

2022-2027年中国女装行业品牌竞争格局与重点企业发展策略研究报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国女装行业竞争层次与集中度分析

- 1.1 女装行业发展背景
 - 1.1.1 女装行业发展历程分析
 - 1.1.2 女装行业相关分类
 - (1) 按消费人群和价格定位划分
 - (2) 按产品价格划分
- 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 服装市场销售价格
- 1.3 女装行业竞争充分度分析
 - 1.3.1 女装行业竞争格局
 - 1.3.2 女装行业竞争充分度
 - (1) 女装行业整体竞争充分度
 - (2) 细分市场竞争充分度
- 1.4 女装行业竞争层次分析
 - 1.4.1 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
 - 1.4.2 女装竞争者地位分析
 - (1) 相对领先层
 - (2) 挑战层
 - (3) 利基层
 - 1.4.3 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
- 1.5 女装行业竞争排名分析
 - 1.5.1 行业总体竞争排名
 - (1) 竞争排名
 - (2) 排名变化
 - 1.5.2 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2章：中国女装行业电商渠道分析和消费者洞察

- 2.1 中国女装行业电商渠道发展概况
 - 2.1.1 中国纺织服装电商行业发展概况
 - (1) 纺织服装电商交易额
 - (2) 企业间电子商务交易额
 - (3) 专业市场电子商务交易额
 - 2.1.2 中国垂直女性时尚电商行业发展概况
 - (1) 发展历程分析
 - (2) 盈利模式分析

- (3) 行业竞争分析
- 2.1.3 中国社交电商女装行业发展概况
 - (1) 女装商家GMV增长概况
 - (2) 女装用户增长概况
 - (3) 女装类目笔单价分析

2.2 中国女装行业消费者画像和消费行为研究

- 2.2.1 女装行业新中产消费需求分析
- 2.2.2 网购少女画像与消费行为研究
 - (1) 消费者画像分析
 - (2) 消费行为研究

第3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 沪派女装品牌分析
 - (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4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 中国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5章：中国高端与定制化女装发展路径研究

5.1 中国高端女装行业发展路径研究

- 5.1.1 中国高端女装行业发展特点分析
 - (1) 行业龙头公司在特定产品或风格方面具备较强优势
 - (2) 多品牌集团化运作是高端女装公司发展的必经之路
- 5.1.2 国际领先高端女装企业案例分析
 - (1) MaxMara 集团案例分析
 - (2) Ann Taylor公司案例分析
- 5.1.3 国内高端女装领先企业分析

5.2 中国女装定制化现状与趋势分析

- 5.2.1 中国女装定制产业发展背景分析
- 5.2.2 中国高端定制服装产业发展概况
 - (1) 定义分析
 - (2) 用户特征
 - (3) 企业竞争
 - (4) 存在问题
- 5.2.3 中国女装定制行业发展趋势分析
 - (1) 价格趋势
 - (2) 技术趋势
 - (3) 产品趋势
 - (4) 企业模式趋势
 - (5) 市场趋势

第6章：中国女装行业竞争趋势及策略

6.1 女装行业竞争特点与趋势

6.2 女装行业竞争策略分析

- 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
- (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7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
- (6) 公司最新发展动向

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
- (6) 公司最新发展动向

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
- (6) 公司最新发展动向

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

7.1.6 美国CK (Calvin Klein)

- (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

7.1.7 意大利范思哲 (Versace)

- (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
- 7.1.8 法国爱马仕 (Hermès)
 - (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) 企业最新发展动向
- 7.1.9 英国博柏利 (BURBERRY)
 - (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
- 7.1.10 法国路易·威登 (Louis Vuitton)
 - (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
- 7.1.11 法国纪梵希 (Givenchy)
 - (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
- 7.1.12 美国 (Donna Karan)
 - (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 国内外女装二、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
 - (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
- 7.2.6 中国台湾哥弟服饰股份有限公司
 - (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
- 7.2.7 赫基国际（香港）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
- 7.2.8 慕诗国际集团有限公司
 - (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
- 7.2.9 法国GUESS
 - (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
- 7.2.10 韩国百家好（Basic House）
 - (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
- 7.2.11 法国ELLE
 - (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
- 7.2.12 美国李维斯（Levi's）
 - (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
- 7.2.13 佐丹奴国际有限公司
 - (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) 公司最新发展动向
 - 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) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业在华扩张能力分析
- (4) 企业运营与管理模式分析
- (5) 企业品牌经营策略分析
- (6) 企业发展优劣势分析

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
- (5) 公司最新发展动向

7.3.5 日本迅销集团（UNIQLO）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业在华扩张能力分析
- (4) 企业运营与管理模式分析
- (5) 企业品牌经营策略分析
- (6) 企业发展优劣势分析

第8章：国内领先女装企业经营情况分析

8.1 国内女装企业发展概况分析

8.2 时尚女装领先企业经营情况分析

8.2.1 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
- (6) 公司经营情况分析
- (7) 公司经营优劣势

8.2.2 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
- (6) 公司经营优劣势
- (7) 公司最新发展动向

8.2.3 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
- (6) 公司经营情况分析
- (7) 公司经营优劣势

8.2.4 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
- (6) 公司经营情况分析
- (7) 公司经营优劣势

8.2.5 珠海威丝曼股份有限公司

- (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
 - (6) 公司经营情况分析
 - (7) 公司经营优劣势
- 8.2.6 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司
- (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
 - (6) 公司经营情况分析
 - (7) 公司经营优劣势
 - (8) 公司最新发展动向
- 8.2.7 广东都市丽人实业有限公司
- (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
 - (6) 公司经营优劣势
 - (7) 公司最新发展动向
- 8.2.8 安莉芳控股有限公司
- (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
 - (6) 公司经营情况分析
 - (7) 公司经营优劣势
- 8.2.9 日播时尚集团股份有限公司
- (1) 公司发展简介
 - (2) 公司品牌与业务
 - (3) 公司市场定位
 - (4) 公司渠道分析
 - (5) 公司设计研发实力
 - (6) 公司经营情况分析
 - (7) 公司经营优劣势
- 8.3 职业女装领先企业经营情况分析**
- 8.3.1 深圳玛丝菲尔时装股份有限公司
- (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
 - (6) 公司经营情况分析
 - (7) 公司经营优劣势
- 8.3.2 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) 公司设计研发实力
 - (6) 公司经营情况分析
 - (7) 公司经营优劣势
- 8.3.3 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
 - (6) 公司经营情况分析
 - (7) 公司经营优劣势
- 8.3.4 浙江丽凯服饰有限公司
- (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) 公司经营优劣势
- 8.3.5 深圳市天尚服装有限公司
- (1) 公司发展简介
 - (2) 公司品牌与业务
 - (3) 公司市场定位
 - (4) 公司渠道分析
 - (5) 公司经营优劣势
- 8.4 休闲女装领先企业经营情况分析**
- 8.4.1 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
 - (6) 公司经营情况分析
 - (7) 公司经营优劣势
- 8.4.2 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
 - (6) 公司经营情况分析
 - (7) 公司经营优劣势
- 8.4.3 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
 - (6) 公司经营情况分析
 - (7) 公司经营优劣势
- 8.4.4 杭州千百惠服饰有限公司
- (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
 - (6) 公司经营情况分析
 - (7) 公司经营优劣势
- 8.5 运动女装领先企业经营情况分析**
- 8.5.1 李宁有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构及新产品动向
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业经营优劣势
 - (6) 企业最新发展动向分析

8.5.2 安踏体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势
- (6) 企业最新发展动向分析

8.5.3 福建鸿星尔克体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.5.4 三六一度国际有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业品牌风格及主要消费群
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

8.6 女装电商企业经营情况分析

8.6.1 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
- (6) 公司服装电商运作模式
- (7) 公司经营优劣势

8.6.2 韩都衣舍电子商务集团股份有限公司

- (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
- (6) 公司服装电商运作模式
- (7) 公司服装电商战略分析
- (8) 公司经营优劣势
- (9) 公司最新发展动向

8.6.3 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) 公司市场定位
- (4) 公司销售模式
- (5) 公司设计研发实力
- (6) 公司经营情况分析
- (7) 公司经营优劣势

第9章：中国女装行业发展趋势分析与预测

9.1 中国女装产销情况的趋势预测

- 9.1.1 中国女装市场的发展趋势分析
- 9.1.2 中国女装行业的发展前景预测

9.2 中国女装行业投资特性分析

- 9.2.1 女装行业进入壁垒分析
 - (1) 品牌壁垒
 - (2) 营销网络壁垒
 - (3) 研发设计能力壁垒
 - (4) 管理能力壁垒

- (5) 产品供应链壁垒
- 9.2.2 女装行业盈利因素分析
 - (1) 广阔的市场需求
 - (2) 技术创新能力
- 9.3 女装行业投资兼并重组分析
 - 9.3.1 女装行业投融资发展现状
 - 9.3.2 女装行业兼并重组案例
 - 9.3.3 女装行业投资兼并趋势
 - (1) 并购主体预测
 - (2) 并购方式预测
 - 9.3.4 并购的机遇与挑战
 - (1) 并购面临的机遇
 - (2) 并购面临的挑战
 - 9.3.5 并购的风险与对策
- 9.4 中国女装行业投资风险分析
 - 9.4.1 宏观经济下行风险
 - 9.4.2 市场恶性竞争加剧
 - 9.4.3 产品的同质化竞争
 - 9.4.4 知识产权保护滞后
 - 9.4.5 存货容易滞销
- 9.5 中国女装行业投资建议

图表目录

- 图表1: 中国女装产业发展历程分析
- 图表2: 女装按消费人群及着装风格细分
- 图表3: 女装按消费人群及着装风格细分
- 图表4: 2014-2021年中国社会消费品零售总额及其增速(单位:亿元,%)
- 图表5: 2019-2021年中国限额以上单位服装鞋帽、针纺织品商品零售额当期值(单位:亿元)
- 图表6: 2019-2021年中国限额以上单位服装鞋帽、针纺织品商品零售额同比增速(单位:%)
- 图表7: 2015-2021年中国女装市场规模及预测(单位:亿元)
- 图表8: 2014-2021年中国女装品牌集中度分析(单位:%)
- 图表9: 2018-2021年全国重点大型零售企业(以百货商场为主)女装销售市场集中度对比(单位:%)
- 图表10: 2021年与2020年1月天猫女装品牌CR10对比(单位:%)
- 图表11: 2019-2021年服装、鞋帽类商品零售价格指数变化情况
- 图表12: 2019-2021年义乌小商品价格指数-服装服饰类走向(单位:2021年第1期=100)
- 图表13: 2019-2021年大朗毛织价格指数-女装变化情况(单位:2021年第1期=100)
- 图表14: 我国女装行业竞争格局特点分析
- 图表15: 高端女装市场品牌及价格分类
- 图表16: 2021年国际女装十大品牌排行榜
- 图表17: 2019-2021年中国女装十大品牌排行榜
- 图表18: 中国主要本土女装品牌
- 图表19: 2019-2021年中国网上零售额情况及穿类网上零售额累计增长情况(单位:百亿元,%)
- 图表20: 2021年中国十大电商女装品牌
- 图表21: 2021年女装品牌网络零售市场占有率排行榜(单位:%)
- 图表22: 2021年天猫“双十一”女装热销品牌、店铺排行榜
- 图表23: 中国女装生产企业构成情况
- 图表24: 2021年国内女装上市企业品牌营收排行榜
- 图表25: 2016-2021年天猫双十一女装类目销售额排名TOP5
- 图表26: 2021年我国主要职业女装品牌排名
- 图表27: 2021年十大时尚女装品牌排行榜
- 图表28: 我国休闲女装行业品牌竞争格局
- 图表29: 我国休闲女装行业“三足鼎立”品牌的比较
- 图表30: 中国休闲服行业主要品牌市场份额(单位:%)
- 图表31: 2021年中国运动服十大品牌排行榜
- 图表32: 我国女性内衣行业的竞争格局

- 图表33: 2021年国内十大婚纱品牌排行榜
- 图表34: 2021年国内孕妇装十大品牌排行榜
- 图表35: 2013-2021年纺织服装行业电子商务交易额(单位: 万亿元)
- 图表36: 2013-2021年纺织服装行业B2B电子商务交易额(单位: 万亿元)
- 图表37: 2013-2021年纺织服装专业市场电子商务交易额(单位: 万亿元)
- 图表38: 中国垂直女性时尚电商行业发展历程分析
- 图表39: 中国垂直女性时尚电商行业自营式和平台式盈利模式对比
- 图表40: 中国垂直女性时尚电商销售品类及代表网站
- 图表41: 2018-2021年女装笔单概况分析(单位: 元)
- 图表42: 年轻人与新中产服饰选择上需求分析
- 图表43: 网购少女城际分布
- 图表44: 国内不同女装流派风格特征
- 图表45: 沪派女装主要品牌简介
- 图表46: 江南布衣品牌简介
- 图表47: 古木夕羊品牌简介
- 图表48: 秋水伊人品牌简介
- 图表49: 浪漫一身品牌简介
- 图表50: 蓝色倾情品牌简介
- 图表51: 薰香品牌简介
- 图表52: 红袖品牌简介
- 图表53: 流金岁月品牌简介
- 图表54: 杭派女装市场竞争优势简析
- 图表55: 京派女装主要品牌简介
- 图表56: 红人品牌简介
- 图表57: 名典屋品牌简介
- 图表58: 佐尔美品牌简介
- 图表59: 太和品牌简介
- 图表60: 粤派女装主要品牌简介
- 图表61: 苏派女装主要品牌简介
- 图表62: 闽派女装主要品牌简介
- 图表63: 湘派女装主要品牌简介
- 图表64: 波特五力模型
- 图表65: 中国女装行业现有企业的竞争分析
- 图表66: 女装行业进入壁垒简析
- 图表67: 女装行业退出壁垒简析
- 图表68: 中国女装行业供应商议价能力分析
- 图表69: 中国女装消费者议价能力分析
- 图表70: 我国女装行业五力分析结论
- 图表71: 国际高端女装品牌集团
- 图表72: MaxMara旗下品牌及风格品牌
- 图表73: 国内高端女装公司及旗下品牌
- 图表74: 中国服装定制产业发展促进因素分析
- 图表75: 我国女装行业竞争特点与趋势分析
- 图表76: 战略成本管理主要特点简析
- 图表77: ERP(企业资源计划)与价值链管理相结合功能简析
- 图表78: 实施差异化战略的风险简析
- 图表79: 专一化战略的收益简析
- 图表80: 专一化战略的风险简析
- 图表81: 异质市场细分
- 图表82: 市场细分表
- 图表83: 产品正向定位方法简析
- 图表84: 产品逆向定位方法简析
- 图表85: 企业进行产品组合决策的基本方法
- 图表86: 女装产品开发程序
- 图表87: 品牌女装构建条件简析
- 图表88: SPACE矩阵分析图
- 图表89: 市场层次图
- 图表90: 女装企业多品牌战略切入点
- 图表91: 不同地区和国家女装多品牌数量分析(单位: 个)

- 图表92: 女装企业多品牌数量分析
图表93: 金箭服饰的品牌扩展途径
图表94: 代理制销售模式优劣势简析
图表95: 特许经营销售模式优劣势简析
图表96: 直营连锁销售模式优劣势简析
图表97: 专柜销售模式优劣势简析
图表98: 专卖店销售模式优劣势简析
图表99: 中国主要省市地区服装批发市场
图表100: 网销存在的问题简析
图表101: 服装网络直销渠道建设功能模块简析
图表102: 网络间接营销渠道建设策略简析
图表103: 女装企业促销类型简析
图表104: 法国香奈儿品牌基本信息表
图表105: 法国香奈儿品牌发展历程
图表106: 法国香奈儿产品结构简析
图表107: 香奈儿的产品设计宗旨改变
图表108: 法国香奈儿营销策略简析
图表109: 意大利阿玛尼品牌基本信息表
图表110: 意大利阿玛尼知名产品简介
图表111: 意大利阿玛尼产品价格策略简介
图表112: 意大利普拉达品牌基本信息表
图表113: 2016-2021年普拉达主要经济指标分析 (单位: 亿欧元)
图表114: 法国迪奥品牌基本信息表
图表115: 法国迪奥渠道策略简析
图表116: 意大利古驰品牌基本信息表
图表117: 意大利古驰品牌设计师变化历程
图表118: 美国Calvin Klein品牌基本信息表
图表119: 美国Calvin Klein品牌发展历程
图表120: 2017-2021年PVH集团经营情况 (单位: 百万美元)
略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!