服装零售 - 中国 - 2012年 12月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“中国服装零售业继续保持着强劲的增长,这在很大程度上是得益于国民的个人平均收入不断增加。但是行业中竞争仍然十分激烈,领先的零售商必须不懈努力以吸引日益多变和精明的中国消费者。”

-Matthew Crabbe-

亚太地区研究总监

在这篇报告中我们回答了以下问题:

- 持续强劲的人均收入如何推动中国不同消费群体中服装的销量？
- 中国的主要消费群体是谁？他们的购物习惯如何影响各细分市场的发展？
- 哪一细分市场增长最快？其背后的推动因素是什么？
- 不同区域市场在主要的服装细分市场中表现差异有哪些？
- 随着人们平均收入的持续增加，所有收入层次的消费者如何购买更加昂贵和高质量的服装？
- 中国的运动装市场为何销量不振?与其竞争吸引中国消费者的对手是哪些服装类别？
- 在线服装零售市场的巨大增长会如何影响整个服装零售业的竞争格局？竞争白日化带来了哪些新趋势？

中国服装零售业继续保持着强劲的增长,这在很大程度上是得益于国民的个人平均收入不断增加。但是行业中竞争仍然十分激烈,领先的零售商必须不懈努力以吸引日益多变和精明的中国消费者。

正如服装行业高度分散的现状,中国的消费者也越来越个性化,他们追求能够符合和彰显他们个性特征的产品。这些需求因人们的年龄、性别、收入情况或居住地不同而相差迥异。如果零售商希望在市场中占有一席之地，那么就需要更好地了解其核心目标市场不断变化的需求。

向消费者沟传达品牌信息对于服装零售商而言已变得日趋重要。而且由于消费者的生活方式迅速变化，很多人开始在线网购服装，在线零售已迅速成为一个品牌与消费者建立联系的重要途径。

购买
这篇报告

地址:
store.mintel.com

电话:
中国
+86 (21) 63866609

欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件:
oxygen@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

oxygen.mintel.com © 2012 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有