

2020-2026年中国高端女装 行业分析与投资战略报告

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

《2020-2026年中国高端女装行业分析与投资战略报告》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/202005/164599.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

报告目录：

第一章 高端女装行业概述

第一节 高端女装的基本概念

一、女装市场的分类

二、高端女装的内涵

三、高端女装技术特点

四、高端女装产品分类

（一）连衣裙

（二）职业女装

（三）时尚女装

（四）女裤

五、国际高端女装品牌

第二节 高端女装行业进入壁垒

一、服装品牌壁垒

二、销售渠道壁垒

三、设计研发壁垒

第三节 高端女装消费群体特征分析

一、高端女装消费群体概述

（一）女性消费需求特点分析

（二）高端女装消费人群界定

二、高端女装消费群体特点

（一）更注重服装设计

（二）更注重服装细节

（三）感性消费更明显

三、高端女装消费群体行为特点

四、高端女装消费行为影响因素

五、高端女装消费行为研究启示

第二章 中国高端女装行业运行环境分析

第一节 中国宏观经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节高端女装行业政策环境分析

一、行业监管部门与管理体制

二、行业主要法律法规及政策

三、女装零售业相关法规政策

第三节高端女装行业社会环境分析

一、女性人口数量分析

二、女性受教育水平分析

三、中国城镇化水平分析

四、城乡居民衣着消费情况

五、中产阶级规模增长分析

第三章中国女装行业发展情况

第一节中国服务行业市场发展概况

一、中国服装行业发展概述

（一）中国服装行业发展历程

（二）中国服装行业发展特点

（三）中国服装行业运行情况

二、服装行业经营效益分析

（一）中国服装行业企业规模

（二）中国服装行业资产规模

（三）中国服装行业销售收入

（四）中国服装行业利润总额

（五）中国服装行业毛利率分析

三、服装行业生产情况分析

四、服装行业市场竞争状况

五、服装行业发展趋势分析

第二节中国女装行业现状分析

一、女装行业发展历程分析

二、中国女装行业市场概况

三、中国女装品牌发展现状

四、女装行业市场结构分析

五、女装行业市场规模分析

（一）女装市场零售额分析

（二）女士套装市场分析

（三）女士衬衫市场分析

（四）女士夹克外套分析

（五）女士连衣裙市场分析

（六）女士裤装市场分析

第三节女装行业市场发展特点

一、女装行业技术水平情况

二、女装行业品牌发展特点

三、女装品牌的市场集中度

第四章中国高端女装行业市场发展分析

第一节中国高端女装行业发展情况

一、高端女装行业发展阶段分析

二、中国高端女装行业发展现状

三、高端女装行业市场发展特征

四、高端女装行业市场规模分析

五、高端女装业发展存在的问题

第二节中国高端女装市场发展态势

一、女性服装消费高端化趋势明显

二、中国高端女装具备国际影响力

三、中国企业进军高级定制女装市场

四、高端女装销售向非省会城市扩张

第三节高端女装企业经营模式分析

一、采购模式分析

二、生产模式分析

三、销售模式分析

第五章中国高端女装市场竞争状况及策略分析

第一节中国高端女装市场竞争现状分析

一、高端女装市场竞争格局

二、高端女装市场竞争程度

三、高端女装品牌集中度低

四、高端领先品牌格局稳固

五、国内品牌竞争情况分析

第二节国内外高端女装企业竞争力对比

一、国外高端女装品牌竞争优势

二、自主高端女装品牌竞争优势

（一）具有高性价比优势

（二）产品款式丰富多样

（三）板型更适合中国人

（四）渠道空间优势明显

第三节高端女装行业竞争趋势分析

一、行业集中度逐渐提升

二、市场竞争将日趋激烈

三、竞争向内生增长转型

第六章中国高端女装行业市场营销分析

第一节高端女装品牌销售渠道分析

一、国内高端女装销售渠道

二、高端女装渠道建设特点

三、高端女装营销方式分析

四、行业销售受网购冲击小

第二节高端女装市场营销策略分析

一、多品牌发展突破渠道稀缺瓶颈

二、高端女装多品牌延伸策略分析

三、新营销模式突破高端女装瓶颈

四、高端女装品牌店视觉营销策略

五、品牌运作及精细化管理提升店效

第三节中年女性高端女装市场营销策略

一、中年高端女装需求分析

二、商场产品展示营销策略

三、中年女装文化营销策略

四、中年女装服务营销策略

第四节知名高端女装品牌营销实例

一、朗姿溢价零售模式

二、宝姿品牌运作样本

三、哥弟细分市场策略

第七章中国高端女装行业重点企业竞争力分析

第一节朗姿股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第二节宝国国际控股有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第三节慕诗国际集团有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第四节深圳歌力思服饰股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第五节深圳珂莱蒂尔控股有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第六节深圳玛丝菲尔时装股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第七节维格娜丝时装股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第八节欣贺股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第九节浙江华之毅时尚集团有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第十节上海斯尔丽服饰有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第十一节卢华（天津）服装有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第十二节北京卓欧制衣有限责任公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第十三节浙江敦奴联合实业股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第十四节深圳市赢家服饰有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第十五节广东哥弟时尚服饰研发有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营范围分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第八章2020-2026中国高端女装行业发展前景与投资策略分析

第一节中国高端女装行业影响因素分析

一、影响高端女装行业发展的有利因素

二、影响高端女装行业发展的不利因素

第二节年高端女装市场发展前景分析

一、中国女装行业发展前景分析

（一）政策支持自主品牌发展

(二) 居民消费支出加大需求

(三) 理性竞争促进市场发展

二、 高端女装行业市场前景可观

三、 自主高端女装增长潜力巨大

四、 成熟商务女装发展空间较大

第三节 年高端女装行业投资风险分析

一、 产业政策风险

二、 市场竞争风险

三、 潮流趋势风险

四、 品牌维护风险

五、 人才短缺风险

第四节 年高端女装行业投资策略建议

一、 重视品牌文化建设

二、 提升品牌运营能力

三、 稳定持续的资金支持

四、 围绕市场需求研发产品

部分图表目录：

图表1 女装按消费人群及着装风格细分

图表2 女装市场按价格细分

图表3 连衣裙的主要分类

图表4 女裤的主要分类方式及类别

图表5 部分国际高端女装品牌简介

图表6 高端女装消费群体的分类和特点

图表7 各类型高端女装消费群体占比图

图表8 各类因素对不同类型高端女装消费群体行为的影响

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164599.html>