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
（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！