

2018年中国高端女装行业市场分析报告- 行业深度调研与投资前景预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国高端女装行业市场分析报告-行业深度调研与投资前景预测》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：<https://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/339806339806.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、高端女装行业特点

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

高端女装行业相对其他的品牌服饰行业来说，其时尚变化度是比较小的。一方面从价格的角度来看，高端女装（包括奢侈品女装）产品的价格相对较高，消费频率不及服装中的快时尚品牌，使用时间也会相对较长，产品更多的是能够经得起时间考验的经典款。从客群的角度来看，高端女装定位有经济实力和消费能力的人群，这部分人群一般来说年龄层偏高，相对成熟稳重，因此着装的风格变换相对较少。正所谓“时尚易逝，风格永存”，高端女装品牌有很多经典的产品或者系列可以热卖多年，Chanel的粗花呢外套、YSL的吸烟装、Burberry的风衣等，这些服装款式每年依然以经典系列或者设计上稍有调整系列售卖。

高端女装定位的客户群体和渠道布局都相对有限，不像大众品牌具有庞大的客群基数优势，因此品牌定位尤为重要，如果没有品牌特色、风格不突出，在竞争激烈的高端女装行业将难以立足。纵观国际知名高端女装品牌，无一不是擅长于某种风格或者以某些特定产品，在此基础上做精做细，再延伸品牌版图，开拓出一片天地。

MaxMara在1981年推出了“101801”系列双排扣驼色大衣，以完美的设计、剪裁、用料、品质和款式成为时尚经典必备单品，在其后的25年中，造就了同一款大衣卖出超过13.5万件的神话。现在“101801”系列大衣仍然是MaxMara品牌的经典产品，而MaxMara也已经成为全球知名的多品牌女装集团。

Diane von Furstenberg在1974年创制了裹身裙（Wrap Dress），到1976年DVF品牌已经售出数五百万调裹身裙。时间至今日，Diane von Furstenberg的产品线已经从服饰延伸到鞋履、手袋、丝巾、眼镜、高级珠宝、行李箱、香水及家居系列，但是品牌每年仍然推出各式裹身裙。

图表：高端女装及经典产品系列

图表来源：公开资料整理

2、多品牌集团化运作是高端女装公司发展的必经之路

高端女装单一品牌天花板效应明显，并且单一品牌运营风险较大，如果公司想获得长久稳健的发展，多品牌集团化的运作是必然的选择。与奢侈品牌集团类似，世界上知名女装公司大都也是多品牌集团，这些公司往往以女装单品牌起家，在资本积累到一定阶段开始集团化运作，包括Max Mara集团、Aeffe时尚集团、Escada集团、Ann Taylor集团等。

图表：高端女装品牌集团

图表来源：公开资料整理

二、行业运行情况

1、高端女装行业盈利指标持续改善

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。）

图表：高端女装行业营业收入及增速（亿元）

图表来源：公开资料整理

图表：高端女装行业归母净利润及增速（亿元）

图表来源：公开资料整理

2、高端女装行业营运指标持续改善

从营运指标来看，高端女装行业的经营效率也在持续改善。截至2017年三季度，高端女装行业存货周转率为0.75，较去年同期提升0.09，自2016年开始同比增长，2017年三季度同比增长幅度加速。应收账款周转率（渠道库存的替代指标）为5.43，较去年同期提升0.20，同比增长由过去三年的负数转为正数，应收账款周转效率开始改善。在品牌服装各细分子行业中，高端女装行业是存货周转率和应收账款周转率均改善的子行业之一。（注：高端女装行业存货周转率和应收账款周转率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整体的存货周转率和应收账款周转率。）

图表：品牌服装各细分板块存货周转率同比变化

图表来源：公开资料整理

图表：品牌服装各细分板块应收账款周转率同比变化

图表来源：公开资料整理

3、相关公司介绍

从国际高端女装集团的发展情况来看，国际知名女装集团收入规模都是过百亿（人民币），而国内女装上市公司歌力思、安正时尚、维格娜丝等截至2017年营收规模在15-25亿元之间，对标国际公司还有巨大的成长空间。

从国际高端女装集团的发展路径来看，女装品牌走集团化发展主要有两种形式，一种是像MaxMara集团发展不同风格的集团品牌，另一种是像Ann Taylor公司同时发展高端和大众品牌，虽然发展路径不同，但是两种路径都能够做大。在国内A股高端女装行业公司中，歌力思采取的是类似MaxMara的途径，除了主品牌歌力思和线上品牌唯颂，公司先后收购了德国轻奢高档女装LAUREL、美国轻奢潮流品牌Ed Hardy、法国轻奢设计师品牌IRO和美国设计师品牌VIVIENNE TAM，安正时尚和维格娜丝采取的是类似Ann Taylor的途径，安正时尚除了定位高端女装的玖姿和尹默，还有定位中高端女装的斐娜晨和摩萨克，以及线上女装安娜蔻和高端男装安正，维格娜丝除了定位高端女装的主品牌外，还收购了中高

端休闲品牌 Teenie Weenie。

图表：国内高端女装公司及旗下品牌

图表来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国高端女装行业市场分析报告-行业深度调研与投资前景预测》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年中国高端女装行业发展概述

第一节 高端女装行业发展情况概述

一、高端女装行业相关定义

二、高端女装行业基本情况介绍

三、高端女装行业发展特点分析

第二节 中国高端女装行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、高端女装行业产业链条分析

三、中国高端女装行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国高端女装行业生命周期分析

一、高端女装行业生命周期理论概述

二、高端女装行业所属的生命周期分析

第四节 高端女装行业经济指标分析

一、高端女装行业的赢利性分析

二、高端女装行业的经济周期分析

三、高端女装行业附加值的提升空间分析

第五节 国中高端女装行业进入壁垒分析

一、高端女装行业资金壁垒分析

二、高端女装行业技术壁垒分析

三、高端女装行业人才壁垒分析

四、高端女装行业品牌壁垒分析

五、高端女装行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球高端女装行业市场发展现状分析

第一节 全球高端女装行业发展历程回顾

第二节 全球高端女装行业市场区域分布情况

第三节 亚洲高端女装行业地区市场分析

一、亚洲高端女装行业市场现状分析

二、亚洲高端女装行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲高端女装行业市场前景分析

第四节 北美高端女装行业地区市场分析

一、北美高端女装行业市场现状分析

二、北美高端女装行业市场规模与市场需求分析

三、北美高端女装行业市场前景分析

第五节 欧盟高端女装行业地区市场分析

一、欧盟高端女装行业市场现状分析

二、欧盟高端女装行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟高端女装行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界高端女装行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球高端女装行业市场规模预测

第三章 中国高端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、全社会消费品高端女装总额
- 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 中国高端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 中国高端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 中国高端女装行业运行情况

第一节 中国高端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 中国高端女装行业市场规模分析

第三节 中国高端女装行业供应情况分析

第四节 中国高端女装行业需求情况分析

第五节 中国高端女装行业供需平衡分析

第六节 中国高端女装行业发展趋势分析

第五章 中国高端女装所属行业运行数据监测

第一节 中国高端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 中国高端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 中国高端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年中国高端女装市场格局分析

第一节 中国高端女装行业竞争现状分析

一、中国高端女装行业竞争情况分析

二、中国高端女装行业主要品牌分析

第二节 中国高端女装行业集中度分析

一、中国高端女装行业市场集中度分析

二、中国高端女装行业企业集中度分析

第三节 中国高端女装行业存在的问题

第四节 中国高端女装行业解决问题的策略分析

第五节 中国高端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年中国高端女装行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国高端女装行业消费特点

第二节 中国高端女装行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 高端女装行业成本分析

第四节 高端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 中国高端女装行业价格现状分析

第六节 中国高端女装行业平均价格走势预测

一、中国高端女装行业价格影响因素

二、中国高端女装行业平均价格走势预测

三、中国高端女装行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国高端女装行业区域市场现状分析

第一节 中国高端女装行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区高端女装市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区高端女装市场规模分析

四、华东地区高端女装市场规模预测

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、华中地区高端女装市场规模分析

四、华中地区高端女装市场规模预测

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、华南地区高端女装市场规模分析

第九章 2016-2018年中国高端女装行业竞争情况

第一节 中国高端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 中国高端女装行业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 中国高端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 高端女装行业企业分析（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

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

第十一章 2018-2024年中国高端女装行业发展前景分析与预测

第一节中国高端女装行业未来发展前景分析

- 一、高端女装行业国内投资环境分析
- 二、中国高端女装行业市场机会分析
- 三、中国高端女装行业投资增速预测

第二节中国高端女装行业未来发展趋势预测

第三节中国高端女装行业市场发展预测

- 一、中国高端女装行业市场规模预测

二、中国高端女装行业市场规模增速预测

三、中国高端女装行业产值规模预测

四、中国高端女装行业产值增速预测

五、中国高端女装行业供需情况预测

第四节中国高端女装行业盈利走势预测

一、中国高端女装行业毛利润同比增速预测

二、中国高端女装行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国高端女装行业投资风险与营销分析

第一节 高端女装行业投资风险分析

一、高端女装行业政策风险分析

二、高端女装行业技术风险分析

三、高端女装行业竞争风险分析

四、高端女装行业其他风险分析

第二节 高端女装行业企业经营发展分析及建议

一、高端女装行业经营模式

二、高端女装行业销售模式

三、高端女装行业创新方向

第三节 高端女装行业应对策略

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 2018-2024年中国高端女装行业发展策略及投资建议

第一节 中国高端女装行业品牌战略分析

一、高端女装企业品牌的重要性

二、高端女装企业实施品牌战略的意义

三、高端女装企业品牌的现状分析

四、高端女装企业的品牌战略

五、高端女装品牌战略管理的策略

第二节 中国高端女装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 中国高端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 2018-2024年中国高端女装行业发展策略及投资建议

第一节中国高端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 中国高端女装行业定价策略分析

第三节中国高端女装行业营销渠道策略

一、高端女装行业渠道选择策略

二、高端女装行业营销策略

第四节中国高端女装行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国高端女装行业重点投资区域分析

二、中国高端女装行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/339806339806.html>