

2018-2024年中国高端女装行业市场深度调研及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国高端女装行业市场深度调研及投资前景分析报告》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.chyxx.com/research/201805/642531.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

报告目录：

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、国际高端女装品牌介绍

第二节 高端女装行业进入壁垒

一、品牌壁垒

二、渠道壁垒

三、设计研发能力壁垒

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）更注重外在美

（二）更注重服装细节

（三）感性消费倾向更加明显

三、高端女装消费行为影响因素

四、高端女装消费群体行为特点

（一）完美型

（二）优柔寡断型

（三）专家型

（四）好胜心强型

（五）爱心型

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 2017年中国宏观经济发展环境分析

- 一、2017年中国GDP增长情况分析
- 二、2017年工业经济发展形势分析
- 三、2017年社会固定资产投资分析
- 四、2017年全社会消费品零售总额
- 五、2017年城乡居民收入支出分析
- 六、2017年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 中国女装行业市场发展分析

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
- 二、服装行业经营效益分析
- 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
- 六、服装零售行业发展态势

第二节 中国女装行业市场发展情况

- 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) 女士上衣市场分析
 - (二) 女士衬衫市场分析
 - (三) 女士夹克外套分析
 - (四) 女士连衣裙市场分析

六、女士休闲装市场规模分析

第三节 女装行业市场发展态势

一、女装行业技术水平情况

二、女装行业品牌发展态势

三、女装品牌的市场集中度

四、女装市场竞争态势分析

五、女装行业发展趋势分析

第四节 女装行业市场发展问题分析

一、中国女装市场发展的的问题

二、影响行业发展的有利因素

三、影响行业发展的不利因素

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、国际买家看好中国制造高端女装

三、中国企业进军高级定制女装市场

四、高端女装销售向二三线城市扩张

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）高性价比优势

（二）产品款式多样

（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、新形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

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第二节 宝姿时装有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第三节 慕诗国际集团有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第四节 深圳玛丝菲尔时装有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第五节 浙江雅莹服装有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第六节 深圳歌力思服装实业有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第七节 北京白领时装有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第八节 北京卓欧制衣有限责任公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第九节 卢华(天津)服装有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第十节 上海斯尔丽服饰有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第十一节 维格娜丝时装股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第十二节 深圳市赢家服饰有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

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

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第十四节 欧时力(香港)集团有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第十五节 深圳影儿时尚集团有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第八章 2018-2024年中国高端女装行业发展前景与投资策略分析 (ZY LII)

第一节 中国高端女装行业发展影响因素分析

一、高端女装行业发展有利因素

二、高端女装行业发展不利因素

第二节 2018-2024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

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 2018-2024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 (ZY LII)

五、人才短缺风险

第四节 2018-2024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 各类型高端女装消费群体占比图

图表 6 各类因素对不同类型高端女装消费群体行为的影响

图表 7 2017年国内生产总值构成及增长速度统计

图表 8 2014-2017年中国国内生产总值及增长变化趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201805/642531.html>