



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国服饰企业市场营销策划市场 分析及发展趋势研究报告（20 07 ~ 2008）

一、调研说明

《中国服饰企业市场营销策划市场分析及发展趋势研究报告（2007～2008）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/47445.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

〔 描述 〕

我国服装纺织品的总产量在世界上居于绝对优势,国内目前也拥有众多的服装品牌;然而,我国又是一个缺少知名品牌的国家,随着外国著名品牌逐步进入我国,国内服饰行业的竞争日趋激烈。为此许多服饰企业不断拓展分销渠道、采取各种分销手段、不惜代价地争夺顾客,竞争对手之间的价格战更是如火如荼,销售终端面临微利甚至负利。多数企业倍感“黔驴技穷”,却又难以自拔。本报告是根据课题组实地调研所取得的资料,运用现代市场营销理论和方法,以服饰产品为主要对象,就营销环境、机会威胁、优势劣势、竞争态势等内容进行了系统、深入的分析、研究,在此基础上提出了市场的营销组合策略。本报告针对服饰企业营销工作中遇到的实际问题,综合运用波特五力量理论、SWOT分析方法以及营销组合等相关营销及战略理论,通过对服饰企业内外部环境分析,识别出销售处面临的机会和威胁以及相对于竞争对手的优势和劣势,并制定出了销售处的市场营销战略和营销策略以及相应的保障措施。所有这些策略和措施都系统地构建了服饰产品的营销战略体系,其中既有营销战略分析框架,也有明确的战略行动计划。因此,该报告具有一定的参考价值。

〔 目录 〕

第1章：前言

第1节：报告的意义和目的

第2节：报告的研究方法和技术路线

第2章：服饰营销策略的理论基础

第1节：分析营销机会

1.外部环境分析

2.内部环境分析

第2节：研究和选择目标市场

1.市场细分

2.目标市场选择

3.市场定位

第3节：设计营销战略

- 1.服饰产品组合策略
- 2.服饰产品寿命周期及策略
- 3.服饰新产品开发策略
- 4.服饰产品品牌策略

第4节：确定营销组合

- 1.4Ps理论
- 2.4Cs理论
- 3.4Rs理论

第5节：管理营销活动

第3章：服饰市场营销现状分析

第1节：国际服饰市场分析

- 1.国际主要服饰市场分析
- 2.国际服饰市场主要企业

第2节：国内服饰市场分析

- 1.服饰企业类型分析
- 2.服饰业务分析
- 3.潜在的市场分析

第4章：服饰企业内、外部环境分析

第1节：服饰企业内部环境分析

- 1.背景介绍
- 2.员工心理状况和机构设置
- 3.主营产品及其竞争状况
- 4.销售网络和销售状况

第2节：服饰企业外部环境分析

- 1.一般环境分析
- 2.作业环境分析
- 3.流通环节分析

第3节：SWOT分析

- 1.优势
- 2.劣势
- 3.机遇
- 4.威胁

第5章：服饰企业的营销战略与策略

第1节：服饰企业的营销战略

- 1.战略定位
- 2.战略步骤

第2节：服饰企业的营销策略

- 1.产品策略
- 2.价格策略
- 3.促销策略
- 4.通路策略

第6章：服饰企业营销保障措施

第1节：加强销售团队建设和管理

- 1.扩大销售队伍规模
- 2.加强销售队伍培训
- 3.完善激励与约束机制

第2节：强化通路管理

- 1.通路成员的选择
- 2.通路成员的激励
- 3.客情关系的增进
- 4.通路冲突的管理与控制

第3节：搞好物流管理

第4节：订单管理

- 1.日常仓储管理
- 2.出入库管理
- 3.运输管理

第5节：加强产品形象管理

- 1.产品陈列管理

2.宣传用品管理

3.促销活动管理

结论

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47445.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。