

2024-2029年中国品牌女装行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

现今包括品牌女装的主要针对消费目标都会是90后或95后，整个社会的年轻化使得各大女装品牌不容忽视，现在的年轻消费群体消费能力潜力极大、成长极快，每一个女装品牌都想抓住这类消费者，但一个定型的女装品牌想要转型是需要一段很长的时间的。消费群体年轻化的转变，市场的需求类型自然也在改变，众多奢侈品牌都开始纷纷转型，想要抓住年轻消费群体，先有Dior加入抖音，后有爱马仕改logo，他们的目的都是很明确：成功俘虏年轻消费者的心。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息技术有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国服装协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国品牌女装及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了中国品牌女装行业发展状况和特点，以及中国品牌女装行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的品牌女装行业发展态势作了详细分析，并对品牌女装行业进行了趋向研判，是品牌女装开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前品牌女装业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 品牌女装行业发展综述

第一节 品牌女装行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 品牌女装行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、行业产业链上游相关行业分析

三、行业产业链下游相关行业分析

第二章 品牌女装行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 品牌女装行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、品牌女装行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、品牌女装产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、品牌女装产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、品牌女装技术发展水平

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第三章 中国品牌女装行业运行现状分析

第一节 中国品牌女装行业发展状况分析

一、中国品牌女装行业发展阶段

二、中国品牌女装行业发展概况

三、中国品牌女装行业发展特点

四、中国品牌女装行业商业模式

第二节 中国品牌女装行业总体规模

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第三节 中国品牌女装行业财务指标

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第四章 中国品牌女装行业供需及进出口分析

第一节 中国品牌女装行业产销情况分析

一、中国品牌女装行业工业总产值

二、中国品牌女装行业工业销售产值

三、中国品牌女装行业产销率

第二节 2019-2023年中国品牌女装市场供需分析

一、品牌女装市场供给情况

二、品牌女装市场需求情况

三、品牌女装产品价格走势

第三节 2019-2023年中国品牌女装市场进出口分析

一、2019-2023年品牌女装进口分析

二、2019-2023年品牌女装出口分析

三、2019-2023年品牌女装进出口前景展望

第五章 中国女装行业区域派系品牌格局分析

第一节 女装行业主要派系类别

第二节 女装行业区域派系品牌

一、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

二、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

三、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

四、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

五、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

六、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

七、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

八、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

第六章 中国品牌女装行业竞争层次及排名情况分析

第一节 品牌女装行业竞争层次分析

一、品牌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

二、品牌女装竞争者地位分析

- 1、相对领先层
- 2、挑战层
- 3、利基层

三、品牌女装市场竞争层次

- 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

第二节 品牌女装行业竞争排名分析

一、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

二、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

三、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

第七章 中国品牌女装行业领先企业经营分析

第一节 地素时尚股份有限公司

一、公司发展简介

二、公司市场定位

三、公司经营情况

四、公司销售模式

五、公司设计研发

六、公司品牌结构

七、公司品牌价值

第二节 广州爱帛服饰有限公司

一、公司发展简介

二、公司市场定位

三、公司经营情况

四、公司销售模式

五、公司设计研发

六、公司品牌结构

七、公司品牌价值

第三节 浙江印象实业股份有限公司

一、公司发展简介

二、公司市场定位

三、公司经营情况

四、公司销售模式

五、公司设计研发

六、公司品牌结构

七、公司品牌价值

第四节 北京吉芬时装设计股份有限公司

一、公司发展简介

二、公司市场定位

三、公司经营情况

四、公司销售模式

五、公司设计研发

六、公司品牌结构

七、公司品牌价值

第五节 湖北佐尔美服饰有限公司

一、公司发展简介

二、公司市场定位

三、公司经营情况

四、公司销售模式

五、公司设计研发

六、公司品牌结构

七、公司品牌价值

第六节 武汉太和控股股份有限公司

一、公司发展简介

二、公司市场定位

三、公司经营情况

四、公司销售模式

五、公司设计研发

六、公司品牌结构

七、公司品牌价值

第七节 深圳市叶子服装实业有限公司

一、公司发展简介

二、公司市场定位

三、公司经营情况

四、公司销售模式

五、公司设计研发

六、公司品牌结构

七、公司品牌价值

第八节 深圳影儿时尚集团有限公司

一、公司发展简介

二、公司市场定位

三、公司经营情况

四、公司销售模式

五、公司设计研发

六、公司品牌结构

七、公司品牌价值

第九节 上海斯尔丽服饰有限公司

一、公司发展简介

二、公司市场定位

三、公司经营情况

四、公司销售模式

五、公司设计研发

六、公司品牌结构

七、公司品牌价值

第十节 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司

一、公司发展简介

二、公司市场定位

三、公司经营情况

四、公司销售模式

五、公司设计研发

六、公司品牌结构

七、公司品牌价值

第八章 中国品牌女装行业并购整合趋势分析

第一节 行业并购整合环境

第二节 行业并购整合情况

一、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

二、行业不同并购类型

1、国内并购

2、海外并购

3、外资并购

三、pe/vc投资情况

四、行业并购经典案例

第三节 行业并购整合特征

一、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

二、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

第四节 行业并购整合趋势

一、并购的机遇与挑战

- 1、并购面临的机遇
- 2、并购面临的挑战

二、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

三、并购的风险与对策

第九章 2024-2029年品牌女装行业投资机会与风险防范

第一节 品牌女装行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、行业投资现状分析

第二节 2024-2029年品牌女装行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、品牌女装行业投资机遇

第三节 2024-2029年品牌女装行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国品牌女装行业投资建议

一、品牌女装行业主要投资建议

二、中国品牌女装企业融资分析

第十章 2024-2029年品牌女装行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年中国品牌女装行业发展预测

一、2024-2029年中国品牌女装市场规模预测

二、2024-2029年中国品牌女装行业供给预测

三、2024-2029年中国品牌女装行业需求预测

第二节 2024-2029年品牌女装市场发展前景

一、2024-2029年品牌女装市场发展潜力

二、2024-2029年品牌女装市场发展前景展望

三、2024-2029年品牌女装细分行业发展前景

第三节 2024-2029年品牌女装市场发展趋势预测

一、2024-2029年品牌女装行业发展趋势

二、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第四节 中国品牌女装行业存在的问题及对策

一、品牌女装行业存在的问题

二、品牌女装行业发展的对策

第十一章 中国品牌女装行业竞争趋势及策略

第一节 品牌女装行业竞争趋势预判

一、市场细化，竞争加剧

二、竞争日趋国际化

三、竞争手段多样化

四、转战二三线城市

五、电商加剧市场竞争

六、建立快速反应的运营体系

第二节 品牌女装行业竞争战略分析

一、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

二、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

三、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

第三节 品牌女装企业竞争策略构建

一、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

二、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

三、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

四、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

五、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

第四节 不同地位企业竞争策略选择

一、领导者竞争策略

二、挑战者竞争策略

三、追随者竞争策略

四、补缺者竞争策略

第十二章 研究结论及投资建议

第一节 品牌女装行业研究结论

第二节 中道泰和品牌女装行业研究建议

图表目录

图表：品牌女装行业生命周期

图表：品牌女装行业产业链结构

图表：2019-2023年全球品牌女装行业市场规模

图表：2019-2023年中国品牌女装行业市场规模

图表：2019-2023年品牌女装行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国品牌女装市场占全球份额比较

图表：2019-2023年品牌女装行业工业总产值

图表：2019-2023年品牌女装行业销售收入

图表：2019-2023年品牌女装行业利润总额

图表：2019-2023年品牌女装行业资产总计

图表：2019-2023年品牌女装行业负债总计

图表：2019-2023年品牌女装行业竞争力分析

图表：2019-2023年品牌女装市场价格走势

图表：2019-2023年品牌女装行业主营业务收入

图表：2019-2023年品牌女装行业主营业务成本

图表：2019-2023年品牌女装行业销售费用分析

图表：2019-2023年品牌女装行业管理费用分析

图表：2019-2023年品牌女装行业财务费用分析

图表：2019-2023年品牌女装行业销售毛利率分析

图表：2019-2023年品牌女装行业销售利润率分析

图表：2019-2023年品牌女装行业成本费用利润率分析

图表：2019-2023年品牌女装行业总资产利润率分析

图表：2019-2023年品牌女装行业需求分析

图表：2019-2023年品牌女装行业进口数据

图表：2019-2023年品牌女装行业出口数据

图表：2019-2023年品牌女装行业集中度

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20190725/129709.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)