

2017-2023年中国女式家居 服产业深度调研与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2023年中国女式家居服产业深度调研与投资前景预测报告》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.chinairr.org/report/R12/R1202/201712/22-247786.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

“最具有发展潜力的产业”作为一个西方的“舶来品”，家居服是在上世纪80年代进入中国的。到上世纪90年代以后，随着人们消费能力的提升，家居服的巨大市场能量逐渐呈现在世人面前。

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”。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。

报告目录：

第一章 女式家居服行业概况

第一节 女式家居服定义及分类

第二节 女式家居服产品发展历程

第三节 女式家居服产品产业链分析

第二章 女式家居服产品行业政策环境分析

第一节 女式家居服产品行业在国民经济中的地位

第二节 当前产业政策

一、产业规划政策

二、支持政策

三、相关产业政策

第三节 女式家居服产品行业贸易环境分析

第三章 女式家居服产品行业生产调查

第一节 国内女式家居服产品行业产量统计

一、产品构成

二、产量统计数据

第二节 国内女式家居服产品行业需求量统计

一、需求量统计数据

二、产品需求分布

三、产品需求特点

第四章 市场竞争格局分析

第一节 主要产品市场分布

第二节 国内外品牌竞争格局

第三节 市场竞争现状分析

第五节 企业市场集中度分析

第六节 市场规模分析

第五章 女式家居服产品消费者调查

第一节 产品消费量调查

第二节 产品市场价格调查

第三节 消费群体调查

一、消费群体构成

二、不同消费群体偏好及产品关注度调查

第四节 品牌调查

一、品牌构成

二、品牌市场占有率调查

三、消费者品牌喜好调查

第六章 进出口市场运营状况分析

第一节 进口市场

一、进口数据及金额

二、主要进口国家分析

第二节 出口市场

一、出口数据及金额

二、主要出口国家分析

第三节 进出口政策分析

第七章 营销渠道分析

第一节 女式家居服产品主要营销模式及典型代表分析

一、直销渠道

（一）典型代表一

(二) 典型代表二

二、网上营销

(一) 典型代表一

(二) 典型代表二

三、代理商模式

(一) 典型代表一

(二) 典型代表二

四、其他模式

第二节 渠道新策略

一、新的销售渠道建设

二、营销策略分析

第八章 典型企业与品牌分析

第一节 芬腾FENTENG

一、企业介绍

二、品牌竞争

三、产品构成及市场定位

四、产销数据

五、企业营销模式

六、企业优劣势分析

七、企业发展规划分析

第二节 美标MEIBIAO

一、企业介绍

二、品牌竞争

三、产品构成及市场定位

四、产销数据

五、企业营销模式

六、企业优劣势分析

七、企业发展规划分析

第三节 派邦奴PBENO

一、企业介绍

二、品牌竞争

三、产品构成及市场定位

四、产销数据

五、企业营销模式

六、企业优劣势分析

七、企业发展规划分析

第四节 安之伴

一、企业介绍

二、品牌竞争

三、产品构成及市场定位

四、产销数据

五、企业营销模式

六、企业优劣势分析

七、企业发展规划分析

第五节 红豆居家

一、企业介绍

二、品牌竞争

三、产品构成及市场定位

四、产销数据

五、企业营销模式

六、企业优劣势分析

七、企业发展规划分析

第九章 细分产品分析

第一节 细分产品一

一、产品特性

二、产品需求情况

三、产品主要消费品牌

四、市场前景

第二节 细分产品二

一、产品特性

二、产品需求情况

三、产品主要消费品牌

四、市场前景

第三节 细分产品三

一、产品特性

二、产品需求情况

三、产品主要消费品牌

四、市场前景

第四节 其他女式家居服产品

第十章 2017-2023年女式家居服产品行业投资预测预测

第一节 女式家居服产品行业未来发展方向

第二节 女式家居服产品市场规模预测

第三节 女式家居服产品进出口市场预测

第四节 女式家居服产品竞争格局发展趋势

第十一章 主要结论及建议

第一节 主要结论及观点

第二节 策略建议

一、产品策略

二、渠道策略

三、开发潜在市场建议

四、市场竞争策略建议

图表目录：

图表 2014-2016年中国GDP及增长率统计

图表 2016年国内生产总值统计

图表 2015年-2016年工业经济增长情况

图表 2011-2016年中国社会固定资产投资额以及增长率

图表 2016年中国全社会固定资产投资统计

图表 2016年年末中国人口数及其构成

图表 2016年年末中国人口数及其构成

图表 2011-2016年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表 2011-2016年中国研究与试验发展（R&D）经费支出

图表 2011-2016年中国城镇新增就业人数

图表 2011-2016年中国国家全员劳动生产率

图表 女式家居服行业产业链

图表 2014-2016年中国女式家居服行业工业总产值情况

图表 2014-2016年中国女式家居服行业价格走势

图表 中国女式家居服产品市场价格统计

图表 2014-2016年中国女式家居服行业生产情况

图表 2017-2023年中国女式家居服产能预测

……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/201712/22-247786.html>