

2015-2020年中国家居服市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国家居服市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/fuzhuang1501/167198N81U.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-01-07

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国家居服市场监测及投资前景研究报告》共十七章。介绍了家居服行业相关概述、中国家居服产业运行环境、分析了中国家居服行业的现状、中国家居服行业竞争格局、对中国家居服行业做了重点企业经营状况分析及中国家居服产业发展前景与投资预测。您若想对家居服产业有个系统的了解或者想投资家居服行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

家居服起源于20世纪80年代的欧美市场，中国家居服的市场是改革开放以后，在90年代初期，生活水平得到提高，中国南方一些为欧美加工家居服的企业开始开发国内市场开始的，家居服在中国可以说是一个新兴的事物，它属于内衣行业的一种产品，中国是目前全世界家居睡衣、内衣行业增长最快的国家，过去几年里每年平均以两位数的速度增长，未来5年内，中国的家居睡衣、内衣市场将有5000亿人民币的销售额。家居服有着广阔的市场空间。家居服是把家的温馨、家的概念与服装合二为一，真正体现家居服饰的品味。随着家居服生产企业的蓬勃发展，很多生产厂家不断挖掘家概念和家的文化与家居服的结合，不断传播时尚家居的理念，让很多消费者开始注重回家的感觉，注重营造一种家居文化和爱的氛围。让很多消费者觉得购买时尚而又符合自己个人魅力的家居服是非常值得的，是追求高质量生活的体现。据调查，40岁以上的人，大多认为花钱买家居服是一种浪费，而20-40岁的人，大多接受家居服，认为在家里也要穿得漂亮一些，穿着运动休闲家居服工作，很宽松；穿着运动休闲家居服去散步，很惬意；穿着运动休闲家居服去运动，很时尚。

作为服装行业一个新兴的细分市场，家居服可以说从诞生之日起就面临着一场与运动服、休闲服等其他服饰品种的市场份额争夺战，在夹缝中求生。现在的家居服行业，不是处于“分蛋糕”阶段，而是处于“做大做好蛋糕”的阶段，家居服真正的竞争源于行业之外，最大的竞争对手不是品牌，而是消费者的认同。越来越多的服装生产厂家，包括原来做文胸、保暖的内衣企业，如康妮雅、贝婷娜等，纷纷不约而同地把目光盯上了家居服。短短十几年，全国专业及兼业生产家居服的企业数量超过了千家，并形成了初步的“产业集群”。目前中国家居服年消费额已逾百亿元，年增长率超过30%，成为了服装行业中增长最快的品种。中国的家居服还处于一个起步的阶段，到目前为止，家居服市场潜力的发挥还不到10%，还有着很大的市场空间可以挖掘。就产品属性而言，家居服是一类很特殊产品，不仅舒适，而且是高品质生活的象征。因此，预计不出3年，家居服将成为一种风尚，并为大多数消费者接受。家居服受众面宽，覆盖面广，不分男女老幼、春夏秋冬，都存在着消费需求。在未来5年内将有75-80%的消费者会选择家居服。家居服在未来五

至十年必将是一个高速发展的市场，它已成为中国服装行业中的朝阳行业，成为最具有发展潜力的产业。

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、家居服的种类

三、家居服的特性

第二节 家居服行业的界定

一、行业经济特性

二、主要细分行业

三、产业链结构分析

第三节 家居服行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球家居服市场发展分析

第一节 2014年全球家居服市场分析

一、2013年全球家居服市场回顾

二、2014年全球家居服市场环境

三、2014年全球家居服产销分析

四、2014年全球家居服流行趋势

第二节 2014年全球家居服市场分析

一、2014年全球家居服需求分析

二、2014年欧美家居服需求分析

三、2014年全球家居服产销分析

四、2014年中外家居服市场对比

第三节 主要国家地区家居服市场分析

一、2013-2014年美国家居服市场分析

二、2013-2014年欧洲家居服市场分析

- 三、2013-2014年日本家居服市场分析
- 四、2013-2014年韩国家家居服市场分析
- 五、2013-2014年其他国家家居服市场

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、我国家家居服行业发展现状
- 二、我国家家居服市场特点分析
- 三、我国家家居服设计现状分析

第二节 全国家家居服市场分析

- 一、2013年全国家居服市场规模分析
- 二、2014年全国家居服市场变化趋势

第三节 家居服市场需求分析

- 一、2014年家居服市场销量分析
- 二、2015年家居服市场销量预测

第四节 家居服市场价格分析

- 一、家居服市场价格影响因素
- 二、2013年家居服市场价格走势
- 三、2014年家居服市场价格走势

第五节 2013-2014年家居服行业发展分析

- 一、2013-2014年家居服业产销存运行分析
- 二、2013-2014年家居服行业利润情况分析
- 三、2013-2014年家居服行业发展周期分析
- 四、2015-2020年家居服行业发展机遇分析
- 五、2015-2020年家居服行业利润增速预测

第六节 对中国家居服市场的分析及思考

- 一、家居服市场特点
- 二、家居服市场分析
- 三、家居服市场变化的方向
- 四、中国家居服产业发展的新思路
- 五、对中国家居服产业发展的思考

第四章 家居服行业经济运行分析

第一节 2013-2014年家居服产量分析

一、2013年家居服产量分析

二、2014年家居服产量分析

第二节 2013-2014年家居服行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2013年家居服行业主要经济指标分析

三、2014年家居服行业主要经济指标分析

第三节 2013-2014年我国家家居服行业绩效分析

一、2013-2014年行业产销情况

二、2013-2014年行业规模情况

三、2013-2014年行业盈利能力

四、2013-2014年行业经营发展能力

五、2013-2014年行业偿债能力分析

第五章 我国家家居服行业进出口分析

第一节 我国家家居服进口分析

一、2013年进口总量分析

二、2013年进口结构分析

三、2013年进口区域分析

第二节 我国家家居服出口分析

一、2013年出口总量分析

二、2013年出口结构分析

三、2013年出口区域分析

第三节 我国家家居服进出口预测

一、2014年进口分析

二、2014年出口分析

三、2015年家居服进口预测

四、2015年家居服出口预测

第六章 中国家居服行业消费市场分析

第一节 中国家居服消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2013-2014年消费者收入水平
- 三、2014年消费者信心指数分析
- 第二节 家居服消费市场状况分析
 - 一、家居服行业消费特点
 - 二、家居服消费者分析
 - 三、家居服消费结构分析
 - 四、家居服消费的市场变化
 - 五、家居服市场的消费方向
- 第三节 家居服市场消费需求分析
 - 一、家居服市场的消费需求变化
 - 二、家居服行业的需求分析
 - 三、2014年家居服品牌市场消费需求分析

第七章 家居服区域市场发展分析

第一节 华北地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2015-2020年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2015-2020年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2015-2020年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2015-2020年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2015-2020年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2015-2020年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2015-2020年行业发展趋势分析

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 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国家居服行业竞争格局综述

一、2014年家居服行业集中度

二、2014年家居服行业竞争程度

三、2014年家居服企业与品牌数量

四、2014年家居服行业竞争格局分析

第四节 2013-2014年家居服行业竞争格局分析

一、2013-2014年国内外家居服竞争分析

二、2013-2014年我国家家居服市场竞争分析

三、2013-2014年我国家家居服市场集中度分析

四、2015-2020年国内主要家居服企业动向

五、2014年国内家居服拟在建项目分析

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、2014年家居服市场增长潜力分析

二、2014年家居服主要潜力品种分析

三、现有家居服产品竞争策略分析

四、潜力家居服品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 家居服企业竞争策略分析

一、欧债危机对家居服行业竞争格局的影响

二、欧债危机后家居服行业竞争格局的变化

三、2015-2020年我国家家居服市场竞争趋势

四、2015-2020年家居服行业竞争格局展望

五、2015-2020年家居服行业竞争策略分析

六、2015-2020年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 中国家居服的销售渠道构成

- 一、家居服分销传统渠道方式
- 二、家居服销售渠道新方式
- 三、中国服装销售渠道存在问题

第二节 家居服研发模式及营销分析

- 一、家居服研发模式分析
- 二、中国家居服文化新营销分析
- 三、家居服直销模式变革分析

第三节 家居服品牌运作策略分析

- 一、家居服品牌运作风险分析
- 二、家居服品牌运作机会分析
- 三、家居服品牌畅通的传播策略和宣传渠道

第四节 家居服行业直销策略分析

- 一、家居服行业直销现状分析
- 二、家居服网络直销情况分析
- 三、家居服行业直销趋势分析
- 四、家居服行业直销策略分析

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、竞争优势分析
- 三、2013-2014年经营状况
- 四、2015-2020年发展战略

第二节 凯迪

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2014年经营状况
- 四、2015-2020年发展战略

第三节 达尔丽

- 一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第四节 汝斯芬

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第五节 睦隆世家

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第六节 贝婷娜

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第七节 娅茜

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第八节 倩蒂

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第九节 安之伴

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十二章 家居服行业发展趋势分析

第一节 我国家家居服行业前景与机遇分析

一、我国家家居服行业发展前景

二、我国家家居服发展机遇分析

三、2014年家居服的发展机遇分析

四、欧债危机对家居服行业的影响分析

第二节 2015-2020年中国家居服市场趋势分析

一、2013-2014年家居服市场趋势总结

二、2015-2020年家居服发展趋势分析

三、2015-2020年家居服市场发展空间

四、2015-2020年家居服产业政策趋向

五、2015-2020年家居服技术革新趋势

六、2015-2020年家居服价格走势分析

七、2015-2020年国际环境对行业的影响

第十三章 未来家居服行业发展预测

第一节 未来家居服需求与消费预测

一、2015-2020年家居服产品消费预测

二、2015-2020年家居服市场规模预测

三、2015-2020年家居服行业总产值预测

四、2015-2020年家居服行业销售收入预测

五、2015-2020年家居服行业总资产预测

第二节 2015-2020年中国家居服行业供需预测

一、2015-2020年中国家居服供给预测

二、2015-2020年中国家居服产量预测

三、2015-2020年中国家居服需求预测

四、2015-2020年中国家居服供需平衡预测

五、2015-2020年中国家居服产品价格预测

六、2015-2020年主要家居服产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十四章 家居服行业投资现状分析

第一节 2013年家居服行业投资情况分析

- 一、2013年总体投资及结构
- 二、2013年投资规模情况
- 三、2013年投资增速情况
- 四、2013年分行业投资分析
- 五、2013年分地区投资分析
- 六、2013年外商投资情况

第二节 2014年家居服行业投资情况分析

- 一、2014年总体投资及结构
- 二、2014年投资规模情况
- 三、2014年投资增速情况
- 四、2014年分行业投资分析
- 五、2014年分地区投资分析
- 六、2014年外商投资情况

第十五章 家居服行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2013-2014年我国宏观经济运行情况
- 二、2015-2020年我国宏观经济形势分析
- 三、2015-2020年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2014年家居服行业政策环境分析
- 二、2014年国内宏观政策对其影响
- 三、2014年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内家居服技术现状
- 二、2014年家居服技术发展分析
- 三、2015-2020年家居服技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状

- 二、2014年社会环境发展分析
- 三、2015-2020年社会环境对行业的影响分析
- 第五节 纺织行业振兴规划
 - 一、纺织行业振兴规划概述
 - 二、纺织行业振兴规划细则
 - 三、纺织行业振兴规划主要任务
 - 四、纺织行业振兴规划主要工程
 - 五、纺织行业振兴规划主要措施
 - 六、纺织行业振兴规划的意义与作用
 - 七、纺织行业振兴规划对家居服行业的影响

第十六章 家居服行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2014年相关产业活力系数比较
- 二、2013-2014年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2014年相关产业投资收益率比较
- 二、2013-2014年行业投资收益率分析

第三节 家居服行业投资效益分析

- 一、2013-2014年家居服行业投资状况分析
- 二、2015-2020年家居服行业投资效益分析
- 三、2015-2020年家居服行业投资趋势预测
- 四、2015-2020年家居服行业的投资方向
- 五、2015-2020年家居服行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响家居服行业发展的主要因素

- 一、2015-2020年影响家居服行业运行的有利因素分析
- 二、2015-2020年影响家居服行业运行的稳定因素分析
- 三、2015-2020年影响家居服行业运行的不利因素分析
- 四、2015-2020年我国家家居服行业发展面临的挑战分析
- 五、2015-2020年我国家家居服行业发展面临的机遇分析

第五节 家居服行业投资风险及控制策略分析

- 一、2015-2020年家居服行业市场风险及控制策略
- 二、2015-2020年家居服行业政策风险及控制策略
- 三、2015-2020年家居服行业经营风险及控制策略
- 四、2015-2020年家居服行业技术风险及控制策略
- 五、2015-2020年家居服行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2015-2020年家居服行业其他风险及控制策略

第十七章 博思数据关于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

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国家居服品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、家居服实施品牌战略的意义
- 三、家居服企业品牌的现状分析
- 四、我国家居服企业的品牌战略
- 五、家居服品牌战略管理的策略

第三节 家居服企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理
- 八、国际化策略

第四节 家居服行业投资战略研究

- 一、2014年服装行业投资战略
- 二、2014年家居服行业投资战略
- 三、2015-2020年家居服行业投资战略
- 四、2015-2020年细分行业投资战略

图表目录

- 图表：家居服产业链分析
- 图表：国际家居服市场规模
- 图表：国际家居服生命周期
- 图表：2003-2014年中国家居服行业市场规模
- 图表：2002-2014年全球家居服产业市场规模
- 图表：2010-2014年家居服重要数据指标比较
- 图表：2003-2014年中国家居服行业销售情况分析
- 图表：2003-2014年中国家居服行业利润情况分析
- 图表：2003-2014年中国家居服行业资产情况分析
- 图表：2011-2014年家居服产品进口数量比较
- 图表：2011-2014年家居服进口金额趋势比较
- 图表：2011-2014年家居服进口数量趋势比较
- 图表：2011-2014年家居服出口金额趋势比较
- 图表：2011-2014年家居服出口数量趋势比较
- 图表：2014年我国前十位出口家居服数量省市地区
- 图表：2014年我国前十位出口家居服金额省市地区
- 图表：2011-2014年中国家居服发展能力分析
- 图表：2011-2014年中国家居服竞争力分析
- 图表：2015-2020年中国家居服产能预测
- 图表：2015-2020年中国家居服消费量预测
- 图表：2015-2020年中国家居服市场前景预测
- 图表：2015-2020年中国家居服市场价格走势预测
- 图表：2015-2020年中国家居服发展前景预测

本报告由博思数据研究中心的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的

市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个家居服行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业！权威！报告根据家居服行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国家居服行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国家居服行业将面临的机遇与挑战，对家居服行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是家居服企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值！

详细请访问：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1501/167198N81U.html>