

2022-2028年中国品牌女装 行业发展趋势与行业前景预测报告

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

《2022-2028年中国品牌女装行业发展趋势与行业前景预测报告》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/202204/286191.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

疫情影响终端零售及公司加大经销系统扶植力度，收入端下滑，非经因素增厚业绩。2019年，女装板块实现营收、归母净利润109.7亿元、8.3亿元，同比+11.6%、-26.8%；其中，19Q4女装板块实现营收、归母净利润32.8亿元、0.9亿元，同比+12.3%、-70.4%，环比19Q3分别+3.4pct、-56.2pct。2019年，女装企业收入端维持双位数增速主要系安正时尚并购礼尚信息（18年仅并表11-12月）带动，若剔除并表因素影响，终端零售相对低迷及加盟商提货积极性较低，拖累收入增速继续回落；而考虑到受到打折促销力度加大带动的毛利率下降、费用相对刚性，以及朗姿股份大规模计提跌价损失和锦泓集团上年同期一次性收益导致的高基数影响，预计利润端同比显著下滑。

20Q1女装板块实现营收、归母净利润21.7亿元、3.2亿元，同比-16.1%、+24.0%，较19Q4环比-28.4pct和+94.4pct。新冠疫情影响拖累服装零售，且品牌加大对经销系统的支持力度，共同拖累收入端同比显著下滑，利润端同比增长主要系歌力思和安正时尚转让电商代运营企业部分股权所带来的一次性收购贡献驱动，女装板块扣非净利同比下滑92.3%，显著弱于收入端。

从重点跟踪公司表现来看：（1）发力新零售，安正时尚零售表现优于同行。20Q1，安正时尚服装主业收入同比下滑4%，下滑幅度显著弱于行业，主要系公司发力电商渠道及新零售，其中电商渠道同比录得翻倍增长；礼尚信息专注母婴代运营，具备刚需属性，疫情期间受益母婴消费线上转移一季度收入同比增长20%，利润端表现更优。（2）扎实的VIP客群运营，歌力思直营渠道表现相对较优。20Q1公司直营收入同比小幅下滑17%，但加盟收入同比下滑超过50%，考虑到打折促销力度的加大以及费用刚性等因素共同拖累扣非净利转负，百秋电商股权转让的一次性收益是带动利润端高增的主要因素。

19A女装板块营收/归母净利同比+11.6%/-26.8% 20Q1女装板块营收/归母净利同比-16.1%及+24.0%

中企顾问网发布的《2022-2028年中国品牌女装行业发展趋势与行业前景预测报告》共十三章。首先介绍了中国品牌女装行业市场发展环境、品牌女装整体运行态势等，接着分析了中国品牌女装行业市场运行的现状，然后介绍了品牌女装市场竞争格局。随后，报告对品牌女装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国品牌女装行业发展趋势与投资预测。若您想对品牌女装产业有个系统的了解或者想投资中国品牌女装行业，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：

第一部分 产业环境透视

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 品牌女装行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 品牌女装行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

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

1、品牌女装行业国家发展规划

2、品牌女装行业地方发展规划

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

- 1、国际宏观经济形势分析
- 2、国内宏观经济形势分析
- 3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

- 1、经济复苏对行业的影响
- 2、货币政策对行业的影响
- 3、区域规划对行业的影响

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、品牌女装技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、我国品牌女装行业新技术研究

二、品牌女装技术发展水平

- 1、我国品牌女装行业技术水平所处阶段
- 2、与国外品牌女装行业的技术差距

三、2015-2019年品牌女装技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国品牌女装行业运行现状分析

第一节 我国品牌女装行业发展状况分析

一、我国品牌女装行业发展阶段

二、我国品牌女装行业发展总体概况

2018Q3~2019Q1主要奢侈品牌亚洲或中国地区收入平均增速分别为12.7%/14.7%/16.2%，奢侈品或已出现回暖迹象，在此背景下，下半年中高端需求有望企稳回升。

从国内主要的中高端品牌看，多呈现2019Q1收入增速环比2018Q4改善趋势。主要奢侈品牌(亚洲或中国)/国内中高端品牌销售额平均增速

中高端品牌客群重品质、重品牌与自身风格的契合度，因此持续推出符合消费者需求的产品是保持品牌力的保证。而在消费者需求多变的环境下，强劲的设计研发力是防止品牌老化的关键。

中高端品牌约70%--80%的销售额来自VIP客户，因此如何吸纳新客户、提高老客户粘性是提高终端效率的关键。如歌力思/地素通过有效的会员精细化管理，终端效率提升明显。

单个中高端女装集团规模相对大众小（CR10为14%远低于奢侈品市场(53%)），且多为国产品牌。单个品牌当产品力、会员精细化管理能力等方面有较大提升时，其销售增速有望超越行业。

国产中高端女装品牌性价比高，价格在1000~5000之间，而海外二线女装品牌多在3000~10000元。且国际品牌在进入中国市场时多采用代理的模式，相比之下国产品牌直营门店占比高，因此在产品选择和对市场反应速度上具有优势。同时，价格和渠道的优势使得国产品牌下沉空间更大，具备较大发展潜力。

三、我国品牌女装行业发展特点分析

四、我国品牌女装行业商业模式分析

第二节 2015-2019年品牌女装行业发展现状

一、2015-2019年我国品牌女装行业市场规模

二、2015-2019年我国品牌女装行业发展分析

三、2015-2019年中国品牌女装企业发展分析

第三节 2015-2019年品牌女装市场情况分析

一、2015-2019年中国品牌女装市场总体概况

二、2015-2019年中国品牌女装产品市场发展分析

第四节 我国品牌女装市场价格走势分析

一、品牌女装市场定价机制组成

二、品牌女装市场价格影响因素

三、2015-2019年品牌女装产品价格走势分析

四、2022-2028年品牌女装产品价格走势预测

第四章 我国品牌女装所属行行业整体运行指标分析

第一节 2015-2019年中国品牌女装所属行行业总体规模分析

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

第二节 2015-2019年中国品牌女装所属行行业产销情况分析

一、我国品牌女装行业工业总产值

二、我国品牌女装行业工业销售产值

三、我国品牌女装行业产销率

第三节 2015-2019年中国品牌女装所属行行业财务指标总体分析

一、所属行行业盈利能力分析

1、我国品牌女装行业销售利润率

2、我国品牌女装行业成本费用利润率

3、我国品牌女装行业亏损面

二、所属行行业偿债能力分析

1、我国品牌女装行业资产负债比率

2、我国品牌女装行业利息保障倍数

三、所属行行业营运能力分析

1、我国品牌女装行业应收帐款周转率

2、我国品牌女装行业总资产周转率

3、我国品牌女装行业流动资产周转率

四、所属行行业发展能力分析

1、我国品牌女装行业总资产增长率

2、我国品牌女装行业利润总额增长率

3、我国品牌女装行业主营业务收入增长率

4、我国品牌女装行业资本保值增值率

第三部分 市场全景调研

第五章 品牌女装行业产业结构分析

第一节 品牌女装产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
 - 二、各细分市场领先企业排名
 - 三、各细分市场占总市场的结构比例
 - 四、领先企业的结构分析（所有制结构）
- 第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析
- 一、产业价值链的构成
 - 二、产业链条的竞争优势与劣势分析
- 第三节 产业结构发展预测
- 一、产业结构调整指导政策分析
 - 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
 - 三、中国品牌女装行业参与国际竞争的战略市场定位
 - 四、产业结构调整方向分析

第六章 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

第四部分 竞争格局分析

第七章 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

第八章 品牌女装行业领先企业经营形势分析

第一节 地素时尚股份有限公司

一、公司发展简介

二、公司品牌与业务

三、公司市场定位

四、公司销售模式

五、公司设计研发实力

六、公司经营情况分析

第二节 广州爱帛服饰有限公司

一、公司发展简介

二、公司品牌与业务

三、公司市场定位

四、公司销售模式

五、公司设计研发实力

六、公司经营情况分析

第三节 浙江印象实业股份有限公司

一、公司发展简介

二、公司品牌与业务

三、公司市场定位

四、公司销售模式

五、公司设计研发实力

六、公司经营情况分析

第四节 北京吉芬时装设计有限公司

一、公司发展简介

二、公司品牌与业务

三、公司市场定位

四、公司销售模式

五、公司设计研发实力

六、公司经营情况分析

第五节 湖北佐尔美服饰有限公司

一、公司发展简介

二、公司品牌与业务

三、公司市场定位

四、公司销售模式

五、公司设计研发实力

六、公司经营情况分析

第六节 武汉太和控股股份有限公司

一、公司发展简介

二、公司品牌与业务

三、公司市场定位

四、公司销售模式

五、公司设计研发实力

六、公司经营情况分析

第七节 深圳市叶子服装实业有限公司

- 一、公司发展简介
- 二、公司品牌与业务
- 三、公司市场定位
- 四、公司销售模式
- 五、公司设计研发实力
- 六、公司经营情况分析

第八节 深圳影儿时尚集团有限公司

- 一、公司发展简介
- 二、公司品牌与业务
- 三、公司市场定位
- 四、公司销售模式
- 五、公司设计研发实力
- 六、公司经营情况分析

第九节 上海斯尔丽服饰有限公司

- 一、公司发展简介
- 二、公司品牌与业务
- 三、公司市场定位
- 四、公司销售模式
- 五、公司设计研发实力
- 六、公司经营情况分析

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、公司品牌与业务
- 三、公司市场定位
- 四、公司销售模式
- 五、公司设计研发实力
- 六、公司经营情况分析

第五部分 发展前景展望

第九章 2022-2028年品牌女装行业前景及趋势预测

第一节 2022-2028年品牌女装市场发展前景

- 一、2022-2028年品牌女装市场发展潜力

- 二、2022-2028年品牌女装市场发展前景展望
- 三、2022-2028年品牌女装细分行业发展前景分析

第二节 2022-2028年品牌女装市场发展趋势预测

- 一、2022-2028年品牌女装行业发展趋势
- 二、2022-2028年品牌女装市场规模预测
 - 1、品牌女装行业市场容量预测
 - 2、品牌女装行业销售收入预测
- 三、2022-2028年品牌女装行业应用趋势预测
- 四、2022-2028年细分市场发展趋势预测

第三节 2022-2028年中国品牌女装行业供需预测

- 一、2022-2028年中国品牌女装行业供给预测
- 二、2022-2028年中国品牌女装行业产量预测
- 三、2022-2028年中国品牌女装市场销量预测
- 四、2022-2028年中国品牌女装行业需求预测
- 五、2022-2028年中国品牌女装行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十章 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

第十一章 2022-2028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、品牌女装行业投资现状分析
 - 1、品牌女装产业投资经历的阶段
 - 2、2015-2019年品牌女装行业投资状况回顾
 - 3、2015-2019年中国品牌女装行业风险投资状况

4、2022-2028年我国品牌女装行业的投资态势

第二节 2022-2028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 2022-2028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、品牌女装行业未来发展方向

二、品牌女装行业主要投资建议

三、中国品牌女装企业融资分析

1、中国品牌女装企业IPO融资分析

2、中国品牌女装企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十二章 2022-2028年品牌女装行业面临的困境及对策

第一节 2015-2019年品牌女装行业面临的困境

第二节 品牌女装企业面临的困境及对策

一、重点品牌女装企业面临的困境及对策

1、重点品牌女装企业面临的困境

2、重点品牌女装企业对策探讨

二、中小品牌女装企业发展困境及策略分析

1、中小品牌女装企业面临的困境

2、中小品牌女装企业对策探讨

三、国内品牌女装企业的出路分析

第三节 中国品牌女装行业存在的问题及对策

一、中国品牌女装行业存在的问题

二、品牌女装行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国品牌女装市场发展面临的挑战与对策

第十三章 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

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 品牌女装行业研究结论及建议（）

第二节 品牌女装子行业研究结论及建议

第三节 品牌女装行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议（）
- 三、行业投资方式建议

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：2015-2019年全球品牌女装行业市场规模
- 图表：2015-2019年中国品牌女装行业市场规模
- 图表：2015-2019年品牌女装行业重要数据指标比较
- 图表：2015-2019年中国品牌女装市场占全球份额比较
- 图表：2015-2019年品牌女装行业工业总产值
- 图表：2015-2019年品牌女装行业销售收入
- 图表：2015-2019年品牌女装行业利润总额
- 图表：2015-2019年品牌女装行业资产总计
- 图表：2015-2019年品牌女装行业负债总计
- 图表：2015-2019年品牌女装行业竞争力分析
- 图表：2015-2019年品牌女装市场价格走势
- 图表：2015-2019年品牌女装行业主营业务收入
- 图表：2015-2019年品牌女装行业主营业务成本
- 图表：2015-2019年品牌女装行业销售费用分析
- 图表：2015-2019年品牌女装行业管理费用分析
- 图表：2015-2019年品牌女装行业财务费用分析
- 图表：2015-2019年品牌女装行业销售毛利率分析

图表：2015-2019年品牌女装行业销售利润率分析

图表：2015-2019年品牌女装行业成本费用利润率分析

图表：2015-2019年品牌女装行业总资产利润率分析

图表：2015-2019年品牌女装行业需求分析

图表：2015-2019年品牌女装行业进口数据

图表：2015-2019年品牌女装行业出口数据

图表：2015-2019年品牌女装行业集中度

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/286191.html>