

2017-2022年中国女装行业市场供需预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国女装行业市场供需预测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.chyxx.com/research/201702/498841.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

2011-2015年我国女装市场规模总体上保持上升趋势，年均复合增长率为10%。2015年，我国女装市场规模为10012亿元，较2014年同比增长7.84%。

2011-2015年我国女装行业市场规模（亿元）

2009-2015年我国女装网购市场规模总体上保持上升趋势。2015年，我国女装网购市场规模为3287.38亿元。

2009-2015年中国女装网购市场规模

智研咨询发布的《2017-2022年中国女装行业市场供需预测及投资战略研究报告》共八章。首先介绍了女装相关概念及发展环境，接着分析了中国女装规模及消费需求，然后对中国女装市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国女装面临的机遇及发展前景。您若想对中国女装有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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
- (5) 公司投资并购情况

7.1.2 意大利阿玛尼 (Armani)

- (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
- (5) 公司投资并购情况

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
- (5) 公司投资并购情况

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
- (5) 公司投资并购情况

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
- (5) 公司投资并购情况
- (6) 公司最新发展动向

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

(5) 公司投资并购情况

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

(5) 公司最新发展动向

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

(5) 公司最新发展动向

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

(5) 公司投资并购情况

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

(5) 公司最新发展动向

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

(5) 公司最新发展动向

第八章 国内领先女装企业经营情况分析 (ZY ZM)

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

(5) 公司设计研发实力

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

(5) 公司经营情况分析

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
- (5) 公司设计研发实力

8.1.4 深圳市凯莱服装有限公司

- (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
- (5) 公司设计研发实力

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
- (5) 公司设计研发实力

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
- (5) 公司设计研发实力

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
- (5) 公司经营情况分析

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
- (5) 公司设计研发实力

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
- (5) 公司设计研发实力

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
- (5) 公司经营情况分析

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
- (5) 公司设计研发实力

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
- (5) 公司设计研发实力

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
- (5) 公司经营情况分析

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

(5) 公司设计研发实力

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

(5) 公司设计研发实力

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

(5) 公司设计研发实力

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

(5) 公司经营情况分析

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

(5) 公司设计研发实力

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

(5) 公司设计研发实力

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

(5) 公司设计研发实力

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

(5) 公司经营情况分析

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

(5) 公司设计研发实力

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

(5) 公司经营情况分析

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

(5) 公司经营情况分析

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

(5) 公司设计研发实力

图表目录：

- 图表1：2014-2016年全国重点大型零售企业女装零售额增速（单位：%）
- 图表2：2014-2016年女装市场排名前十的品牌集中度（单位：%）
- 图表3：2014-2016年全国重点大型零售企业女装零售价格增速（单位：%）
- 图表4：2016年国际女装十大品牌排行榜
- 图表5：2016年中国本土女装十大品牌排行榜
- 图表6：2016年中国女装行业十大电商品牌排行榜
- 图表7：2016年天猫女装销售排行（单位：件，元）
- 图表8：中国女装生产企业构成情况
- 图表9：中国女装品牌销售排行榜（单位：万元，元/件）
- 图表10：女装市场竞争格局（按品牌）
- 图表11：近年女装品牌排名变化
- 图表12：高端女装前十品牌市场占有率（单位：%）
- 图表13：近年高端女装排名变化（单位：%）
- 图表14：2013年以来高档女装市场第一与第十名品牌综合占有率的差（单位：%）
- 图表15：国内职业女装十大品牌排行榜
- 图表16：十大时尚女装品牌排行榜
- 图表17：2016年十大休闲女装品牌排行榜
- 图表18：2016年中国运动服市场十大品牌统计（单位：个）
- 图表19：2016年女性内衣前十位品牌市场占有率（按品牌）
- 图表20：2016年国内十大婚纱品牌排行榜
- 图表21：2014-2016年国内孕妇装十大品牌排行榜
- 图表22：沪派女装主要品牌简介
- 图表23：江南布衣品牌简介
- 图表24：古木夕羊品牌简介
- 图表25：秋水伊人品牌简介
- 图表26：浪漫一身品牌简介
- 图表27：蓝色倾情品牌简介
- 图表28：薰香品牌简介
- 图表29：红袖品牌简介
- 图表30：流金岁月品牌简介
- 图表31：杭派女装市场竞争优势简析
- 图表32：京派女装主要品牌简介
- 图表33：红人品牌简介
- 图表34：名典屋品牌简介

- 图表35：佐尔美品牌简介
- 图表36：太和品牌简介
- 图表37：粤派女装主要品牌简介
- 图表38：苏派女装主要品牌简介
- 图表39：闽派女装主要品牌简介
- 图表40：湘派女装主要品牌简介
- 图表41：波特五力模型
- 图表42：中国女装行业现有企业的竞争分析
- 图表43：女装行业进入壁垒简析
- 图表44：女装行业退出壁垒简析
- 图表45：中国女装行业供应商议价能力分析
- 图表46：中国女装消费者议价能力分析
- 图表47：中国女装行业竞争强度总结
- 图表48：2014-2016年中国纺织服装行业并购总金额（单位：亿元）
- 图表49：2014-2016年中国纺织服装行业并购案件数（单位：件）
- 图表50：2014-2016年中国纺织服装行业平均并购金额（单位：亿元）
- 图表51：新浪、中国动向入股麦考林（单位：%）
- 图表52：2013年以来中国市场VC/PE并购趋势（单位：百万美元，次）
- 图表53：中国女装行业并购面临的挑战
- 图表54：2014-2016年中国纺织服装行业并购数量与金额预测（单位：次，亿元）
- 图表55：中国女装行业兼并重组趋势简析
- 图表56：中国女装企业并购的风险与对策
- 图表57：战略成本管理主要特点简析
- 图表58：ERP（企业资源计划）与价值链管理相结合功能简析
- 图表59：实施差异化战略的风险简析
- 图表60：专一化战略的收益简析
- 图表61：专一化战略的风险简析
- 图表62：异质市场细分
- 图表63：市场细分表
- 图表64：产品正向定位方法简析
- 图表65：产品逆向定位方法简析
- 图表66：企业进行产品组合决策的基本方法
- 图表67：女装产品开发程序
- 图表68：品牌女装构建条件简析
- 图表69：SPACE矩阵分析图

图表70：市场层次图

图表71：女装企业多品牌战略切入点

图表72：不同地区和国家女装多品牌数量分析（单位：个）

图表73：女装企业多品牌数量分析

图表74：金箭服饰的品牌扩展途径

图表75：代理制销售模式优劣势简析

图表76：特许经营销售模式优劣势简析

图表77：直营连锁销售模式优劣势简析

图表78：专柜销售模式优劣势简析

图表79：专卖店销售模式优劣势简析

图表80：中国主要省市地区服装批发市场

图表81：网销存在的问题简析

图表82：服装网络直销渠道建设功能模块简析

图表83：网络间接营销渠道建设策略简析

图表84：女装企业促销类型简析

图表85：法国香奈儿品牌基本信息表

图表86：法国香奈儿品牌发展历程

图表87：法国香奈儿产品结构简析

图表88：香奈儿的产品设计宗旨改变

图表89：法国香奈儿营销策略简析

图表90：意大利阿玛尼品牌基本信息表

图表91：意大利阿玛尼知名产品简介

图表92：意大利阿玛尼产品价格策略简介

图表93：意大利普拉达品牌基本信息表

图表94：2014-2016财年普拉达集团营收情况分析（单位：万欧元）

图表95：法国迪奥品牌基本信息表

图表96：法国迪奥渠道策略简析

图表97：意大利古驰品牌基本信息表

图表98：意大利古驰品牌设计师变化历程

图表99：美国Calvin Klein品牌基本信息表

图表100：美国Calvin Klein品牌发展历程

图表101：意大利范思哲品牌基本信息表

图表102：意大利范思哲产品品牌结构简析

图表103：法国爱马仕品牌基本信息表

图表104：英国博柏利品牌基本信息表

图表105：英国博柏利品牌发展历程

图表106：英国博柏利品牌结构简析

图表107：法国路易·威登品牌基本信息表

图表108：法国路易·威登价格策略简析

图表109：法国纪梵希品牌发展历程

图表110：丹麦绫致集团基本信息表

图表111：丹麦绫致集团旗下各品牌战略简析

图表112：丹麦绫致集团在中国大陆布局图

图表113：思捷环球控股有限公司基本信息表

图表114：2016财年思捷环球控股有限公司营收情况分析（单位：百万港元）

图表115：韩国衣恋集团发展历程

图表116：韩国衣恋集团旗下各品牌战略简析

图表117：2013年以来韩国衣恋集团中国市场网点布局（单位：家）

图表118：2013年以来韩国衣恋集团中国市场销售收入（单位：亿韩元）

图表119：法国艾格集团公司基本信息表

图表120：法国艾格集团公司旗下各品牌战略简析

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201702/498841.html>