

2015-2020年中国晚礼服市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国晚礼服市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/fuzhuang1507/167198DAQU.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-07-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国晚礼服市场分析与投资前景研究报告》共十三章。报告介绍了晚礼服行业相关概述、中国晚礼服产业运行环境、分析了中国晚礼服行业的现状、中国晚礼服行业竞争格局、对中国晚礼服行业做了重点企业经营状况分析及中国晚礼服产业发展前景与投资预测。您若想对晚礼服产业有个系统的了解或者想投资晚礼服行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

中国是十三亿人口的大国，是全世界最大的服装消费国和生产国。近几年中国的服装业有着较大的发展，服装业的发展大大推动了中国国民经济的发展。2014年，我国服装产业运行总体平稳，规模以上企业产量微增，增速趋缓；服装内销有所增长，但增速进一步放缓。

目前中国晚礼服市场还是处于初期发展阶段，其表现在于，生产企业以加工贸易为主，多数缺乏自主品牌；销售以影楼为主要渠道的批发为主；而零售市场由于多数新人对晚礼服文化内涵和品牌缺乏认知，需求潜力未得到充分挖掘。经营模式以直销为主，规模较小，生产数量不多。2014年，我国晚礼服市场规模达到了587.14亿元，同比增长14%，可见其发展并受到服装整体行业的影响。

中国晚礼服行业主要分为内销和外贸两大路径，目前总体来说，外贸的出口量和质量远远大于内销，对于很多大中企业来说，也是外贸重于内销。相较于国外晚礼服行业，国内的行业起步较晚，发展还未成熟，行业未组成规模。目前，我国已形成广东、厦门、苏州以及台湾四大晚礼服设计、生产、出口基地，具备高、中、低档不同特色。2014年，晚礼服企业数量虽然达到了3000多家，但是规模以上企业占比很小，小规模生产企业较为活跃。

随着经济的发展，晚礼服市场增长也愈发迅速，由于市场前景可观，也成为商界追逐利润的巨大战场。同时，不同的新品牌进军晚礼服使得竞争愈发激烈。近年来国外迪奥（Dior）、路易威登（LV）、古驰（Gucci）、芬迪（Fendi）、范西哲（Verxice）、华伦天奴（Valentino）等国际大牌在我国纷纷上演旗舰店大战。但大多礼服都是价格偏高，普通白领很难消费得起。

目前中国消费者对于晚礼服选择的价位集中在中档。晚礼服价位以1000-2000元区间为主。消费者对于自己选购的晚礼服越来越受到国外发布会、明星出席活动、国外名媛甚至王室举办的婚礼以及活动的导向指引。随着外资企业越来越多，特别是广州，上海、北京等大中型城市，白领丽人常常要参加各种名目的庆典活动、交际舞会、招待酒会，在这种场合如果穿职业套装，不免会显得有些过于严肃，休闲装又显得太随便，于是她们开始注目于做工精良、剪裁合体、与周围气氛相协调的礼服，日常穿着的小礼服和晚礼服需求也越来越大。

并且随着媒体网络的日益发达，人们每天被大量明星身着晚礼服的红毯或是活动现场的资讯所充斥。晚礼服正在被引入寻常百姓家，以后的市场发展前景不容小觑。

报告目录

第一部分 晚礼服产业环境透视

第一章 晚礼服行业概述

第一节 晚礼服相关概念

一、晚礼服简介

二、晚礼服的分类

第二节 晚礼服发展历史

第三节 最近3-5年中国晚礼服行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒 / 退出机制

四、行业周期

五、竞争激烈程度指标

第二章 2013-2014年世界晚礼服行业发展状况分析

第一节 2013-2014年世界晚礼服行业运行概况

第二节 2013-2014年世界主要地区晚礼服行业运行情况分析

第三节 2015-2020年世界晚礼服行业发展趋势分析

第三章 2013-2014年中国晚礼服的行业发展环境分析

第一节 2013-2014年中国经济环境分析

一、国际宏观经济分析

二、中国宏观经济分析

三、产业宏观经济分析

第二节 2013-2014年中国晚礼服的行业发展政策环境分析

一、行业政策分析

二、相关行业标准分析

第三节 2013-2014年中国晚礼服的行业发展社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 晚礼服行业技术环境分析

- 一、晚礼服技术分析
- 二、服装技术发展水平
- 三、行业主要技术发展趋势

第二部分 晚礼服行业深度分析

第四章 2013-2014年中国晚礼服行业市场调查情况分析

第一节 2013-2014年中国晚礼服市场运行现状分析

- 一、国内晚礼服市场现状分析
- 二、国内晚礼服市场需求情况分析

第二节 2013-2014年中国晚礼服行业发展形势分析

- 一、国内晚礼服行业现状
- 二、中国晚礼服行业影响因素分析

第三节 2013-2014年中国晚礼服行业发展对策与建议分析

第五章 2013-2014年中国晚礼服行业数据调查分析

第一节 2013-2014年中国晚礼服行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

第二节 2014年中国晚礼服行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、销售收入分析

第三节 2013-2014年中国晚礼服行业成本费用分析

- 一、销售成本统计
- 二、费用统计

第四节 2013-2014年中国晚礼服行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 中国晚礼服区域市场调查状况分析

第一节 华北市场

一、地区生产状况

二、地区需求状况

第二节 中南市场

一、地区生产状况

二、地区需求状况

第三节 华东市场

一、地区生产状况

二、地区需求状况

第四节 东北市场

一、地区生产状况

二、地区需求状况

第五节 西南市场

一、地区生产状况

二、地区需求状况

第七章 中国晚礼服用户度市场调查情况分析

第一节 晚礼服用户认知程度

第二节 晚礼服用户关注因素

一、消费者购买服装考虑的重要因素

二、消费特点的忠诚度现状分析

三、消费者通常购买衣服的地点调查

四、消费者能够接受的晚礼服价格调查

五、消费者购买的来源信息调查

第三部分 晚礼服产业竞争格局分析

第八章 2013-2014年中国晚礼服产业市场竞争格局分析

第一节 2013-2014年中国晚礼服产业竞争现状分析

一、市场竞争程度分析

二、晚礼服产品价格竞争分析

三、晚礼服产业市场竞争分析

第二节 晚礼服竞争优劣势分析

第三节 2013-2014年中国晚礼服行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度

第四节 2015-2020年中国晚礼服企业提升竞争力策略分析

第九章 2013-2014年中国晚礼服行业重点厂商分析

第一节 东莞市昊丽服装有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业主要产品分析

四、企业竞争优势分析

第二节 广东金潮集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业主要产品分析

四、企业竞争优势分析

第三节 广东名瑞(集团)股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业主要产品分析

四、企业竞争优势分析

第四节 东莞市锦狐服饰有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业主要产品分析

四、企业竞争优势分析

第五节 潮州市金嘉德服饰有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业主要产品分析
- 四、企业竞争优势分析

第四部分 晚礼服行业发展战略研究

第十章 2013-2014年中国晚礼服行业产业链分析

第一节 晚礼服上游行业分析

- 一、上游行业发展现状
- 二、上游行业发展趋势

第二节 晚礼服下游行业分析

- 一、下游行业发展现状
- 二、下游行业发展趋势
- 三、下游行业对晚礼服行业的影响

第十一章 2015-2020年中国晚礼服产业发展趋势预测分析

第一节 2015-2020年中国晚礼服产业发展趋势分析

- 一、晚礼服发展方向分析
- 二、晚礼服行业前景分析

第二节 2015-2020年中国晚礼服产业市场预测分析

- 一、晚礼服市场供给预测分析
- 二、晚礼服行业需求预测分析

第三节 2015-2020年中国晚礼服产业市场盈利预测分析

第十二章 2015-2020年中国晚礼服产业投资机会与风险分析

第一节 2015-2020年中国晚礼服产业投资环境分析

第二节 2015-2020年中国晚礼服产业投资机会分析

- 一、晚礼服行业区域投资热点分析
- 二、晚礼服行业投资潜力分析

第三节 2015-2020年中国晚礼服产业投资风险分析

- 一、2015-2020年晚礼服行业市场风险及控制策略
- 二、2015-2020年晚礼服行业政策风险及控制策略

- 三、2015-2020年晚礼服行业经营风险及控制策略
- 四、2015-2020年晚礼服行业技术风险及控制策略
- 五、2015-2020年晚礼服同业竞争风险及控制策略
- 六、2015-2020年晚礼服行业其他风险及控制策略

第十三章 博思数据结论和建议

第一节 晚礼服行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国晚礼服品牌的战略思考

- 一、晚礼服品牌的重要性
- 二、晚礼服实施品牌战略的意义
- 三、我国晚礼服企业的品牌战略
- 四、晚礼服品牌战略管理的策略

第三节 晚礼服经营策略分析

- 一、晚礼服市场细分策略
- 二、晚礼服市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、晚礼服新产品差异化战略

第四节 营销分析与营销模式推荐

- 一、营销分析
- 二、营销模式

图表目录：

图表：行业生命周期曲线

图表：晚礼服买家地区分布

图表：各国际组织近期下调世界及主要经济体经济增长率预测值

图表：世界工业生产同比增长率

图表：三大经济体GDP环比增长率

图表：世界及主要经济体GDP同比增长率

图表：三大经济体零售额同比增长率

图表：世界贸易量同比增长率

图表：世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率

图表：美国、日本和欧元区失业率

图表：2015年一季度国民经济初步核算

图表：2015年1-4月规模以上工业增加值同比增速

图表：2015年1-4月制造业PMI指数

图表：2015年1-4月非制造业商务活动指数

图表：2015年1-4月全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2015年1-4月全国固定资产投资（不含农户）到位资金同比增速

图表：2015年1-4月民间固定资产投资和全国固定资产投资增速

图表：2015年1-4月全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2015年1-4月全国商品房销售面积及销售额增速

图表：2015年1-4月全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：2015年1-4月社会消费品零售总额月度增长变化

图表：2015年1-4月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2015年1-4月猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况

图表：2015年1-4月鲜菜、鲜果价格变动情况

图表：2015年4月居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2012-2014年国内生产总值及增长速度

图表：2014年居民消费价格比2013年涨跌幅度

图表：2012-2014年社会消费品零售总额

图表：2014年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2013-2014Q3全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2012-2014年社会固定资产投资

图表：2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2014年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2012-2014年全国一般公共预算收入

图表：2012-2014年国家外汇储备

图表：2014年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2012-2014年中国对外贸易进出口总额

图表：2014年货物进出口总额及其增长速度

图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2012-2014年中国服装行业市场规模情况分析

图表：2012-2014年中国服装行业企业利润情况分析

图表：晚礼服行业标准

图表：2014年年末人口数及其构成

图表：2012-2014年城镇新增就业人数

图表：2012-2014年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2014年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：高新技术纤维产业化及应用

图表：产业用服装品技术产业化及应用

图表：新型服装机械技术

图表：服装织造行业技术改造

图表：2010-2014年晚礼服行业市场规模

图表：2010-2014年中国晚礼服行业企业数量

图表：2010-2014年晚礼服行业从业人员数量

图表：2010-2014年晚礼服行业资产规模

图表：晚礼服行业企业数量结构

图表：2010-2014年晚礼服行业销售收入

图表：2012-2014年晚礼服行业销售成本

图表：2012-2014年晚礼服行业费用统计

图表：2012-2014年晚礼服行业销售利润率分析

图表：2012-2014年华北地区晚礼服产量

图表：2012-2014年华北地区晚礼服销量

图表：2012-2014年中南地区晚礼服产量

图表：2012-2014年中南地区晚礼服销量

图表：2012-2014年华东地区晚礼服产量

图表：2012-2014年华中地区晚礼服销量

图表：2012-2014年东北地区晚礼服产量

图表：2012-2014年东北地区晚礼服销量

图表：2012-2014年西南地区晚礼服产量

图表：2012-2014年西南地区晚礼服销量

图表：消费者购买服装考虑的重要因素

图表：消费特点的忠诚度

图表：消费者品牌忠诚度

图表：消费者通常购买衣服的地点

图表：消费者能够接受的晚礼服价格

图表：消费者购买的来源信息

图表：2015-2020年中国晚礼服产业产量预测

图表：2015-2020年中国晚礼服产业利润总额预测

图表：四种基本的品牌战略

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1507/167198DAQU.html>