

2017-2022年中国女装市场 分析预测与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国女装市场分析预测与投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/E17161YMBS.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、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

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国女装市场分析预测与投资前景预测报告》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

8.1.2 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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/E17161YMBS.html>