

2017-2022年中国服装零售行业市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国服装零售行业市场运行态势及投资战略研究报告》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/308077.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

中国的服装零售行业经过20多年的大步发展，整个服装零售市场已经翻天覆地的发生变化，无论是主流消费群体的改变，还是传统的零售模式的改变，都使中国服装零售业的发展呈现出新的特点。

百货商场竞争优势下降。由于历史原因，百货商场一直是中国服装零售的主要市场，长期以来作为品牌消费渠道有良好的消费基础，是高端服装销售首选的场所。目前中国一部分百货公司的服装零售模式是，把卖场的位置出租给服装厂家或个体经营者，由服装厂家或个体经营者来进行服装销售，百货公司只收取一定金额的费用或租金。这样的做法使百货公司由商家的角色变成了物业管理者，虽然经营的风险大大降低了，但百货公司也丧失了获得更多利润的机会。同时，由于这种服装零售模式，使中国的百货商场普遍存在着服装商品雷同，经营缺乏特色的弊端。在这种情况下，百货商场在与近年来新发展起来的购物中心、大型专卖店等购物场所的竞争，优势在不断下降。

SPA 模式的自有品牌连锁店快速发展。在中国，服装零售企业将这种以快速反应著称的。SPA模式注入到传统的欧洲旗舰店概念中，形成了具有中国特色的自有品牌连锁店的服装零售模式。中国有很多服装品牌都采取了这种服装零售模式，这些SPA模式的自有品牌连锁店的商品种类非常齐全，涵盖了男装、女装、童装等各类产品，产品更新速度快，产品定位时尚，受到年轻消费者的欢迎。

网络销售规模扩大，多品牌买手店铺数量增多。中国的服装电子商务已经趋向稳定发展，主要分为服装企业网上店铺、零售企业网上店铺。服装企业除了直接创办网上店铺外，还会在知名网站上开设网络旗舰店。此外，由于中国的消费者在对服装的需求上越来越追求时尚、品质、特色，多品牌买手店铺受到了认可和欢迎。

2015 年服装鞋帽、针、纺织品类社会消费品零售总额

2006-2015年中国居民服装消费价格指数（单位：%）

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1章 中国服装零售行业经营背景与现状分析

1.1 中国服装零售行业定义

1.1.1 服装零售行业的定义

1.1.2 本报告主要研究主体确定

1.1.3 本报告相关数据来源说明

1.2 中国服装零售行业经营环境分析

1.2.1 中国国民经济发展水平分析

1.2.2 中国城镇居民消费水平分析

2011-2015年中国居民消费水平情况走势

1.2.3 中国商业物业租金水平分析

1.2.4 中国劳动力成本增长态势分析

1.3 中国服装零售行业发展现状分析

1.3.1 中国服装零售行业发展现状

1.3.2 中国服装零售行业发展特点

1.3.3 中国服装零售行业存在问题

第2章 中国服装零售行业市场规模与需求分析

2.1 中国服装零售行业市场规模分析

2.1.1 中国服装零售行业销售规模分析

2.1.2 中国服装零售行业利润总额分析

2.1.3 中国服装零售行业从业人员规模分析

2.1.4 中国服装零售行业企业数量规模分析

2.2 中国服装零售行业市场增长速度分析

2.2.1 中国服装零售行业市场增长速度分析

2.2.2 中国服装零售行业零售生命周期分析

2.3 中国服装零售市场的SCP范式分析

2.3.1 中国服装零售行业市场结构分析

2.3.2 中国服装零售行业市场的集中度

2.3.3 中国服装零售行业企业行为分析

2.3.4 中国服装零售行业企业经营绩效

2.4 中国服装零售行业市场供给分析

2.4.1 中国服装零售行业厂商集中度分析

2.4.2 中国服装零售行业国际品牌竞争分析

2.4.3 中国服装零售行业的成本结构分析

2.4.4 中国服装行业的产能利用率分析

2.4.5 中国服装行业的供给曲线分析

2.5 中国服装零售行业市场需求分析

2.5.1 中国服装零售行业需求特征分析

2.5.2 中国服装零售行业购买潜力分析

2.5.3 中国服装零售行业市场需求分析

第3章 中国服装零售行业竞争热点与趋势分析

3.1 中国服装零售行业竞争强度分析

3.1.1 现有服装企业间的竞争分析

3.1.2 行业上游供应商议价能力分析

3.1.3 行业下游购买者议价能力分析

3.1.4 未来潜在新进入者的威胁分析

3.1.5 行业其他替代品的威胁分析

3.2 中国服装零售行业竞争现状分析

3.2.1 中国服装零售品牌竞争地位分析

3.2.2 中国服装零售行业竞争态势分析

3.2.3 中国服装零售行业竞争层次分析

3.2.4 中国服装零售行业竞争热点分析

3.3 中国服装零售行业竞争格局分析

3.3.1 中国服装零售行业竞争区域分布

3.3.2 中国服装零售行业竞争企业性质分布

3.3.3 中国服装零售行业不同价格区间竞争分析

3.3.4 中国服装零售行业竞争企业区域市场分布

3.4 中国服装零售行业市场竞争格局预测

3.4.1 中国服装产量分布格局预测

3.4.2 中国服装销售量分布格局预测

3.4.3 中国服装零售品牌竞争格局预测

第4章 中国服装零售行业库存管理与物流配送

4.1 中国服装零售行业库存规模分析

4.1.1 中国服装零售行业库存规模分析

4.1.2 中国服装零售行业库存周转率分析

4.2 中国服装零售行业库存管理策略

4.2.1 中国服装企业库存产生原因分析

4.2.2 中国服装零售行业库存现状分析

4.2.3 库存管理在服装零售业中的重要性

4.2.4 中国服装零售行业库存管理策略

4.2.5 中国服装零售行业库存管理案例

4.3 中国服装零售行业供应配送服务分析

4.3.1 服装零售行业供应配送服务特点

- (1)配送管理对象的多样性
- (2)服装零售配送的快速反应性
- (3)服装配送计划的重要性
- (4)服装配送网络的复杂性
- (5)服装配送系统对信息化的依赖
- (6)配送设施的高要求性

4.3.2 服装零售行业供应配送模式分析

- (1)企业自营配送模式分析
- (2)第三方物流企业配送模式分析
- (3)共同配送模式分析

4.4 中国服装零售企业配送中心选址分析

4.4.1 服装零售企业物流类型及其特征分析

4.4.2 服装零售企业物流配送中心选址意义

4.5 中国服装零售企业配送中心选址影响因素

4.5.1 企业竞争战略选择的影响

- (1)成本战略影响因素分析
- (2)供应链战略影响因素分析
- (3)区域发展战略影响因素分析
- (4)营销渠道战略影响因素分析

4.5.2 宏观经济层面的影响因素

- (1)税收减让影响因素分析
- (2)政策法规和城市发展规划
- (3)需求风险产生的影响分析

4.5.3 对顾客需求的响应时间

- (1)库存成本的考虑因素
- (2)运输成本的考虑因素
- (3)配送中心的设施成本的考虑因素
- (4)总物流成本的考虑因素

4.5.4 基础设施的影响分析

4.6 中国服装零售企业配送中心选址的建议

4.6.1 服装企业物流配送系统总成本构成

4.6.2 服装企业物流配送中心选址成本优化

4.6.3 服装企业物流配送中心的选址建议

第5章 中国服装零售行业子产品市场投资机会分析

5.1 女装零售市场投资机会分析

5.1.1 女装市场规模与扩容趋势分析

5.1.2 女装品牌市场份额与定位分析

5.1.3 女装品牌经典策划案例分析

5.1.4 女装网购市场竞争态势分析

(1)女装网购市场销售规模分析

(2)传统女装品牌线上扩张策略分析

(3)女装淘品牌竞争策略与影响力分析

5.1.5 女装市场未来投资价值点与发展趋势

5.2 男装零售市场投资机会分析

5.2.1 男装市场规模与扩容趋势分析

5.2.2 男装品牌市场份额与定位分析

5.2.3 男装品牌经典策划案例分析

5.2.4 男装网购市场竞争态势分析

(1)男装网购市场销售规模分析

(2)传统男装品牌线上扩张策略分析

(3)男装淘品牌竞争策略与影响力分析

5.2.5 男装市场未来投资价值点与发展趋势

5.3 童装零售市场投资机会分析

5.3.1 童装市场规模与扩容趋势分析

5.3.2 童装品牌市场份额与定位分析

5.3.3 童装品牌经典策划案例分析

5.3.4 童装网购市场竞争态势分析

(1)童装网购市场销售规模分析

(2)传统童装品牌线上扩张策略分析

(3)童装淘品牌竞争策略与影响力分析

5.3.5 童装市场未来投资价值点与发展趋势

5.4 休闲服零售市场投资机会分析

5.4.1 休闲服市场规模与扩容趋势分析

5.4.2 休闲服品牌市场份额与定位分析

5.4.3 休闲服品牌经典策划案例分析

5.4.4 休闲服网购市场竞争态势分析

(1)休闲服网购市场销售规模分析

(2)传统休闲服品牌线上扩张策略分析

(3)休闲服淘品牌竞争策略与影响力分析

5.4.5 休闲服市场未来投资价值点与发展趋势

5.5 体育服装零售市场投资机会分析

5.5.1 体育服装市场规模与扩容趋势分析

5.5.2 体育服装品牌市场份额与定位分析

5.5.3 体育服装品牌经典策划案例分析

5.5.4 体育服装网购市场竞争态势分析

(1)体育服装网购市场销售规模分析

(2)传统体育服装品牌线上扩张策略分析

(3)体育服装淘品牌竞争策略与影响力分析

5.5.5 体育服装市场未来投资价值点与发展趋势

第6章 中国服装零售行业区域市场投资前景分析

6.1 北京市服装零售行业投资前景分析

6.1.1 北京市服装消费环境与需求分析

6.1.2 北京市服装零售规模与市场分析

6.1.3 北京市服装零售业业态格局分布

6.1.4 北京市服装零售业竞争态势分析

6.1.5 北京市服装零售行业的投资前景

6.2 上海市服装零售行业投资前景分析

6.2.1 上海市服装消费环境与需求分析

6.2.2 上海市服装零售规模与市场分析

6.2.3 上海市服装零售业业态格局分布

6.2.4 上海市服装零售业竞争态势分析

6.2.5 上海市服装零售行业的投资前景

6.3 广州市服装零售行业投资前景分析

6.3.1 广州市服装消费环境与需求分析

6.3.2 广州市服装零售规模与市场分析

6.3.3 广州市服装零售业业态格局分布

6.3.4 广州市服装零售业竞争态势分析

6.3.5 广州市服装零售行业的投资前景

6.4 深圳市服装零售行业投资前景分析

- 6.4.1 深圳市服装消费环境与需求分析
- 6.4.2 深圳市服装零售规模与市场分析
- 6.4.3 深圳市服装零售业业态格局分布
- 6.4.4 深圳市服装零售业竞争态势分析
- 6.4.5 深圳市服装零售行业的投资前景
- 6.5 杭州市服装零售行业投资前景分析
 - 6.5.1 杭州市服装消费环境与需求分析
 - 6.5.2 杭州市服装零售规模与市场分析
 - 6.5.3 杭州市服装零售业业态格局分布
 - 6.5.4 杭州市服装零售业竞争态势分析
 - 6.5.5 杭州市服装零售行业的投资前景
- 6.6 成都市服装零售行业投资前景分析
 - 6.6.1 成都市服装消费环境与需求分析
 - 6.6.2 成都市服装零售规模与市场分析
 - 6.6.3 成都市服装零售业业态格局分布
 - 6.6.4 成都市服装零售业竞争态势分析
 - 6.6.5 成都市服装零售行业的投资前景
- 6.7 重庆市服装零售行业投资前景分析
 - 6.7.1 重庆市服装消费环境与需求分析
 - 6.7.2 重庆市服装零售规模与市场分析
 - 6.7.3 重庆市服装零售业业态格局分布
 - 6.7.4 重庆市服装零售业竞争态势分析
 - 6.7.5 重庆市服装零售行业的投资前景
- 6.8 天津市服装零售行业投资前景分析
 - 6.8.1 天津市服装消费环境与需求分析
 - 6.8.2 天津市服装零售规模与市场分析
 - 6.8.3 天津市服装零售业业态格局分布
 - 6.8.4 天津市服装零售业竞争态势分析
 - 6.8.5 天津市服装零售行业的投资前景
- 6.9 长沙市服装零售行业投资前景分析
 - 6.9.1 长沙市服装消费环境与需求分析
 - 6.9.2 长沙市服装零售规模与市场分析
 - 6.9.3 长沙市服装零售业业态格局分布
 - 6.9.4 长沙市服装零售业竞争态势分析
 - 6.9.5 长沙市服装零售行业的投资前景

6.10 沈阳市服装零售行业投资前景分析

6.10.1 沈阳市服装消费环境与需求分析

6.10.2 沈阳市服装零售规模与市场分析

6.10.3 沈阳市服装零售业业态格局分布

6.10.4 沈阳市服装零售业竞争态势分析

6.10.5 沈阳市服装零售行业的投资前景

第7章 中国服装零售业业态模式创新与发展趋势

7.1 中国服装零售业的业态创新与趋势

7.1.1 服装零售业主要业态类型分析

7.1.2 服装零售业现有业态局限性分析

7.1.3 服装零售业业态创新驱动力分析

7.1.4 服装零售业业态创新与发展趋势

7.2 专卖品牌店经营模式分析

7.2.1 专卖品牌店模式发展规模分析

7.2.2 专卖品牌店模式市场份额分析

7.2.3 专卖品牌店模式代表企业分析

7.2.4 专卖品牌店模式的优劣势分析

7.2.5 专卖品牌店模式发展潜力与趋势

7.3 大卖场服装零售业态模式分析

7.3.1 大卖场服装零售模式发展规模分析

7.3.2 大卖场服装零售模式市场份额分析

7.3.3 大卖场服装零售业态的运营特征分析

7.3.4 大卖场服装零售业态的SWOT分析

7.3.5 大卖场服装零售业态发展潜力与趋势

7.4 货店服装零售业态模式分析

7.4.1 货店服装零售销售规模分析

7.4.2 货店服装销售品牌格局分析

7.4.3 货店女装品牌价格结构分析

7.4.4 货店主要女装品牌类型分析

7.4.5 货店主要女装品牌风格分析

7.5 网络服装零售业态经营模式分析

7.5.1 网络服装零售模式销售规模分析

2009-2015年中国服装网购市场交易规模（亿元）

7.5.2 网络服装零售模式品牌格局分析

7.5.3 网络服装零售模式的SWOT分析

7.5.4 网络服装零售模式发展潜力与趋势

7.6 网络服装零售模式顾客满意度分析

7.6.1 网络购物顾客满意度影响因素分析

7.6.2 网络购物顾客忠诚度影响因素分析

7.6.3 网络购物的决策与消费满意度分析

7.6.4 网络购物消费流程与影响因素分析

7.6.5 提高网络服装零售顾客满意度的建议

7.7 O2O服装零售业态经营模式分析

7.7.1 O2O服装零售业态经营模式特点分析

7.7.2 O2O服装零售业态经营模式规模分析

7.7.3 O2O服装零售业态经营模式的优劣势

7.7.4 O2O服装零售业态经营模式发展潜力

第8章 国际服装零售巨头与国内标杆服企经营分析

8.1 世界四大服装零售巨头经营与管理模式分析

8.1.1 日本优衣库经营与管理模式分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

1)企业盈利能力分析

2)企业运营能力分析

3)企业偿债能力分析

4)企业发展能力分析

(3)企业内涵增长能力分析

(4)企业在华扩张能力分析

(5)企业运营与管理模式分析

(6)企业品牌经营策略分析

(7)企业核心竞争力分析

(8)企业发展SWOT分析

(9)企业最新发展动态分析

8.1.2 美国盖璞(GAP) 经营与管理模式分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

1)企业盈利能力分析

2)企业运营能力分析

3)企业偿债能力分析

4)企业发展能力分析

(3)企业内涵增长能力分析

(4)企业在华扩张能力分析

(5)企业运营与管理模式分析

(6)企业品牌经营策略分析

(7)企业核心竞争力分析

(8)企业发展SWOT分析

(9)企业最新发展动态分析

8.1.3 西班牙ZARA经营与管理模式分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

1)企业盈利能力分析

2)企业运营能力分析

3)企业偿债能力分析

4)企业发展能力分析

(3)企业内涵增长能力分析

(4)企业在华扩张能力分析

(5)企业运营与管理模式分析

(6)企业品牌经营策略分析

(7)企业核心竞争力分析

(8)企业发展SWOT分析

(9)企业最新发展动态分析

8.1.4 瑞典H&M经营与管理模式分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

1)企业盈利能力分析

2)企业运营能力分析

3)企业偿债能力分析

4)企业发展能力分析

(3)企业内涵增长能力分析

(4)企业在华扩张能力分析

(5)企业运营与管理模式分析

(6)企业品牌经营策略分析

(7)企业核心竞争力分析

(8)企业发展SWOT分析

(9)企业最新发展动态分析

8.2 标杆服装零售企业经营状况分析

8.2.1 思捷环球控股有限公司经营分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

1)主要经济指标分析

2)企业盈利能力分析

3)企业运营能力分析

4)企业偿债能力分析

5)企业发展能力分析

(3)企业零售服装品类及特征

(4)企业营销渠道及销售网络

(5)企业品牌经营策略分析

(6)企业核心竞争力分析

(7)企业发展优劣势分析

(8)企业最新发展动态

8.2.2 利邦控股有限公司经营分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

1)主要经济指标分析

2)企业盈利能力分析

3)企业运营能力分析

4)企业偿债能力分析

5)企业发展能力分析

(3)企业零售服装品类及特征

(4)企业营销渠道及销售网络

(5)企业品牌经营策略分析

(6)企业核心竞争力分析

(7)企业发展优劣势分析

(8)企业最新发展动态

8.2.3 利郎(中国)有限公司经营分析

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

- 1)主要经济指标分析
- 2)企业盈利能力分析
- 3)企业运营能力分析
- 4)企业偿债能力分析
- 5)企业发展能力分析
- (3)企业零售服装品类及特征
- (4)企业营销渠道及销售网络
- (5)企业品牌经营策略分析
- (6)企业核心竞争力分析
- (7)企业发展优劣势分析
- (8)企业最新发展动态

8.2.4 长兴国际(集团)控股有限公司经营分析

- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
- 1)主要经济指标分析
- 2)企业盈利能力分析
- 3)企业运营能力分析
- 4)企业偿债能力分析
- 5)企业发展能力分析
- (3)企业零售服装品类及特征
- (4)企业营销渠道及销售网络
- (5)企业品牌经营策略分析
- (6)企业核心竞争力分析
- (7)企业发展优劣势分析
- (8)企业最新发展动态

8.2.5 中国动向(集团)有限公司(集团)有限公司经营分析

- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
- 1)主要经济指标分析
- 2)企业盈利能力分析
- 3)企业运营能力分析
- 4)企业偿债能力分析
- 5)企业发展能力分析
- (3)企业零售服装品类及特征
- (4)企业营销渠道及销售网络

(5)企业品牌经营策略分析

(6)企业核心竞争力分析

(7)企业发展优劣势分析

(8)企业最新发展动态

第9章 中国服装零售行业投资风险与投资机会分析

9.1 中国服装零售行业投资壁垒分析

9.1.1 服装零售行业进入壁垒分析

9.1.2 服装零售行业退出壁垒分析

9.2 中国服装零售行业投资风险分析

9.2.1 服装零售行业面临宏观经济风险

9.2.2 服装零售行业面临的渠道租金风险

9.2.3 服装零售行业面临的外需波动风险

9.2.4 服装零售行业面临的其它风险

9.3 中国服装零售行业投资机会分析

9.3.1 中国服装零售行业发展前景分析

9.3.2 中国服装零售行业投资机会分析

图表目录：

图表1 2013-2016年50家百货服装销量及单价同比增速

图表2 2013-2016年全国重点大型零售企业服装及各子行业零售额同比增速比较

图表3 200家大型百货男装零售额分市场增速

图表4 200家大型百货女装零售额分市场增速

图表5 2017-2022年中国服装零售市场规模预测

图表6 服装零售行业的五力模型生态图

图表7 设施数量与需求响应时间关系

图表8 设施数量与库存成本关系图

图表9 设施数量与运输成本关系图

图表10 设施数量与设施成本关系图

图表11 设施数量与物流总成本关系图

图表12 配送系统结构示意图

图表13 运载量与单位运价关系示意图

图表14 2013-2016年重点零售企业服装类商品零售额月度变化走势图

图表15 2013-2016年重点大型零售企业服装零售额

图表16 2013-2016年CPI衣着价格指数变动情况

图表17 2013-2016年各类服装月度销量和同比增长率

图表18 2013-2016年男西装月销量和同比增长率

图表19 2013-2016年男衬衫月销量和同比增长率

图表20 2013-2016年夹克衫月销量和同比增长率

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/308077.html>