

2024-2030年中国家居服行业分析与投资可行性报告

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

《2024-2030年中国家居服行业分析与投资可行性报告》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/202311/424053.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国家居服行业分析与投资可行性报告》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 1 第一节家居服定义及分类 1 一、家居服的定义 1 二、家居服的发展历程 1 三、家居服产业发展概况 2 第二节家居服行业发展成熟度分析 3 一、家居服行业生命周期 3 二、家居服生产、销售周期 4 三、家居服市场成熟度分析 4 第二章家居服市场发展分析 5 第一节家居服市场分析 5 一、服装产业发展态势 5 二、服装零售企业分析 6 三、世界服装贸易趋势分析 7 四、中外家居服市场对比分析 8 第二节主要国家地区家居服市场分析 8 一、美国家居服市场分析 8 二、欧洲家居服市场分析 10 三、日本家居服市场分析 11 四、韩国家居服市场分析 13 第三章我国家居服行业发展现状 14 第一节我国家居服行业发展现状 14 一、我国家居服行业发展阶段 14 二、我国家居服市场特点分析 14 三、我国家居服未来发展潜力 14 第二节我国家居服行业发展分析 16 一、我国家居服行业投资分析 16 二、我国家居服行业发展分析 16 三、我国家居服价格走势分析 19 第三节我国家居服行业存在的问题 21 一、我国家居服行业存在问题 21 二、我国家居服市场形势分析 22 三、我国家居服行业应对策略 26 第四章我国家居服市场情况分析 29 第一节我国家居服市场情况分析 29 一、我国家居服市场规模 29 二、我国家居服品牌发展 30 三、我国家居服品牌趋势 31 第二节家居服市场潜力分析 34 一、家居服成时尚新宠 34 二、家居服生产厂家发展分析 34 三、家居服市场潜力分析 35 第三节家居服市场分析 35 一、家居服的起源和发展分析 35 二、家居服生产厂家发展分析 36 三、家居服消费市场发展分析 37 四、家居服销售渠道发展分析 37 第五章家居服行业经济运行分析 38 第一节我国家居服产量分析 38 一、家居服产量情况分析 38 二、服装产品产量分析 39 三、服装产品产量分析 62 第二节服装行业主要经济指标分析 74 一、销售收入前十家企业 74 二、服装行业主要经济指标分析 76 三、服装行业主要经济指标分析 81 第六章我国家居服行业进出口分析 88 第一节我国家居服进出口分析 88 一、男式家居服进出口分析 88 二、女式家居服进出口分析 104 三、针织家居服进出口分析 119 第二节我国家居服进出口分析 151 一、家居服原料进出口分析 151 二、家居服等服装进口分析 154 三、家居服等服装出口分析 156 第七章中国家居服行业消费市场分析 159 第一节中国服装消费者收入分析 159 一、中国人口、人民生活分析 159 二、消费者收入水平 159 三、消费者信心指数分析 161 第二节家居服消费市场分析 163 一、我国家居服消费现状 163 二、潜在消费群体广泛 163 三、购买力不断增长 163 第三节家居服消费市场调查分析 164 一、家居服的

主流消费者 164 二、家居服消费市场调查分析 165 三、家居服市场潜力调查分析 166 四、家居服细分市场前景广阔 168 第二部分行业竞争格局 第八章家居服行业竞争格局分析 169 第一节家居服行业竞争结构分析 169 一、现有企业间竞争分析 169 二、新进入者的威胁分析 170 三、替代品威胁分析 171 四、供应商议价能力分析 171 五、购买者议价能力分析 172 第二节家居服行业竞争格局分析 172 一、家居服行业竞争格局 172 二、潮系品牌的竞争分析 173 三、广系品牌的竞争分析 173 四、江浙系品牌竞争分析 174 五、家居服行业竞争特点 174 第三节家居服行业竞争分析 175 一、家居服步入品牌化竞争新阶段 175 二、家居服企业竞争力分析 175 三、家居服市场竞争形势分析 176 四、家居服品牌竞争形势分析 176 五、家居服行业竞争趋势预测 182 第九章家居服企业竞争策略分析 185 第一节家居服市场竞争策略分析 185 一、家居服市场竞争策略分析 185 二、家居服行业竞争力提升策略 188 三、家居服企业品牌竞争策略 191 第二节家居服企业竞争策略分析 194 一、家居服行业竞争存在的问题 194 二、家居服行业竞争问题的成因 197 三、家居服行业竞争策略研究 200 第十章家居服行业模式及策略分析 205 第一节家居服行业经营策略分析 205 一、内衣行业经营策略分析 205 二、家居服行业经营策略分析 207 三、家居服虚拟经营策略分析 208 第二节家居服行业流通渠道概况 210 一、家居服销售的主要渠道 210 二、多种营销模式共同发展 210 三、家居服的渠道建设现状 210 第三节家居服行业营销策略分析 211 一、家居服行业销售渠道趋势 211 二、家居服市场渠道拓展策略 212 三、家居服市场营销策略分析 212 四、家居服品牌组合策略分析 213 第十一章家居服重点品牌企业竞争分析 214 第一节康妮雅 214 一、企业概况 214 二、品牌文化 214 三、经营状况 215 第二节凯迪 216 一、企业概况 216 二、经营目标 218 三、经营状况 218 第三节达尔丽 220 一、企业概况 220 二、发展历程 220 三、品牌发展 221 第四节汝斯芬 222 一、企业概况 222 二、质量基础 222 三、经营状况 223 第五节睦隆世家 223 一、企业概况 223 二、新品发布 224 三、发展策略 225 第六节贝婷娜 227 一、企业概况 227 二、发展历程 228 三、发展策略 229 第七节娅茜 231 一、企业概况 231 二、经营状况 232 三、品牌活动 232 第八节倩蒂 233 一、企业概况 233 二、品牌发展 233 三、经营状况 233 第九节安之伴 234 一、企业概况 234 二、企业理念 235 三、发展状况 236 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 239 第一节我国家家居服行业前景与趋势分析 239 一、我国家家居服市场前景分析 239 二、家居服流行趋势分析 240 三、家居服流行趋势分析 241 四、家居服行业发展趋势 241 第二节我国家家居服行业发展预测 243 一、家居服行业发展预测 243 二、家居服消费需求预测 243 三、家居服品牌发展预测 244 四、家居服市场销售预测 244 五、家居服行业趋势预测 245 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 247 第一节家居服行业投资情况分析 247 一、总体投资及结构 247 二、投资规模情况 248 三、投资增速情况 249 四、分地区投资分析 250 第二节家居服行业投资情况分析 251 一、总体投资及

结构 251 二、投资规模情况 253 三、投资增速情况 254 四、分地区投资分析 256 第十四章 家居服行业投资环境分析 258 第一节宏观经济环境分析 258 一、我国宏观经济运行情况 258 二、中国工业经济运行分析 263 三、中国的经济与政策展望 264 第二节政策法规环境分析 267 一、《针织家居服》标准情况 267 二、服装行业政策环境 268 三、服装产业扶持政策 269 第三节社会发展环境分析 273 一、期间我国社会环境分析 273 二、我国居民消费分析 274 三、我国居民生活水平 276 第四节纺织工业发展规划 280 一、回顾及形势 281 二、指导思想和发展目标 285 三、重点任务 287 四、重点领域 300 五、主要政策和保障措施 305 六、加强规划组织实施 307 第十五章家居服行业投资机会与风险 308 第一节家居服行业投资机会分析 308 一、家居服产业发展潜力分析 308 二、家居服行业投资机遇分析 309 三、家居服行业投资要点分析 309 第二节家居服行业投资风险及控制策略分析 311 一、家居服行业市场风险及控制策略 311 二、家居服行业政策风险及控制策略 312 三、家居服行业经营风险及控制策略 315 四、家居服行业技术风险及控制策略 316 五、家居服行业同业竞争风险及控制策略 316 六、家居服行业其他风险及控制策略 317 第十六章家居服行业投资战略研究 318 第一节家居服行业发展战略研究 318 一、技术开发战略 318 二、产业战略规划 320 三、业务组合战略 322 四、营销战略规划 324 五、区域战略规划 325 第二节对我国家家居服品牌的战略思考 327 一、企业品牌的重要性 328 二、家居服品牌的特性和作用 329 三、家居服品牌价值战略研究 329 四、我国家家居服品牌竞争趋势 330 五、家居服企业品牌发展战略 330 六、家居服行业发展策略研究 332 第三节家居服行业投资策略建议 333 一、发挥行业协会的力量 333 二、实力品牌的投资策略 335 三、弱小品牌的投资策略 338 四、品类战略的风险化解 339 五、家居服经营存在误区 341 六、家居服企业投资策略 341 略••••完整报告请咨询客服

图表目录 图表：服装产量全国合计 39 图表：服装产量北京市合计 39 图表：服装产量天津市合计 39 图表：服装产量河北省合计 39 图表：服装产量山西省合计 39 图表：服装产量内蒙古合计 40 图表：服装产量辽宁省合计 40 图表：服装产量吉林省合计 40 图表：服装产量黑龙江合计 40 图表：服装产量上海市合计 40 图表：服装产量江苏省合计 40 图表：服装产量浙江省合计 40 图表：服装产量安徽省合计 40 图表：服装产量福建省合计 41 图表：服装产量江西省合计 41 图表：服装产量山东省合计 41 图表：服装产量河南省合计 41 图表：服装产量湖北省合计 41

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202311/424053.html>