策略分析

第一节中国高端女装市场竞争现状分析

一、高端女装市场竞争格局

二、高端女装市场竞争程度

三、高端女装品牌集中度低

四、高端领先品牌格局稳固

五、国内品牌竞争情况分析

第二节国内外高端女装企业竞争力对比

一、国外高端女装品牌竞争优势

二、自主高端女装品牌竞争优势

（一）具有高性价比优势

（二）产品款式丰富多样

（三）版型更适合中国人

（四）渠道空间优势明显

第三节高端女装行业竞争趋势分析

一、行业集中度逐渐提升

二、市场竞争将日趋激烈

三、竞争向内生增长转型

第六章中国高端女装行业市场营销分析

第一节高端女装品牌销售渠道分析

一、国内高端女装销售渠道

二、高端女装渠道建设特点

三、高端女装营销方式分析

四、行业销售受网购冲击小

第二节高端女装市场营销策略分析

一、多品牌发展突破渠道稀缺瓶颈

二、高端女装多品牌延伸策略分析

三、新营销模式突破高端女装瓶颈

四、高端女装品牌店视觉营销策略

五、品牌运作及精细化管理提升店效

第三节中年女性高端女装市场营销策略

一、中年高端女装需求分析

二、商场产品展示营销策略

三、中年女装文化营销策略

四、中年女装服务营销策略

第四节知名高端女装品牌营销实例

一、朗姿溢价零售模式

二、宝姿品牌运作样本

三、哥弟细分市场策略

第七章中国高端女装行业重点企业竞争力分析

第一节朗姿股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第二节宝国国际控股有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第三节慕诗国际集团有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第四节深圳歌力思服饰股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第五节深圳珂莱蒂尔控股有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第六节深圳玛丝菲尔时装股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第七节维格娜丝时装股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第八节欣贺股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第九节浙江华之毅时尚集团有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第十节上海斯尔丽服饰有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第十一节卢华（天津）服装有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第十二节北京卓欧制衣有限责任公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第十三节浙江敦奴联合实业股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第十四节深圳市赢家服饰有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第十五节广东哥弟时尚服饰研发有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第八章2018-2024中国高端女装行业发展前景与投资策略分析

第一节中国高端女装行业影响因素分析

一、影响高端女装行业发展的有利因素

二、影响高端女装行业发展的不利因素

第二节年高端女装市场发展前景分析

一、中国女装行业发展前景分析

（一）政策支持自主品牌发展

（二）居民消费支出加大需求

（三）理性竞争促进市场发展

二、高端女装行业市场前景可观

三、自主高端女装增长潜力巨大

四、成熟商务女装发展空间较大

第三节年高端女装行业投资风险分析

一、产业政策风险

二、市场竞争风险

三、潮流趋势风险

四、品牌维护风险

五、人才短缺风险

第四节年高端女装行业投资策略建议

一、重视品牌文化建设

二、提升品牌运营能力

三、稳定持续的资金支持

四、围绕市场需求研发产品

部分图表目录：

图表1女装按消费人群及着装风格细分

图表2女装市场按价格细分

图表3连衣裙的主要分类

图表4女裤的主要分类方式及类别

图表5部分国际高端女装品牌简介

图表6高端女装消费群体的分类和特点

图表7各类型高端女装消费群体占比图

图表8各类因素对不同类型高端女装消费群体行为的影响

图表详见报告正文.....（GYWZY）

【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年中国高端女装行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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统计数据，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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/391873391873.html>