

2021-2027年中国女装折扣 行业前景展望与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国女装折扣行业前景展望与投资战略报告》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.cction.com/report/202012/195404.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

女士穿着的衣物统称为女装。服饰的变迁是一部历史，是一个时代发展的缩影。它是这个时代进步、文明、兴旺发达、繁荣昌盛的象征。它在记录历史变革的同时，也映衬着一种民族的文化，传承着当地的历史文化风俗，女装更是其中不可缺少的一部分。女装品牌与款式的多元化推动了时装的发展。 日本各品类人均服装消费金额对比（单位：美元）美国各品类人均服装消费金额对比（单位：美元）

中企顾问网发布的《2021-2027年中国女装折扣行业前景展望与投资战略报告》共八章。首先介绍了中国女装折扣行业市场发展环境、女装折扣整体运行态势等，接着分析了中国女装折扣行业市场运行的现状，然后介绍了女装折扣市场竞争格局。随后，报告对女装折扣做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国女装折扣行业发展趋势与投资预测。您若想对女装折扣产业有个系统的了解或者想投资中国女装折扣行业，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：

第一章 2019年折扣女装行业发展环境分析

第一节 2019年国内宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2019年中国折扣女装行业发展政策环境分析

一、折扣女装行业主管部门、行业管理体制

二、折扣女装行业主要法规与产业政策

第三节 2019年中国购物中心产业社会环境分析

第二章 2019年折扣女装行业特性分析

第一节 2019年折扣女装行业竞争格局

- 一、2019年折扣女装行业竞争分析
- 二、2019年折扣女装行业市场集中度
- 第二节 折扣女装行业进入壁垒
 - 一、进入壁垒
 - 二、进入壁垒分析
- 第三节 折扣女装行业经营模式
- 第四节 折扣女装行业SWOT分析
 - 一、优势
 - 二、劣势
 - 三、机会
 - 四、威胁
- 第五节 折扣女装行业的区域性、周期性特征
 - 一、折扣女装行业的区域分布
 - 二、折扣女装行业的周期性
- 第六节 折扣女装行业上下游行业关联性分析

第三章 2019年全球折扣女装行业发展分析

- 第一节 全球折扣女装行业现状
 - 一、全球折扣女装行业发展分析
 - 二、全球折扣女装行业发展存在的问题
 - 三、全球折扣女装行业发展建议
- 第二节 全球折扣女装竞争格局

第四章 2019年中国折扣女装行业分析

- 第一节 中国折扣女装行业分析
 - 一、2019年中国折扣女装现状行业分析

品牌折扣是地地道道的“舶来名词”。这种在国外称作outlets的业态最早出现在美国。奥特莱斯“是英文OUTLETS的中文直译。其英文原意是“出口、出路、排出口”，在零售商业中专指由销售名牌过季、下架、断码商品的商店组成的购物中心，因此也被称为“品牌直销购物中心（爱人屋2010）”。该商业模式迄今已有近一百年的历史，现已慢慢形成类似Shopping Mall的大型Outlets购物中心，并逐渐发展成为一种独立的零售业态。

品牌折扣女装有哪些?折扣女装店一直以来深受女士青睐,折扣店女装店不仅款式多,并且价格优廉,更能有效的抓住消费者的“胃口”,中国女装人均服装消费金额在各品类服装中金额最大,所以折扣女装市场巨大。中国各品类人均服装消费金额对比(单位:美元)

二、2019年中国折扣女装行业品牌现状分析

第二节 2019年中国折扣女装市场容量分析

第三节 行业现阶段发展特点分析

第四节 2021-2027年中国折扣女装产能及产量预测

第五章 2019年中国折扣女装行业进出口分析

第一节 折扣女装行业进口分析

一、2019年折扣女装行业进口总量

二、2019年折扣女装行业进口总额

第二节 折扣女装行业出口分析

一、2019年折扣女装行业出口总量

二、2019年折扣女装行业出口总额

第六章 中国折扣女装行业产品技术发展分析

第一节 当前中国折扣女装技术发展现况分析

一、技术发展现状

二、技术特征

第二节 中国折扣女装产品技术成熟度分析

第三节 中外折扣女装技术差距及其主要因素分析

第四节 提高中国折扣女装技术的策略

第七章 国内主要折扣女装企业及竞争格局

第一节 优势企业分析

一、福建众和股份有限公司

二、北京探路者户外用品股份有限公司

三、东莞市搜于特服装股份有限公司

四、凯撒(中国)股份有限公司

五、LANCY朗姿股份有限公司

六、玖浙江玖姿实业股份有限公司

七、宝姿时装有限公司

八、湖北美尔雅股份有限公司

九、湖南华升股份有限公司

十、大连大杨创世股份有限公司

第二节 行业竞争格局

第八章 2021-2027年折扣女装行业投资建议

第一节 2021-2027年折扣女装行业投资环境分析

一、2021-2027年折扣女装行业投资政策环境

二、2021-2027年折扣女装行业投资市场环境

第二节 折扣女装行业投资风险分析

一、市场风险

二、竞争风险

三、政策风险

四、税收风险

五、他其他风险

第三节 折扣女装行业投资建议

第九章 2021-2027年中国折扣女装行业发展预测

第一节 2021-2027年折扣女装行业发展趋势分析

第二节 2021-2027年未来折扣女装行业技术开发方向

第三节 2021-2027年折扣女装行业发展前景预测

一、2021-2027年折扣女装行业发展规模预测

二、2021-2027年折扣女装行业发展财务预测

第十章 中国女装折扣业经营与营销策略

第一节 女装折扣业的营销手段

一、展会促销

二、价格促销

三、广告促销

四、加盟连锁

五、渠道营销

六、网络营销

七、品牌营销

八、关系营销

第二节 女装折扣行业经营策略

一、中国女装折扣行业连锁经营分析

二、女装折扣连锁经营企业市场战略

三、中国女装折扣加盟商与区域选择策略

四、中国女装折扣行业经营策略调整

第三节 女装折扣行业品牌发展策略

第四节 女装折扣行业营销策略

一、国内女装折扣行业的分销策略分析

二、中国女装折扣企业节假日促销策略

三、中国女装折扣企业的情感营销策略

四、中国女装折扣行业的终端营销攻略

第五节 女装折扣业成功营销案例分析

第十一章 女装折扣行业投资战略研究（）

第一节 女装折扣行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对我国女装折扣品牌的战略思考

一、女装折扣品牌的重要性

二、女装折扣实施品牌战略的意义

三、女装折扣企业品牌的现状分析

四、我国女装折扣企业的品牌战略

五、女装折扣品牌战略管理的策略

第三节 女装折扣经营策略分析

一、女装折扣市场细分策略（）

二、女装折扣市场创新策略
三、品牌定位与品类规划
四、女装折扣新产品差异化战略
第四节 女装折扣行业投资战略

图表目录：

图表：2019年服装产量增长趋势

图表：2019年服装行业规模以上企业服装产量增长趋势

图表：服装主要产区产量增长幅度示意

图表：2019年服装行业主要经济指标

图表：2019年服装行业盈利情况

图表：2019年服装制造业主要经济指标历年增长幅度

图表：2019年纺织服装制造业经营指标变化及趋势

图表：2019年纺织服装制造业资产变化趋势

图表：2019年纺织服装制造业负债变化趋势

图表：2019年纺织服装制造业产品销售收入变化趋势

图表：2019年纺织服装制造业产品利润总额变化趋势

图表：2019年社会商品零售总额增长示意图

图表：2019年全国重点大型百货商场服装销售额增长趋势

图表：2019年全国重点大型百货商场服装销售量增长趋势

图表：2019年月全国重点大型百货商场服装与女装销售对比

图表：北京不同来源地的品牌女鞋市场覆盖率排名

图表：北京不同来源地的品牌女鞋市场覆盖率排名

图表：北京品牌女鞋的分布状况表

图表：2019年我国女装出口情况表

图表：2021-2027年中国女装折扣市场规模预测

图表：2021-2027年中国女装折扣需求规模预测

图表：2021-2027年中国女装折扣供给规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/195404.html>