

2022-2028年中国时尚产品 设计产业发展现状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年中国时尚产品设计产业发展现状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/202204/285129.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

在设计学科领域内，产品设计（ProductDesign）首先属于一个门类，与视觉传达设计和空间环境设计共同构成设计的全部内容，是协调产品与人之间的关系，实现产品人机功能和人文美学品质等目的之途径。在此，时尚产品及其设计即是其中的一个设计分支，以“时尚”要素为表达载体协调产品与消费者之间的关系。

2018年全球时尚行业市场规模达到了万亿美元，同比增长4.8%，时尚产品设计行业的市场规模亦随之增长。目前大众时尚行业呈现的“快时尚”趋势，正在深刻改变着时尚产品设计行业的竞争格局。2007-2015年，H&M、ZARA等全球领先的快时尚品牌收入增长率显著高于整体服装鞋帽行业；即使在2008年贸易战时期，该等快时尚品牌依然保持了两位数的增长率。“快时尚”潮流下，传统的设计工作室已经很难满足大众品牌快时尚潮流下的设计需求，具有量贩式设计能力的设计机构逐渐成为时尚产品设计行业的中坚力量。

我国的时尚产品设计行业起步较晚，到目前可以分为三个阶段：我国的时尚产品设计行业起步较晚，到目前可以分为三个阶段： 第一阶段：萌芽阶段 20世纪90年代开始，随着我国工业水平的提高，工业产品逐步显现对于产品设计的需求，该阶段所谓的时尚产品设计更多的体现为工匠设计，即制造商从自身理解塑造产品外观，缺乏专业设计人员，设计作品设计度较低。该阶段我国鞋履行业以OEM代工为主要经营模式，缺乏研发设计能力，或依赖品牌商的设计图纸进行生产加工，或简单模仿市场上的款式进行制造销售。 第二阶段：起步阶段 21世纪之初，随着我国加入世贸组织，国内消费品市场竞争日趋激烈，消费市场从卖方市场转为买方市场，生产企业愈发重视时尚产品设计对于消费品提供的竞争优势。与此同时，国内高等院校也逐步建立和发展了体系化的设计专业课程，形成了专业化的设计师培养系统，逐步出现了一批专业的设计师人才。该阶段我国鞋履行业从单纯的OEM企业开始向附加值更高的品牌营销环节转移，我国出现了一批以奥康、红蜻蜓、匹克、安踏为代表的品牌鞋企，品牌企业主要通过招聘和培养设计专业人才，形成了专业化的内部设计团队满足自身鞋履设计需求，同时，在各个鞋企产业集聚地也出现了一些以门店或者工作室形式为主的小型设计机构。 第三阶段：专业化阶段 2010年至今，随着“快时尚”潮流的显现和互联网对于销售地域桎梏的解决，传统的内部设计部门或者工作室形式的小型设计机构已经不能满足“快时尚”潮流下对于时尚产品设计量贩式的设计需求，“快时尚”设计款多、时短的需求叠加互联网销售模式使得企业的产品需要面对全国甚至全球不同偏好的消费者，独立第三方的大型设计机构出现，如专注于服装、家居、化妆品设计领域的法国娜丽罗荻设计事务所、色彩领域的法国贝克莱尔等。在鞋服行业中，ZARA

、H&M、优衣库等产业巨头引领的“快时尚”潮流更加剧了该领域品牌企业对于独立第三方设计企业的需求，如专注于运动服装设计领域的柏堡龙、专注于鞋履设计行业的中胤时尚等。 数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国时尚产品设计产业发展现状与行业前景预测报告》共十四章。首先介绍了时尚产品设计行业市场发展环境、时尚产品设计整体运行态势等，接着分析了时尚产品设计行业市场运行的现状，然后介绍了时尚产品设计市场竞争格局。随后，报告对时尚产品设计做了重点企业经营状况分析，最后分析了时尚产品设计行业发展趋势与投资预测。您若想对时尚产品设计产业有个系统的了解或者想投资时尚产品设计行业，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 时尚产品设计行业发展综述

1.1 时尚产品设计行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 时尚产品设计行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 时尚产品设计行业在国民经济中的地位

1.2.3 时尚产品设计行业生命周期分析

（1）行业生命周期理论基础

（2）时尚产品设计行业生命周期

1.3 最近3-5年中国时尚产品设计行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 时尚产品设计行业运行环境分析

2.1 时尚产品设计行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 时尚产品设计行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 时尚产品设计行业社会环境分析

2.3.1 时尚产品设计产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 时尚产品设计产业发展对社会发展的影响

2.4 时尚产品设计行业技术环境分析

2.4.1 时尚产品设计技术分析

2.4.2 时尚产品设计技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国时尚产品设计所属行业运行分析

3.1 我国时尚产品设计行业发展状况分析

3.1.1 我国时尚产品设计行业发展阶段

3.1.2 我国时尚产品设计行业发展总体概况

3.1.3 我国时尚产品设计行业发展特点分析

3.2 2015-2019年时尚产品设计行业发展现状

3.2.1 2015-2019年我国时尚产品设计行业市场规模

3.2.2 2015-2019年我国时尚产品设计行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国时尚产品设计企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 时尚产品设计细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 时尚产品设计产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年时尚产品设计价格走势

3.5.2 影响时尚产品设计价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2022-2028年时尚产品设计产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要时尚产品设计企业价位及价格策略

第四章 我国时尚产品设计所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国时尚产品设计所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 所属行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国时尚产品设计所属行业产销情况分析

4.2.1 我国时尚产品设计所属行业工业总产值

4.2.2 我国时尚产品设计所属行业工业销售产值

4.2.3 我国时尚产品设计所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国时尚产品设计所属行业财务指标总体分析

4.3.1 所属行业盈利能力分析

4.3.2 所属行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国时尚产品设计行业供需形势分析

5.1 时尚产品设计行业供给分析

5.1.1 2015-2019年时尚产品设计行业供给分析

5.1.2 2022-2028年时尚产品设计行业供给变化趋势

5.1.3 时尚产品设计行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国时尚产品设计行业需求情况

5.2.1 时尚产品设计行业需求市场

5.2.2 时尚产品设计行业客户结构

5.2.3 时尚产品设计行业需求的地区差异

5.3 时尚产品设计市场应用及需求预测

5.3.1 时尚产品设计应用市场总体需求分析

(1) 时尚产品设计应用市场需求特征

(2) 时尚产品设计应用市场需求总规模

5.3.2 2022-2028年时尚产品设计行业领域需求量预测

(1) 2022-2028年时尚产品设计行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2022-2028年时尚产品设计行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业时尚产品设计产品/服务需求分析预测

第六章 时尚产品设计行业产业结构分析

6.1 时尚产品设计产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国时尚产品设计行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国时尚产品设计行业产业链分析

7.1 时尚产品设计行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 时尚产品设计上游行业分析

7.2.1 时尚产品设计产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对时尚产品设计行业的影响

7.3 时尚产品设计下游行业分析

7.3.1 时尚产品设计下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对时尚产品设计行业的影响

第八章 我国时尚产品设计行业渠道分析及策略

8.1 时尚产品设计行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对时尚产品设计行业的影响

8.1.3 主要时尚产品设计企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 时尚产品设计行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 时尚产品设计行业营销策略分析

8.3.1 中国时尚产品设计营销概况

8.3.2 时尚产品设计营销策略探讨

8.3.3 时尚产品设计营销发展趋势

第九章 我国时尚产品设计行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 时尚产品设计行业竞争结构分析

- (1) 现有企业间竞争
- (2) 潜在进入者分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结

9.1.2 时尚产品设计行业企业间竞争格局分析

9.1.3 时尚产品设计行业集中度分析

9.1.4 时尚产品设计行业SWOT分析

9.2 中国时尚产品设计行业竞争格局综述

9.2.1 时尚产品设计行业竞争概况

- (1) 中国时尚产品设计行业竞争格局
- (2) 时尚产品设计行业未来竞争格局和特点
- (3) 时尚产品设计市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国时尚产品设计行业竞争力分析

- (1) 我国时尚产品设计行业竞争力剖析
- (2) 我国时尚产品设计企业市场竞争的优势
- (3) 国内时尚产品设计企业竞争能力提升途径

9.2.3 时尚产品设计市场竞争策略分析

第十章 时尚产品设计行业领先企业经营形势分析

10.1 A公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 B公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 C公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 D 公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 公司经营状况

10.4.5 公司发展规划

10.5 E公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 公司经营状况

10.5.5 公司发展规划

第十一章 2022-2028年时尚产品设计行业投资前景

11.1 2022-2028年时尚产品设计市场发展前景

11.1.1 2022-2028年时尚产品设计市场发展潜力

11.1.2 2022-2028年时尚产品设计市场发展前景展望

11.1.3 2022-2028年时尚产品设计细分行业发展前景分析

11.2 2022-2028年时尚产品设计市场发展趋势预测

11.2.1 2022-2028年时尚产品设计行业发展趋势

11.2.2 2022-2028年时尚产品设计市场规模预测

11.2.3 2022-2028年时尚产品设计行业应用趋势预测

11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测

11.3 2022-2028年中国时尚产品设计行业供需预测

11.3.1 2022-2028年中国时尚产品设计行业供给预测

11.3.2 2022-2028年中国时尚产品设计行业需求预测

11.3.3 2022-2028年中国时尚产品设计供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年时尚产品设计行业投资机会与风险

12.1 时尚产品设计行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2022-2028年时尚产品设计行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2022-2028年时尚产品设计行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 时尚产品设计行业投资战略研究

13.1 时尚产品设计行业发展战略研究

- 13.1.1 战略总体规划
- 13.1.2 技术开发战略
- 13.1.3 业务组合战略
- 13.1.4 区域战略规划
- 13.1.5 产业战略规划
- 13.1.6 营销品牌战略
- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国时尚产品设计品牌的战略思考
 - 13.2.1 时尚产品设计品牌的重要性
 - 13.2.2 时尚产品设计实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 时尚产品设计企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国时尚产品设计企业的品牌战略
 - 13.2.5 时尚产品设计品牌战略管理的策略
- 13.3 时尚产品设计经营策略分析
 - 13.3.1 时尚产品设计市场细分策略
 - 13.3.2 时尚产品设计市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 时尚产品设计新产品差异化战略
- 13.4 时尚产品设计行业投资战略研究
 - 13.4.1 2019年时尚产品设计行业投资战略
 - 13.4.2 2022-2028年时尚产品设计行业投资战略
 - 13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议（ ）

- 14.1 时尚产品设计行业研究结论
- 14.2 时尚产品设计行业投资价值评估
- 14.3 时尚产品设计行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议（ ）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/285129.html>