

2019-2025年中国女装市场深度调研分析及投资前景研究预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国女装市场深度调研分析及投资前景研究预测报告》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://www.huaon.com/detail/380134.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

女士穿着的衣物统称为女装。服饰的变迁是一部历史，是一个时代发展的缩影。它是这个时代进步、文明、兴旺发达、繁荣昌盛的象征。它在记录历史变革的同时，也映衬着一种民族的文化，传承着当地的历史文化风俗，女装更是其中不可缺少的一部分。女装品牌与款式的多元化推动了时装的发展。 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。 报告目录： 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 女装市场销售价格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）排名变化（3）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 第五章中国女装行业并购整合趋势分析5.1
行业并购整合环境5.2 行业并购整合情况5.2.1
行业并购总体情况（1）并购总金额（2）并购案件数（3）平均并购金额5.2.2
行业不同并购类型（1）国内并购（2）海外并购（3）外资并购5.2.3 PE/VC投资情况5.2.4
行业并购经典案例5.3 行业并购整合特征5.3.1 行业并购整合目的（1）实现多品牌战略（2）
）通往高端化、国际化（3）巩固、提升市场地位（4）借壳上市5.3.2
行业并购整合特征（1）资本助力（2）并购方式多样化（3）跨国并购增多5.4
行业并购整合趋势5.4.1 并购的机遇与挑战（1）并购面临的机遇（2）并购面临的挑战5.4.2
并购整合趋势分析（1）并购数量预测（2）并购主体预测（3）并购方式预测5.4.3
并购的风险与对策 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1）销售模式比较（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）公司发展历程（2）
）公司品牌与业务（3）公司发展战略研究（4）公司在华竞争分析7.1.2 意大利阿玛尼（Ar
mani）（1）公司发展历程（2）公司品牌与业务（3）公司发展战略研究（4）公司在华竞
争分析7.1.3 意大利普拉达（Prada）（1）公司发展历程（2）公司品牌与业务（3）公司发
展战略研究（4）公司在华竞争分析7.1.4 法国迪奥（Dior）（1）公司发展历程（2）公司品
牌与业务（3）公司发展战略研究（4）公司在华竞争分析7.1.5 意大利古驰（Gucci）（1）
公司发展历程（2）公司品牌与业务（3）公司发展战略研究（4）公司在华竞争分析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（1）公司发展

历程 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司发展战略研究 (4) 公司在华竞争分析

7.2.2 思捷环球控股有限公司 (1) 公司发展历程 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司发展战略研究 (4) 公司在华竞争分析

7.2.3 韩国衣恋集团 (1) 公司发展历程 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司发展战略研究 (4) 公司在华竞争分析

7.2.4 法国艾格 (Etam) 集团公司 (1) 公司发展历程 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司发展战略研究 (4) 公司在华竞争分析

7.2.5 宝姿国际服饰集团 (香港) 有限公司 (1) 公司发展历程 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司发展战略研究 (4) 公司在华竞争分析

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 (1) 公司发展历程 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司发展战略研究 (4) 公司在华竞争分析

7.3.2 瑞典H&M公司 (1) 公司发展历程 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司发展战略研究 (4) 公司在华竞争分析

7.3.3 美国GAP公司 (1) 公司发展历程 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司发展战略研究 (4) 公司在华竞争分析

7.3.4 荷兰C&A公司 (1) 公司发展历程 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司发展战略研究 (4) 公司在华竞争分析

7.3.5 日本迅销集团 (UNIQLO) (1) 公司发展历程 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司发展战略研究 (4) 公司在华竞争分析

第八章 国内领先女装企业经营情况分析

8.1 时尚女装领先企业经营情况分析

8.1.1 浙江雅莹服饰有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.1.2 上海拉夏贝尔服饰股份有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.1.3 广州市例外服饰有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.1.4 深圳市凯莱服饰有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.1.5 珠海威丝曼服饰股份有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.2 职业女装领先企业经营情况分析

8.2.1 深圳玛丝菲尔时装有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.2.2 朗姿股份有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.2.3 北京白领时装有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.2.4 北京卓欧制衣有限责任公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.2.5 浙江雪歌服饰有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.3 休闲女装领先企业经营情况分析

8.3.1 深圳市淑女屋时装股份有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.3.2 广州市今誉服饰有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.3.3 广州市格风服饰有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.3.4 东莞市以纯集团有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.3.5 南京圣迪奥时装有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.4 运动女装领先企业经营情况分析

8.4.1 李宁有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.4.2 安踏体育用品有限公司

(1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.4.3 乔丹体育股份有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.4.4 鸿星尔克体育用品有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.4.5 三六一度国际有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.5 女装电商企业经营情况分析

8.5.1 上海麦考林国际邮购有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.5.2 广东梦芭莎电子商务有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.5.3 凡客诚品(北京)科技有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司盈利模式 (4) 公司销售模式

8.5.4 山东韩都衣舍服饰有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

8.5.5 杭州黯涉电子商务有限公司 (1) 公司发展简介 (2) 公司品牌与业务 (3) 公司市场定位 (4) 公司销售模式

图表目录：图表1：2014-2018年全国重点大型零售企业女装零售额增速（单位：%）图表2：2014-2018年女装市场排名前十的品牌集中度（单位：%）图表3：2014-2018年全国重点大型零售企业女装零售价格增速（单位：%）图表4：2018年国际女装十大品牌排行榜图表5：2018年中国本土女装十大品牌排行榜图表6：2018年中国女装行业十大电商品牌排行榜图表7：2018年天猫女装销售排行（单位：件，元）更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/380134.html>