

2023-2029年中国家居服行业 发展趋势与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国家居服行业发展趋势与市场年度调研报告》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.cction.com/report/202303/346959.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

“家居服”指一般意义上家庭穿的服装，但又不同于一般的内衣、睡衣。比较“内衣”、“睡衣”、“休闲内衣”，家居服更深刻地对现代居家的生活方式进行了诠释，它是追求生活品质的象征。消费者购买家居服追求的是健康，让心理和身体都得到解放，其次是营造温馨和谐家居氛围，再次是品味，最后是潮流、时尚、色彩的完美搭配。

据资料显示，目前中国家居服年消费额已逾百亿元，年增长率超过30%，成为服装行业中增长最快的品种。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国家居服行业发展趋势与市场年度调研报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一部分 行业发展现状

第一章 家居服行业发展概述

第一节 家居服定义及分类

一、家居服的定义

二、家居服的起源和发展

三、家居服发展阶段与潜力

第二节 家居服行业发展成熟度分析

一、家居服行业生命周期

二、家居服市场成熟度分析

第二章 全球家居服市场发展分析

第一节 全球家居服市场分析

一、2022-2023年全球服装产业发展态势

二、2022-2023年全球服装零售市场分析

三、世界服装贸易及生产趋势分析

四、中外家居服市场对比分析

第二节 主要国家地区家居服市场分析

一、2022-2023年美国家居服市场分析

二、2022-2023年欧洲家居服市场分析

三、2022-2023年日本家居服市场分析

四、2022-2023年韩国家家居服市场分析

第三章 我国家家居服行业发展现状

第一节 我国家家居服行业发展现状

一、我国家家居服市场特点分析

二、家居服市场销量分析

三、全国家家居服市场变化

第二节 全国家家居服行业发展分析

第三节 家居服产业发展分析

一、内衣终端经销家居服的情况

二、内衣终端的家居服终端形态

三、2022-2023年意向内衣经销商占比的比例

第四章 我国家家居服市场情况分析

第一节 我国家家居服市场情况分析

一、2022-2023年我国家家居服市场规模

二、2022-2023年家居服市场份额情况

三、2022-2023年家居服市场发展思考

四、2022-2023年家居服市场新需求点

第二节 2022-2023年家居服市场潜力分析

一、家居服成时尚新宠

二、家居服生产厂家发展分析

三、家居服网络销售情况分析

四、2022-2023年家居服市场潜力分析

第三节 家居服市场分析及市场策略

一、家居服市场现状分析

二、家居服企业类型及特点

三、家居服市场特点分析

四、家居服企业运作的共性

五、家居服中间渠道现状

六、中间渠道类型和特点

七、零售终端现状和特点

八、家居服渠道管理策略

第五章 家居服行业经济运行分析

第一节 2018-2022年我国家家居服产量分析

一、2018-2022年家居服产量情况分析

二、2018-2022年服装产品产量分析

第二节 2018-2022年服装行业主要经济指标分析

第六章 我国家家居服行业进、出口分析

第一节 2018-2022年我国服装进、出口分析

第二节 2018-2022年我国家家居服进、出口分析

一、2018-2022年男式家居服进、出口分析

二、2018-2022年女式家居服进、出口分析

三、2018-2022年针织家居服进、出口分析

第七章 中国家居服行业消费市场分析

第一节 中国服装消费者收入分析

一、中国人口分析

二、2022-2023年消费者收入水平

三、2022-2023年消费者信心指数分析

第二节 2022-2023年家居服消费市场调查分析

一、2022-2023年家居服消费者调查

二、2022-2023年家居服销售渠道调查

三、2022-2023年家居服生产企业调查

第三节 2022-2023年家居服消费市场调查分析

一、2022-2023年家居服市场现状分析

二、2022-2023年家居服市场研究背景

三、2022-2023年家居服市场研究分析

四、2022-2023年家居服消费民意调查

第四节 2022-2023年家居服消费市场调查分析

一、2022-2023年家居服消费市场规模

二、2022-2023年家居服文化误区

三、2022-2023年时尚休闲家居服消费

四、2022-2023年家居服消费市场分析

五、2022-2023年家居服市场消费动态

第二部分 行业竞争格局

第八章 家居服行业竞争格局分析

第一节 家居服行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、购买者议价能力

第二节 家居服行业竞争格局综述

一、中国家居服行业竞争格局分析

二、中国家居服行业区域竞争格局

三、家居服步入品牌化竞争新阶段

第三节 2022-2023年家居服行业竞争分析

一、家居服企业竞争力分析

二、家居服企业抱团出击

三、家居服企业竞争动向

四、内衣企业转入家居服产业

第四节 中国家居服行业竞争趋势分

一、家居服行业发展形势分析

二、家居服行业竞争趋势预测

第九章 家居服企业竞争策略分析

第一节 家居服市场竞争策略分析

一、2022-2023年家居服市场增长潜力分析

二、2022-2023年家居服业面临的主要困难

三、家居服行业竞争力提升策略分析

第二节 新形势下家居服企业竞争策略分析

第十章 家居服行业模式及策略分析

第一节 家居服行业经营策略分析

一、内衣行业经营策略分析

二、家居服行业经营策略分析

三、家居服虚拟经营策略分析

第二节 中国服装销售渠道发展分析

一、我国服装销售渠道的模式

二、中国服装企业终端控制能力

三、服装产业渠道销售存在问题

四、服装企业各类营销模式分析

第三节 服装蓝海营销五大要素

一、模式创新是大势所趋

二、准确的品类定位比什么都重要

三、品牌文化的建设不容忽视

四、产品的设计要符合潮流

五、渠道竞争需要转变方式

第十一章 家居服重点品牌企业竞争分析

第一节 康妮雅

一、企业概况

二、品牌文化

第二节 凯迪

一、企业概况

二、经营目标

第三节 达尔丽

一、企业概况

二、发展历程

三、品牌发展

第四节 汝斯芬

一、企业概况

二、经营状况

第五节 睦隆世家

一、企业概况

二、2022-2023年新品发布

三、发展策略

第六节 贝婷娜

一、企业概况

二、发展历程

三、发展策略

第七节 娅茜

一、企业概况

二、2022-2023年品牌活动

第八节 倩蒂

一、企业概况

二、品牌发展

第九节 安之伴

一、企业概况

二、企业理念

第三部分 行业趋势预测

第十二章 家居服行业发展趋势预测

第一节 我国家家居服行业前景与趋势分析

一、我国家家居服市场前景分析

二、家居服流行趋势分析

第二节 2023-2029年我国家家居服行业发展预测

一、2023-2029年家居服行业发展预测

二、2023-2029年家居服消费需求预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 家居服行业投资现状分析

第一节 近几年家居服行业投资情况回顾

第二节 2022年家居服行业投资情况分析

第十四章 家居服行业投资环境分析

第一节 宏观经济环境分析

第二节 政策法规环境分析

一、《针织家居服》标准情况

二、服装行业相关政策汇总

三、我国服装行业扶持政策效应

第十五章 家居服行业投资机会与风险

第一节 家居服行业投资机会分析

第二节 影响家居服行业发展的主要因素

第三节 家居服行业投资风险及控制策略分析

第十六章 家居服行业投资战略研究

第一节 家居服行业发展战略研究

第二节 对我国家家居服品牌的战略思考

第三节 家居服行业类品投资策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/346959.html>