

# 服装设计行业竞争分析

• 汇报人：<XXX>

• 2024-01-21



CATALOGUE

# 目录

- 行业概述
- 行业竞争环境
- 竞争策略分析
- 竞争优势与劣势分析
- 竞争趋势与展望
- 应对竞争的策略建议





# PART 01

## 行业概述





# 服装设计行业的定义与特点

## 定义

服装设计行业是指从事服装设计、生产和销售的产业，涵盖了时装、休闲装、运动装等多个领域。

## 特点

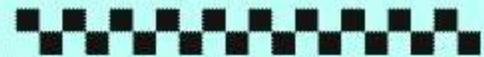
服装设计行业具有创意性、时尚性、竞争性和周期性的特点。设计师需要不断推陈出新，紧跟时尚潮流，满足消费者不断变化的需求。同时，由于品牌和产品的差异化程度高，竞争激烈，企业需要不断提升自身的创新能力和市场竞争力。



# 服装设计行业的历史与发展



- 历史：服装设计行业的发展可以追溯到19世纪中叶，随着工业革命的兴起和资本主义经济的发展，服装设计逐渐从手工艺向工业化生产转变。20世纪以来，随着时尚产业的快速发展，服装设计行业逐渐成为全球性的产业。
- 发展：随着全球化和互联网的发展，服装设计行业的竞争越来越激烈，企业需要不断创新和提升品牌形象来获得市场份额。同时，新兴市场和消费群体的崛起也为服装设计行业提供了新的发展机遇。未来，可持续性和数字化将成为服装设计行业的重要发展方向。
- 可持续性：随着环保意识的提高和消费者对可持续时尚的关注，越来越多的品牌和企业开始关注环保和社会责任，推动服装设计行业的可持续发展。
- 数字化：数字化技术的发展为服装设计行业提供了新的工具和平台，设计师可以通过数字化技术进行快速设计和原型制作，企业可以通过数字化营销和电子商务拓展市场和销售渠道。



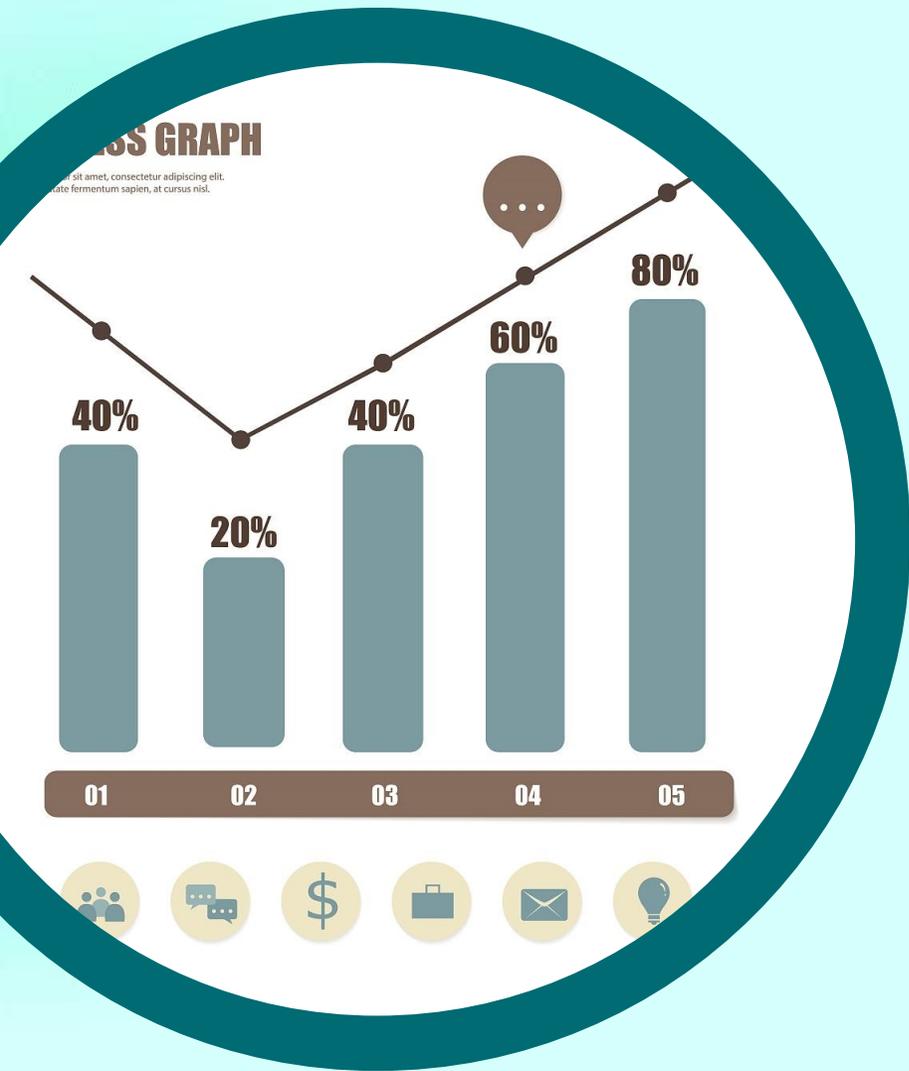
PART 02

行业竞争环境





# 国内竞争对手分析



01

## 品牌A

以时尚、潮流的设计风格为主打，拥有广泛的品牌知名度和忠实用户群体。

02

## 品牌B

注重品质和细节，以高端定制和个性化服务为特色，吸引了一批高消费人群。

03

## 品牌C

以创新和科技为驱动，推出了一系列智能穿戴设备和智能家居服饰，吸引了年轻消费者。



# 国际竞争对手分析

01



品牌D



国际知名品牌，拥有全球化的销售网络和品牌影响力，在设计、品质和营销方面具有较强优势。

02



品牌E



欧洲品牌，以传统工艺和手工定制为主打，产品线涵盖高级时装和日常服饰，享有较高声誉。

03



品牌F



美国品牌，以年轻、活力的设计风格和亲民的价格定位吸引了大批消费者。



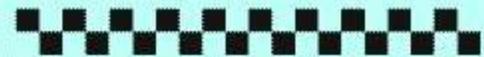
# 潜在进入者分析

## 新兴设计师品牌

随着时尚产业的兴起，越来越多的新兴设计师品牌涌现，这些品牌通常具有创意和独特的设计理念，但可能在资金、渠道和品牌知名度方面有所欠缺。

## 其他行业跨界进入者

一些其他行业的公司可能因为看好服装市场的潜力而跨界进入，这些公司通常拥有雄厚的资金实力和成熟的销售渠道，但可能需要面对较高的行业壁垒和消费者认知度问题。



**PART 03**

**竞争策略分析**





# 低成本竞争策略

## ● 降低生产成本

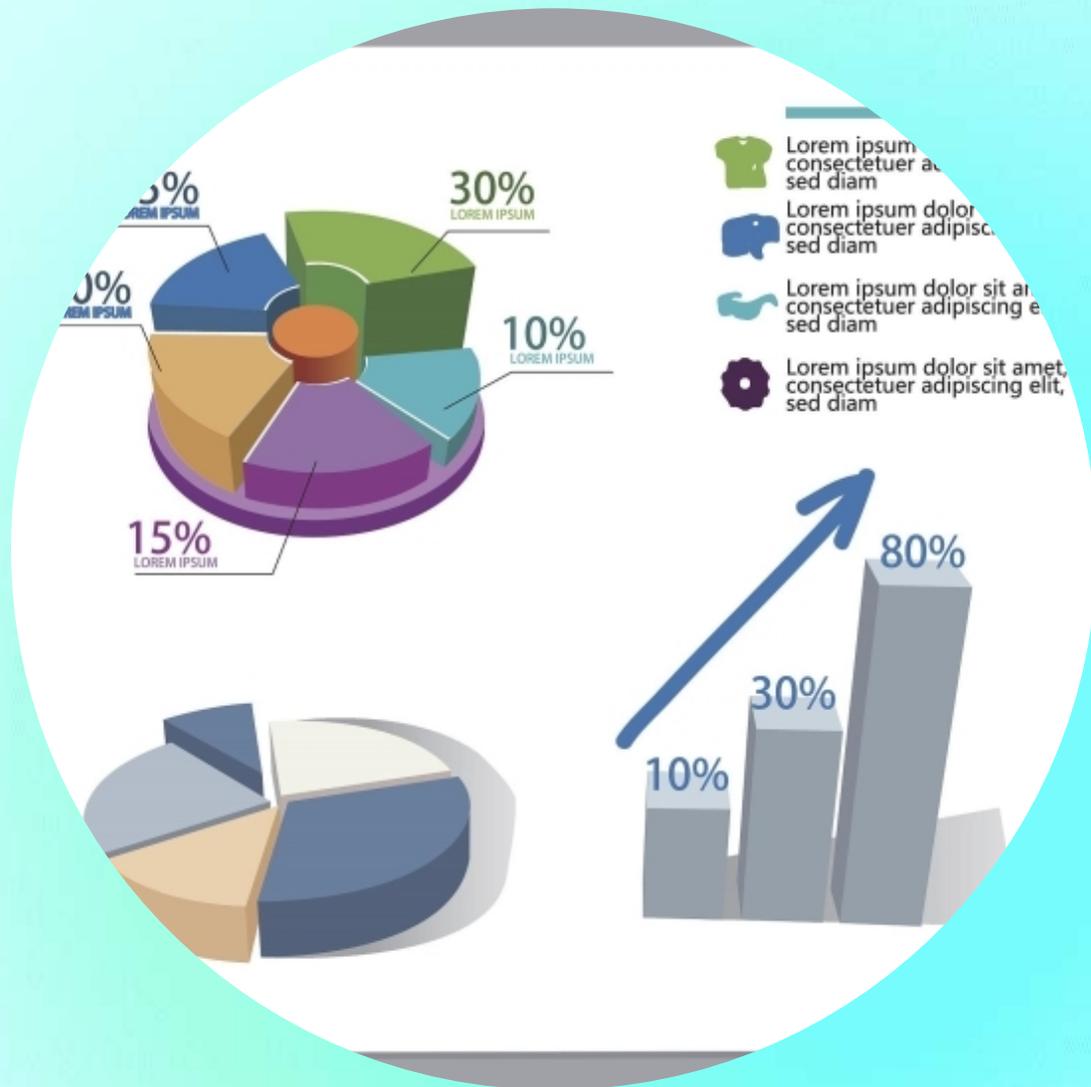
通过优化供应链管理、提高生产效率等方式降低生产成本，从而获得价格优势。

## ● 规模化生产

通过规模化生产，降低单位产品的成本，提高生产效益。

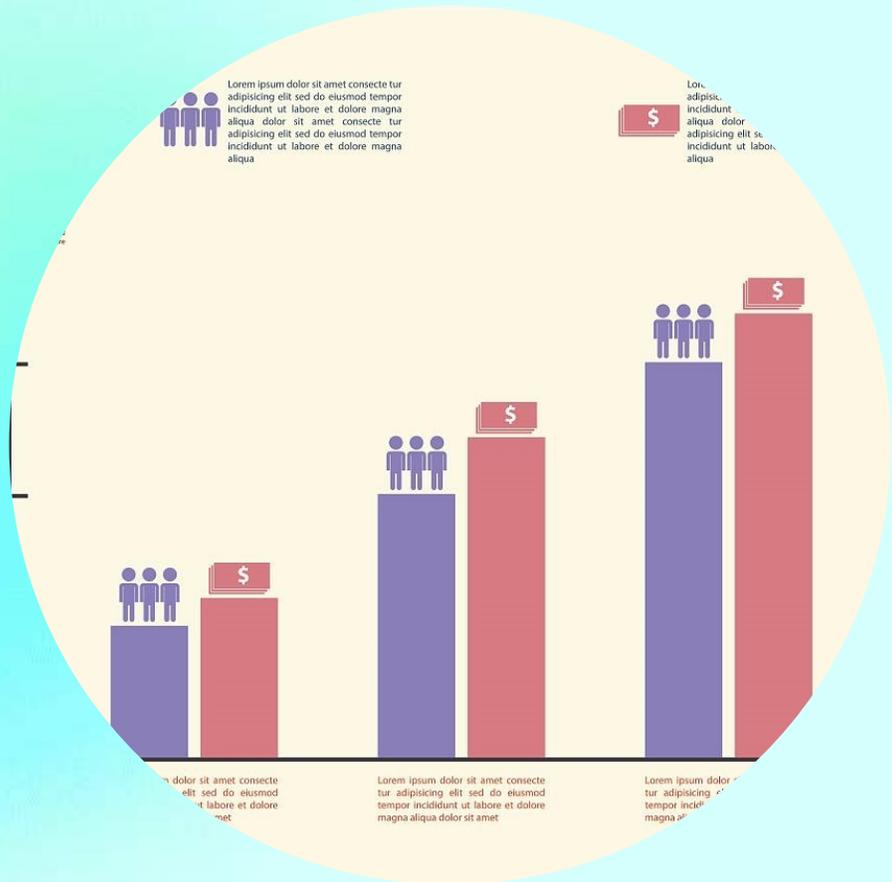
## ● 成本控制

严格控制设计、采购、生产等环节的成本，提高盈利能力。





# 差异化竞争策略



## 创新设计

注重原创设计，打造独特风格，满足消费者个性化需求。

## 品牌建设

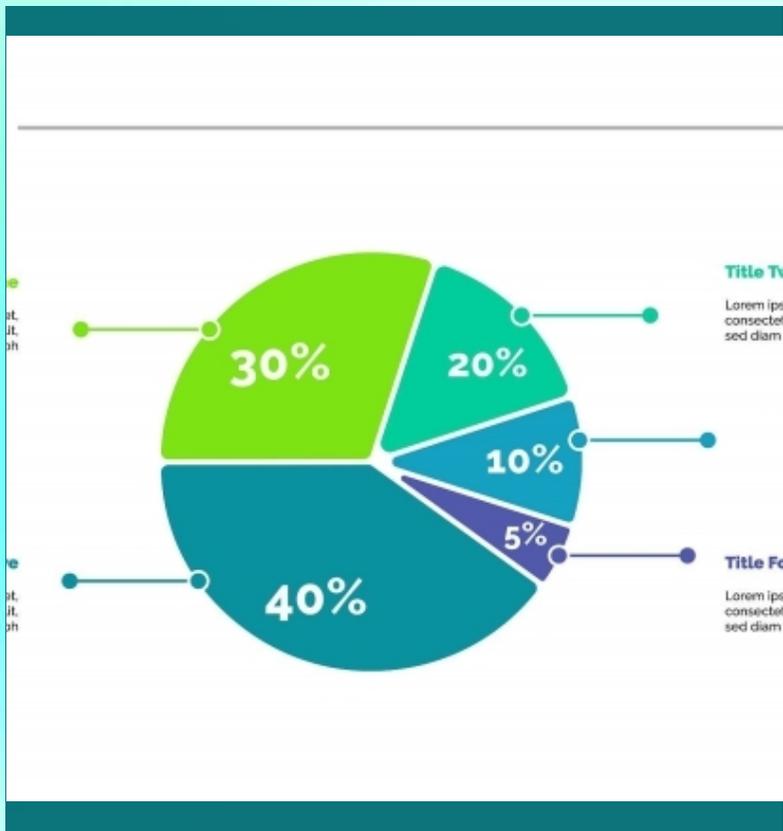
强化品牌形象，提升品牌知名度和美誉度，提高消费者忠诚度。

## 营销策略

采用独特的营销策略，如限量版、明星代言等，吸引消费者关注。

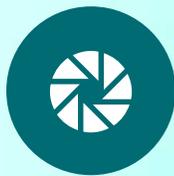


# 集中化竞争策略



## 目标市场细分

针对特定消费群体或特定市场区域，提供专业化的产品和服务。



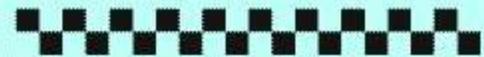
## 聚焦优势领域

在某一特定领域或产品线上集中资源，形成竞争优势。



## 深度挖掘客户需求

深入了解客户需求，提供定制化、个性化的产品和服务，提高客户满意度。



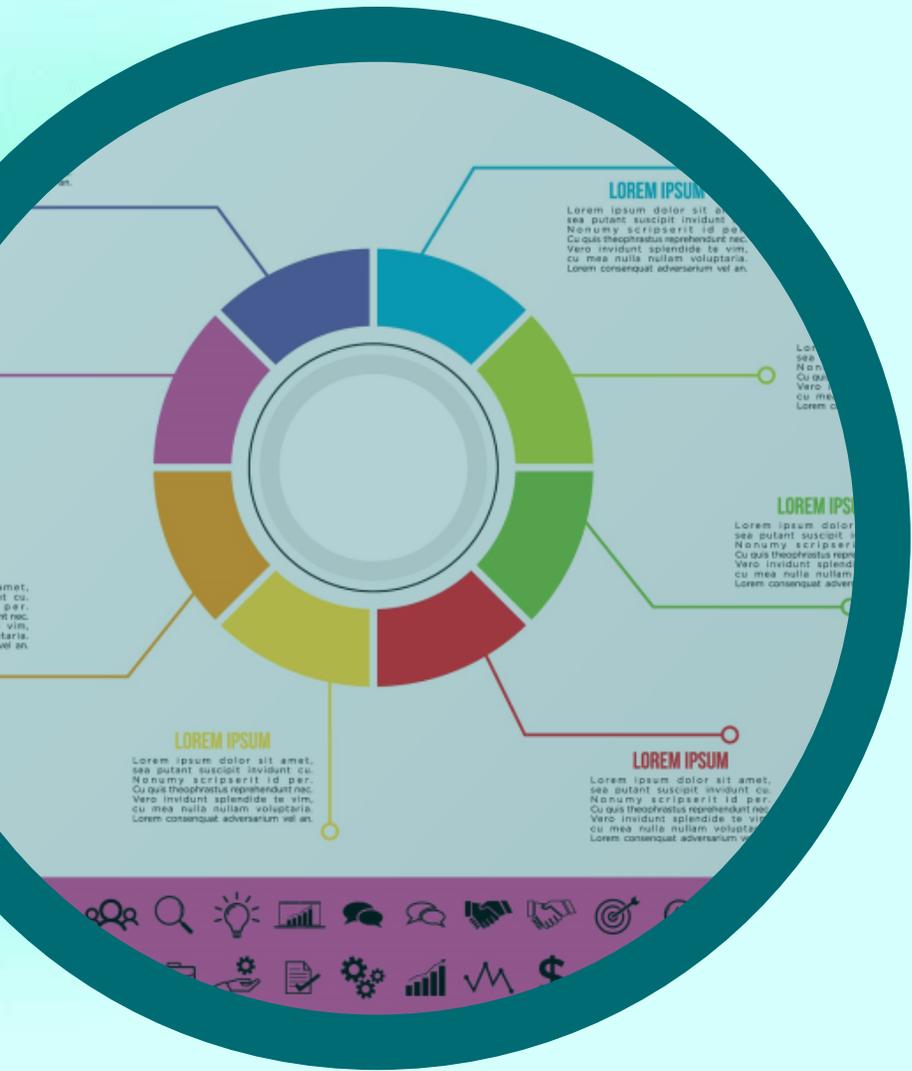
# PART 04

## 竞争优势与劣势分析





# 品牌优势与劣势



01

品牌优势

02

知名品牌具有较高的市场知名度和美誉度，能够吸引更多消费者。

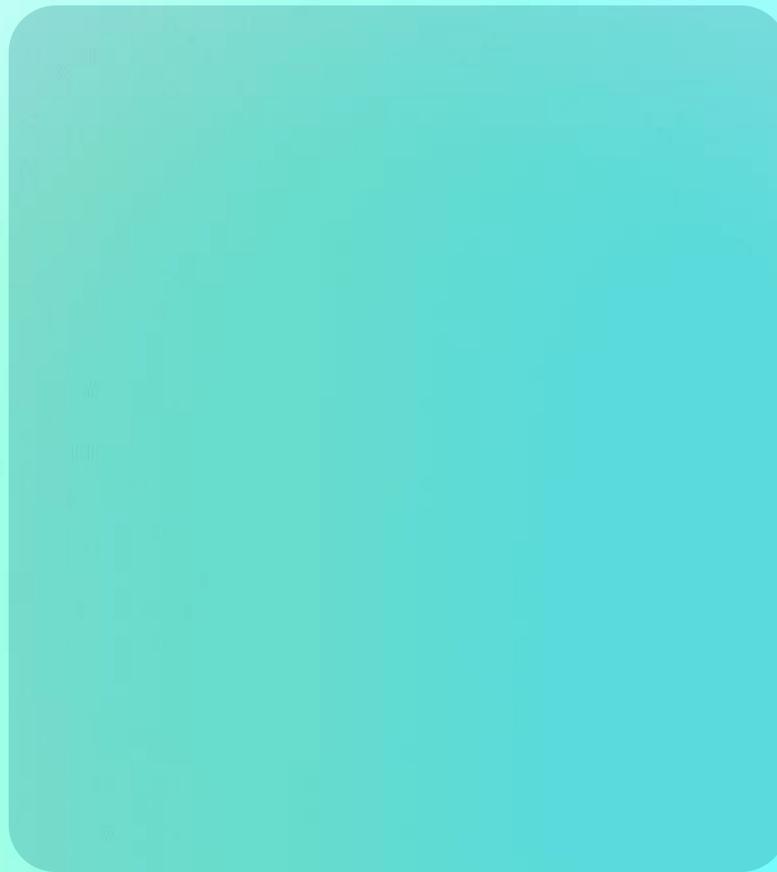
03

品牌形象和价值已经被广泛认可，有助于提升消费者忠诚度。



# 品牌优势与劣势

- 品牌具有独特的品牌文化和理念，能够吸引具有相同价值观的消费者。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/745032140324011141>