

# 2020-2026年中国女装市场 深度评估与投资决策研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国女装市场深度评估与投资决策研究报告》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/5591659LBW.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

2016年中国女装行业市场规模达到9011亿元，较2015年同期增长12.92%。2011-2016年中国女装行业市场规模情况资料来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国女装市场深度评估与投资决策研究报告》共八章。首先介绍了女装行业市场发展环境、女装整体运行态势等，接着分析了女装行业市场运行的现状，然后介绍了女装市场竞争格局。随后，报告对女装做了重点企业经营状况分析，最后分析了女装行业发展趋势与投资预测。您若想对女装产业有个系统的了解或者想投资女装行业，本报告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1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

###### 1) 高端女装市场

###### 2) 中端女装市场

###### 3) 低端女装市场

### 第2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2018年中国女装十大品牌企业 序列 品牌 公司名称 1 韩都衣舍 韩都衣舍电子商务集团股份有限公司 2 乐町 宁波乐町时尚服饰有限公司 3 茵曼inman 广州市汇美时尚集团股份有限公司,原名广州市汇美服装有限公司 4 秋水伊人 浙江印象实业股份有限公司 5 裂帛 北京心物裂帛电子商务股份有限公司 6 VERO MODA Bestseller集团 7 哥弟 广东哥弟时尚服饰研发有限公司 8 Ochirly欧时力 广州尚岑服饰有限公司 9 波司登 波司登国际控股有限公司 10 太平鸟 太平鸟集团有限公司 注:以上排名不分先后

#### (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 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

1) 行业进入障碍

2) 行业退出壁垒

3) 预期的报复大小

(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6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

#### 1) 适用条件

#### 2) 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

#### 1) 适用条件

#### 2) 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

#### 1) 适用条件

#### 2) 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



- 1) 市场细分方法
- 2) 目标市场的选择
- 3) 市场定位方法与程序
- 4) 典型个案研究

#### (2) 女装产品组合策略

- 1) 扩大产品组合策略及案例
- 2) 缩减产品组合策略及案例
- 3) 产品线差异策略及案例

#### (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

- 1) 实施时点的选择
- 2) 切入点选择
- 3) 品牌数量的确定
- 4) 多品牌战略实施路径
- (5) 女装品牌竞争力提升对策

- 1) 丰富产品和加强宣传
- 2) 加强品牌文化建设
- 3) 提升服务质量

### 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

- 1) 产品阶段定价策略
- 2) 折扣定价策略
- 3) 心理定价策略

### 6.3.4 渠道策略分析

#### (1) 女装销售渠道之争

- 1) 渠道的重要性
  - 2) 销售模式比较
    - (2) 销售渠道之争
      - 1) 跟随型产品与市场控制的关系
      - 2) 市场需求与生产衔接的关系
        - (3) 女装传统渠道策略
          - 1) 百货商场
          - 2) 购物中心/主题百货
          - 3) 专卖连锁
          - 4) 超级市场
          - 5) 服装批发市场
          - 6) 展会
            - (4) 新兴网销渠道策略
              - 1) 网销的重要性
              - 2) 女装网销现状
              - 3) 网销存在的问题
              - 4) 网销渠道建设策略
- 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

#### 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

#### 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

#### 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

#### 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

#### 7.1.6 美国 ( 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

#### 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

#### 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

#### 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

#### 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

#### 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

#### 7.1.12 美国唐娜·凯伦 ( 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

### 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

#### 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

#### 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

#### 7.2.6 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

#### 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

#### 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

#### 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

#### 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

#### 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

#### 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

### 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

#### 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

#### 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

### 第8章：国内领先女装企业经营情况分析

#### 8.1 时尚女装领先企业经营情况分析

##### 8.1.1 浙江雅莹集团有限公司

(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

##### 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

#### 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

#### 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

#### 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

#### 8.1.6 凯撒（中国）文化股份有限公司

(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

#### 8.1.7 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

### 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

#### 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

#### 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

#### 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

#### 8.2.5 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

### 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

#### 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

### 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

### 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

### 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

## 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

### 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

### 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

### 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

#### 8.4.5 匹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

### 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

#### 8.5.2 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

#### 8.5.3 深圳市欧莎世家服饰有限公司

- (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

#### 部分图表目录：

图表1：2017-2018年全国重点大型零售企业服装类商品零售额月度增速（单位：%）

图表2：2012-2018年全国重点大型零售企业服装及女装零售额增速（单位：亿元，%）

图表3：2012-2018年高端女装市场排名前十的品牌集中度（单位：%）

图表4：2018年主要服装品类前十名品牌市场综合占有率（单位：%）

图表5：2012-2018年高端女装市场第一与第十名品牌占有率差值（单位：%）

图表6：2012-2018年全国重点大型零售企业服装及女装零售价格增速（单位：%）

图表7：高端女装市场品牌及价格分类

图表8：2018年国际女装十大品牌排行榜

图表9：2018年中国女装十大品牌排行榜

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/5591659LBW.html>