

2021-2027年中国服装零售行业市场竞争力分析及 发展策略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国服装零售行业市场竞争力分析及发展策略分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202010/905418.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

传统零售历史悠久，最先是各色小店逐渐取代了沿街叫卖，然后是大型百货商店成为市场主流，接着逐渐出现超市和专卖店。从最初商人群体出现，到零售业成为重要分支，然后演化到新零售的出现治愈零售之痛，技术的发展始终伴随着零售变革这一过程。在服装行业，消费者越来越趋向于从自己需求的角度出发，获得更舒适、更满意的购物体验。

新零售的特点

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国服装零售行业市场竞争力分析及发展策略分析报告》共十四章。首先介绍了服装零售行业市场发展环境、服装零售整体运行态势等，接着分析了服装零售行业市场运行的现状，然后介绍了服装零售市场竞争格局。随后，报告对服装零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了服装零售行业发展趋势与投资预测。您若想对服装零售产业有个系统的了解或者想投资服装零售行业，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 服装零售行业发展概述

第一节 服装零售行业的相关概述

一、服装零售行业的基本概念

二、服装零售行业模式的发展

三、服装零售行业营销的特点

四、服装零售行业的优势分析

五、服装零售行业模式的多元化

第二节 中国服装零售行业经济指标分析

第三节 服装零售行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游发展现状及影响分析

四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章 中国服装零售行业发展环境分析

第一节 全球经济环境分析

- 一、全球宏观经济形势
- 二、全球贸易环境
- 三、全球经济环境对行业发展的影响

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 社会环境分析

- 一、服装零售产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、服装零售产业发展对社会发展的影响

第四节 政策环境分析

- 一、行业政策法规
- 二、行业监管体制
- 三、行业未来规划

第三章 国际服装零售行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球服装零售市场总体情况分析

- 一、全球服装零售行业的发展概况及特点
- 二、全球服装零售市场规模分析
- 三、全球服装零售行业竞争格局
- 四、全球服装零售市场区域分布
- 五、全球知名服装零售企业分析

- 1、GAP
- 2、C&A
- 3、H&M
- 4、Zara

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、美国服装零售行业发展现状分析

- 1、服装风格及市场份额分析
- 2、品种及市场结构分析
- 3、服装零售市场规模分析

二、欧洲服装零售行业发展现状分析

- 1、服装风格及市场份额分析
- 2、品种及市场结构分析
- 3、服装零售市场规模分析

三、韩国服装零售行业发展现状分析

1、服装风格及市场份额分析

2、品种及市场结构分析

3、服装零售市场规模分析

第三节 全球服装零售行业发展趋势分析

一、服装业将衍生新卖点

二、独特的实体店体验带来长久的客源

三、门店员工将占主导作用

四、用直销店和折扣店来满足客户对折扣的需求

五、定制活动

第四节 国外服装零售企业经验借鉴

一、国外服装零售企业营销手段借鉴

二、国外服装零售企业市场竞争策略借鉴

三、国外服装零售企业生产模式借鉴

第二部分 行业深度分析

第四章 中国服装零售所属行业运行现状分析

第一节 中国服装零售所属行业发展现状分析

一、行业发展阶段

二、行业发展总体概况

三、行业发展特点分析

1、百货商场竞争优势下降

2、SPA 模式的自有品牌连锁店快速发展

3、网络销售规模扩大

四、行业发展存在的问题分析

五、行业问题解决建议

第二节 2016-2020年服装零售所属行业市场运行现状

一、行业零售总额分析

二、行业利润总额分析

三、行业线上线下收入占比分析

第三节 2016-2020年中国服装零售行业企业分析

一、企业数量变化分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

四、从业人员数量分析

第四节 中国服装零售市场价格走势分析

一、服装零售市场定价机制组成

二、服装零售价格影响因素

三、2016-2020年服装零售价格走势分析

四、2021-2027年服装零售价格走势预测

第五章 中国服装消费市场分析

第一节 中国服装行业发展分析

智慧供应链的赋能，使得服装渠道层级被极度压缩，工厂到消费的链条也将被无限缩短。市场和消费者的需求促使多品牌、全品类，一站式集合店，可满足多元购物需求，具备孵化功能的平台型集合店，体验感强的生活方式集合店呈现出良好发展势头。

2019年中国服装零售购进额为2586.3亿元，同比增长11.3%；中国服装零售销售额为4071亿元，同比增长8.9%。

2014-2019中国服装零售购进额及销售额

资料来源：国家统计局、智研咨询整理

一、中国服装行业发展阶段

二、中国服装市场结构分析

三、中国服装市场规模分析

四、中国服装市场主要风格倾向

第二节 中国服装消费市场分析

一、中国各类服装消费情况分析

二、中国各类服装销售规模占比

三、中国人均服装消费额分析

四、中国服装穿着趋势分析

1、休闲化

2、多样化

3、个性化

4、时装化

5、品牌化

第三节 中国女装所属行业市场发展情况分析

一、中国女装市场消费规模分析

二、中国女装市场现状分析

1、市场空间大、需求稳定

2、仍处在消费升级和行业集中度提升阶段

三、中国女装行业利润空间分析

四、中国女装行业发展趋势分析

1、品牌并购加快

2、中高端产品领跑行业

3、移动成交规模增大

第四节 未来中国服装消费特点分析

- 一、消费层次会持续变化
- 二、高档品牌市场仍将集中在大城市
- 三、消费趋向自然、
- 四、品牌消费更明显

第五节 中国服装市场供给情况分析

- 一、中国服装产量分析
- 二、中国服装市场供给规模分析

第六节 中国服装市场需求情况分析

- 一、中国服装市场需求增长因素分析
- 二、中国服装市场消费规模分析
- 三、中国人均女装消费额分析

第六章 服装零售所属行业营销手段及市场策略分析

第一节 服装零售行业经营业态分析

- 一、百货公司
- 二、超市
- 三、便利店、折扣店
- 四、大型购物中心与大卖场
- 五、无店铺服装零售

第二节 服装零售行业营销主要方式

- 一、体验营销
- 二、直复营销
- 三、情感营销
- 四、数据库营销

第三节 服装零售行业营销方法分析

- 一、服务营销
- 二、形象营销
- 三、绿色营销
- 四、整体营销
- 五、关系营销

第四节 2020年服装零售行业营销手段分析

- 一、粉丝经济升级
- 二、积极拥抱文化营销
- 三、智能时代营销

四、O2O营销深度融合

第五节 服装零售行业促销手段

- 一、营业推广
- 二、服务促销
- 三、文化促销
- 四、广告促销
- 五、人员促销

第六节 服装零售市场竞争策略分析

- 一、市场领导者竞争策略
- 二、市场挑战者竞争策略
- 三、市场追随者竞争策略
- 四、市场拾遗补缺者竞争策略

第三部分 市场全景调研

第七章 中国新零售行业发展概况及机遇

第一节 新零售的发展概况

- 一、新零售的定义及内容
- 二、新零售的驱动因素
 - 1、需求变化
 - 2、技术变化
- 三、新零售渠道品类的特性
 - 1、便宜
 - 2、便利
 - 3、特色
- 四、零售新品类的主要特征
 - 1、品类化
 - 2、已在成熟市场得到验证
 - 3、被年轻一代喜欢
 - 4、得到了新技术、新商业模式的赋能

第二节 “新零售”与传统零售的区别与联系

- 一、实现实体与虚拟深度融合
- 二、以消费者为中心
- 三、利润来自商品和服务的增值
- 四、全供应链数字化

第三节 新零售发展机遇分析

- 一、政策端：推动实体零售创新转型，新零售成为风口

- 1、政策大力推动实体零售转型
- 2、新零售成零售转型的突破口
- 3、政策端给新零售带来的发展机遇
- 二、需求端：新零售有效解决消费需求变化引起的痛点
 - 1、消费习惯产生变革，竞争回归零售的本质
 - 2、消费需求发生变化引起的产业痛点有待破解
 - 3、针对产业痛点，线下价值被重新审视与挖掘
 - 4、消费升级浪潮袭来促使新零售重视线下渠道
 - 5、需求端给新零售带来的发展机遇
- 三、竞争端：线上线下由竞争转向融合，新零售成桥梁
 - 1、线上零售增速放缓，线下冲击仍未消除
 - 2、线下模式具有最后一公里的区位价值
 - 3、由割裂敌对到融合：新零售带来变革
 - 4、竞争端给新零售带来的发展机遇
- 四、技术端：信息技术充分发展为新零售提供强大保障
 - 1、云计算和物联网等技术提供廉价可用的硬件基础
 - 2、大数据和人工智能等技术提供可靠高效的软件基础
 - 3、众多技术的发展，共同颠覆零售行业的商业形态
 - 4、消费升级的大趋势下，消费体验倒逼产业技术升级
 - 5、技术端给新零售带来的发展机遇

第四节 新零售对服装零售行业的影响

第八章 中国服装零售行业不同渠道销售分析

第一节 百货商场服装零售情况分析

- 一、百货商场服装品牌入驻结构
- 二、百货商场服装零售利润分配比例
- 三、百货商场服装零售收入占服装零售总收入比重
- 四、百货商场服装零售发展趋势

第二节 SPA服装零售情况分析

- 一、SPA服装零售针对客户群体分析
- 二、SPA服装零售收入占服装零售收入比重
- 三、SPA服装零售产品结构分析
- 四、SPA服装零售市场扩展优势
- 五、SPA服装零售发展趋势

第三节 品牌专卖店服装零售情况分析

- 一、品牌专卖店服装零售的优势

二、品牌专卖店服装零售收入占比

三、品牌专卖店服装零售发展趋势

第四节 线上服装零售情况分析

一、线上服装零售总额分析

二、线上服装零售模式分析

三、线上服装零售特点及优势

四、线上服装零售发展趋势

第五节 展会服装零售情况分析

一、展会服装零售概况

二、展会服装零售收入占比

三、展会服装零售产品结构

四、展会服装零售发展趋势

第四部分 竞争格局分析

第九章 中国服装零售行业区域市场分析

第一节 中国服装零售重点区域市场结构

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域分布特点分析

三、行业企业数量的区域分布

第二节 东北地区服装零售市场分析

第三节 华北地区服装零售市场分析

第四节 华东地区服装零售市场分析

第五节 华中地区服装零售市场分析

第六节 华南地区服装零售市场分析

第七节 西南地区服装零售市场分析

第八节 西北地区服装零售市场分析

第十章 服装零售行业竞争分析

第一节 行业五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业SWOT分析

一、行业发展优势

二、行业发展劣势

三、行业发展机会

四、行业发展威胁

第三节 服装零售行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 中国服装零售行业竞争格局综述

一、行业品牌竞争格局

二、行业企业竞争格局

三、行业产品竞争格局

第五节 中国服装零售行业竞争策略分析

一、价格竞争策略

二、差异化策略

三、多样化策略

三、服务细化策略

第十一章 服装零售行业领先企业分析

第一节 真维斯服饰（中国）有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业市场竞争策略分析

四、企业营销手段分析

五、企业主要客户分析

六、企业发展战略分析

第二节 迅销（中国）商贸有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业市场竞争策略分析

四、企业营销手段分析

五、企业主要客户分析

六、企业发展战略分析

第三节 新源控股有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业市场竞争策略分析

四、企业营销手段分析

五、企业主要客户分析

六、企业发展战略分析

第四节 佐丹奴国际有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业市场竞争策略分析

四、企业营销手段分析

五、企业主要客户分析

六、企业发展战略分析

第五节 热风

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业市场竞争策略分析

四、企业营销手段分析

五、企业主要客户分析

六、企业发展战略分析

第六节 宁波雅戈尔服饰有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业市场竞争策略分析

四、企业营销手段分析

五、企业主要客户分析

六、企业发展战略分析

第七节 海澜之家服饰有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业市场竞争策略分析

四、企业营销手段分析

五、企业主要客户分析

六、企业发展战略分析

第八节 赫基国际集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业市场竞争策略分析

四、企业营销手段分析

五、企业主要客户分析

六、企业发展战略分析

第九节 浙江森马服饰股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业市场竞争策略分析

四、企业营销手段分析

五、企业主要客户分析

六、企业发展战略分析

第十节 南京新与力文化传播有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业市场竞争策略分析

四、企业营销手段分析

五、企业主要客户分析

六、企业发展战略分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 2021-2027年服装零售行业发展前景

第一节 2021-2027年服装零售市场发展前景

一、2021-2027年服装零售市场发展潜力

二、2021-2027年服装零售市场发展前景展望

三、2021-2027年服装零售细分行业发展前景分析

第二节 2021-2027年服装零售市场发展趋势预测

一、2021-2027年服装零售行业发展趋势

1、服装综合零售店将大量的出现

2、单一品牌的大店发展将受到制约

3、二三线市场的深入

4、线上线下的融合

5、发现和引导顾客需求

3、回归零售本源

7、社交化购物时代的新型顾客关系

二、企业发展趋势分析

1、传统门店科技化转型

2、线上线下融合

3、用大数据经营粉丝经济

三、2021-2027年服装零售市场规模预测

四、2021-2027年细分市场发展趋势预测

第三节 2021-2027年中国服装零售行业供需预测

一、2021-2027年中国服装零售行业企业数量预测

二、2021-2027年中国服装零售行业产量预测

三、2021-2027年中国服装零售市场销量预测

四、2021-2027年中国服装零售行业需求预测

五、2021-2027年中国服装零售行业供需平衡预测

第十三章 2021-2027年服装零售行业投资机会与风险防范

第一节 服装零售行业投资特性分析

一、服装零售行业进入壁垒分析

二、服装零售行业盈利因素分析

三、服装零售行业盈利模式分析

第二节 服装零售行业投融资情况

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、服装零售行业投资现状分析

第三节 2021-2027年服装零售行业投资机会

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、服装零售行业投资机遇

第四节 2021-2027年服装零售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

第五节 中国服装零售行业投资建议

一、服装零售行业未来发展方向

二、服装零售行业主要投资建议

三、中国服装零售企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十四章 服装零售行业投资发展战略研究（ZY ZS）

第一节 服装零售行业竞争战略研究

一、成本领先战略

二、蓝海战略

三、差异化战略

四、品牌经营战略

五、目标集聚战略

六、成本领先和目标集聚混合战略

第二节 对中国服装零售行业品牌的战略思考

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 服装零售行业投资战略及建议

一、2021-2027年企业投资战略

二、2021-2027年行业投资方式建议

三、2021-2027年行业投资方向建议

图表目录：

图表 服装零售行业生命周期

图表 服装零售行业产业链结构

图表 2016-2020年国民经济运行情况分析

图表 2016-2020年消费价格指数CPI、PPI分析

图表 2016-2020年全国居民收入情况解读

图表 2016-2020年社会消费品服装零售总额分析

图表 2016-2020年贸易进出口总额分析

图表 2016-2020年服装零售行业零售总额分析

图表 2016-2020年服装零售行业利润总额分析

图表 2020年服装零售行业线上线下收入占比分析

图表 2016-2020年服装零售企业数量变化分析

图表 2020年服装零售行业不同规模企业结构分析

图表 2020年服装零售行业不同所有制企业结构分析

图表 2016-2020年服装零售价格走势分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/905418.html>