

2022-2028年中国家居服行业研究与行业竞争对手分析报告

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

《2022-2028年中国家居服行业研究与行业竞争对手分析报告》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/R1202/202201/20-450593.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

家居服：指在家中休息或操持家务会客等，穿着的一种服装。特点：是面料舒适，款式繁多，行动方便。随着生活水平的不断提高，人们现在慢慢把目光聚焦在如何更好的享受生活，家居服体现的是讲究的生活态度。

家居服是由睡衣演变而来的，却是青出于蓝而胜于蓝。现在的家居服早已摆脱了纯粹睡衣的概念，涵盖的范围更广。从16世纪欧洲人穿上睡袍以来，睡衣随着时代变化也不停的改变着形象。到了上个世纪，社会气氛变得宽松和活跃，卧室着装也向着新的款式发展，发生根本性的变化。

产业研究报告网发布的《2022-2028年中国家居服行业研究与行业竞争对手分析报告》共九章。首先介绍了家居服行业市场发展环境、家居服整体运行态势等，接着分析了家居服行业市场运行的现状，然后介绍了家居服市场竞争格局。随后，报告对家居服做了重点企业经营状况分析，最后分析了家居服行业发展趋势与投资预测。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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章中国家居服行业经营背景与现状分析

1.1 中国家居服行业定义

1.1.1 家居服行业的定义

1.1.2 本报告主要研究主体确定

1.1.3 本报告相关数据来源说明

1.2 中国家居服行业经营环境分析

1.2.1 中国国民经济发展水平分析

1.2.2 中国城镇居民消费水平分析

1.2.3 中国商业物业租金水平分析

1.2.4 中国劳动力成本增长态势分析

1.3 中国家居服行业发展现状分析

1.3.1 中国家居服行业发展现状

1.3.2 中国家居服行业发展特点

1.3.3 中国家居服行业存在问题

第二章 中国家居服行业市场规模与需求分析

2.1 中国家居服所属行业总体规模分析

2.1.1 企业数量结构分析

2.1.2 行业资产规模分析

2.2 中国家居服所属行业产销与费用分析

2.3 中国家居服所属行业财务指标分析

2.3.1 行业盈利能力分析

2.3.2 行业偿债能力分析

2.3.3 行业营运能力分析

2.3.4 行业发展能力分析

第三章 中国家居服行业竞争热点与趋势分析

3.1 中国家居服行业竞争强度分析

3.1.1 现有家居服企业间的竞争分析

3.1.2 行业上游供应商议价能力分析

3.1.3 行业下游购买者议价能力分析

3.1.4 未来潜在新进入者的威胁分析

3.1.5 行业其他替代品的威胁分析

3.1.6 行业竞争程度总结

3.2 中国家居服行业竞争现状分析

3.2.1 中国家居服品牌竞争地位分析

3.2.2 中国家居服行业竞争层次分析

3.2.3 中国家居服行业竞争热点分析

(1) 线城市服装市场成为竞争热点

1) 电商领域竞争更加激烈

2) 童装市场成为大的热点

3.2.4 中国家居服行业竞争趋势分析

(1) 市场细化、竞争加剧

(2) 竞争日趋国际化

(3) 竞争手段多样化

(4) 建立快速反应的运营体系是新趋势

3.3 中国家居服行业竞争格局分析

3.3.1 中国家居服行业竞争区域分布

3.3.2 中国家居服行业竞争企业性质分布

3.3.3 中国家居服行业竞争企业区域市场分布

3.3.4 中国家居服行业国际品牌竞争分析

3.4 中国家居服行业市场竞争格局预测

3.4.1 中国服装产量分布格局预测

3.4.2 中国服装销售量分布格局预测

3.4.3 中国家居服品牌竞争格局预测

第四章 中国家居服行业库存管理与物流配送

4.1 中国家居服行业库存规模分析

4.1.1 中国家居服行业库存规模分析

4.1.2 中国家居服行业库存周转率分析

4.2 中国家居服行业库存管理策略

4.2.1 中国服装企业库存产生原因分析

4.2.2 中国家居服行业库存现状分析

4.2.3 库存管理在家居服业中的重要性

(1) 库存过剩和不足带来的问题

(2) 库存管理的作用

4.2.4 中国家居服行业库存管理策略

4.2.5 家居服行业库存管理案例

(1) ZARA库存管理分析

(2) 美邦服饰库存管理分析

4.3 中国家居服行业供应配送服务分析

4.3.1 家居服行业供应配送服务特点

(1) 配送管理对象的多样性

(2) 家居服配送的快速反应性

(3) 服装配送计划的重要性

(4) 服装配送网络的复杂性

(5) 服装配送系统对信息化的依赖

(6) 配送设施的高要求性

4.3.2 家居服行业供应配送模式分析

(1) 企业自营配送模式分析

(2) 第三方物流企业配送模式分析

(3) 共同配送模式分析

4.4 中国家居服企业配送中心选址分析

4.4.1 家居服企业物流类型及其特征分析

4.4.2 家居服企业物流配送中心选址意义

4.5 中国家居服企业配送中心选址影响因素

4.5.1 企业竞争战略选择的影响

(1) 成本战略影响因素分析

(2) 供应链战略影响因素分析

(3) 区域发展战略影响因素分析

(4) 营销渠道战略影响因素分析

4.5.2 宏观经济层面的影响因素

(1) 税收减让影响因素分析

(2) 政策法规和城市发展规划

(3) 需求风险产生的影响分析

4.5.3 对顾客需求的响应时间

(1) 库存成本的考虑因素

(2) 运输成本的考虑因素

(3) 配送中心的设施成本的考虑因素

(4) 总物流成本的考虑因素

4.5.4 基础设施的影响分析

4.6 中国家居服企业配送中心选址的建议

4.6.1 服装企业物流配送系统总成本构成

4.6.2 服装企业物流配送中心的选址步骤

(1) 确定选址规划目标

(2) 确定选址约束条件

(3) 收集整理相关资料

(4) 建模求解

(5) 结果评价

4.6.3 服装企业物流配送中心的选址建议

第五章 中国家居服行业子产品市场投资机会分析

5.1 家居服市场投资机会分析

5.1.1 家居服市场规模分析

5.1.2 家居服品牌市场发展现状与定位分析

5.1.3 家居服品牌经典策划案例分析

(1) 韩都衣舍——独特买手制捕捉当下韩流趋势

(2) OSA——超高性价比吸引时尚白领女性

5.2 家居服网购市场竞争态势分析

(1) 家居服网购市场销售规模分析

(2) 传统家居服品牌线上扩张策略分析

(3) 家居服淘品牌竞争策略与影响力分析

5.3 家居服市场未来投资价值点与发展趋势

(1) 家居服行业盈利模式分析

(2) 家居服行业盈利因素

(3) 家居服行业发展趋势

第六章 中国家居服行业区域市场投资前景分析

6.1 北京市家居服行业投资前景分析

6.1.1 北京市服装消费环境与需求分析

6.1.2 北京市家居服规模与市场分析

6.1.3 北京市家居服业百货商店及品牌竞争态势分析

6.1.4 北京市家居服行业的投资前景

6.2 上海市家居服行业投资前景分析

6.2.1 上海市服装消费环境与需求分析

6.2.2 上海市家居服规模与市场分析

6.2.3 上海市家居服业品牌竞争态势分析

6.2.4 上海市家居服行业的投资前景

6.3 广州市家居服行业投资前景分析

6.3.1 广州市服装消费环境与需求分析

- 6.3.2 广州市家居服规模与市场分析
- 6.3.3 广州市家居服业业态发展现状
- 6.3.4 广州市家居服行业的投资前景
- 6.4 深圳市家居服行业投资前景分析
 - 6.4.1 深圳市服装消费环境与需求分析
 - 6.4.2 深圳市家居服规模与市场分析
 - 6.4.3 深圳市家居服业业态格局发展
 - 6.4.4 深圳市家居服业竞争态势分析
 - 6.4.5 深圳市家居服行业的投资前景

第七章 中国家居服行业业态模式创新与发展趋势

- 7.1 中国家居服业的业态创新与趋势
 - 7.1.1 家居服业主要业态类型分析
 - 7.1.2 家居服业现有业态局限性分析
 - 7.1.3 家居服业业态创新驱动力分析
 - 7.1.4 家居服业业态创新与发展趋势
- 7.2 专卖品牌店经营模式分析
 - 7.2.1 专卖品牌店模式发展规模分析
 - 7.2.2 专卖品牌店模式市场份额分析
 - 7.2.3 专卖品牌店模式代表企业分析
 - 7.2.4 专卖品牌店模式的优劣势分析
 - 7.2.5 专卖品牌店模式发展潜力与趋势
- 7.3 大卖场家居服业态模式分析
 - 7.3.1 大卖场家居服模式发展现状分析
 - 7.3.2 大卖场家居服业态的运营特征分析
 - 7.3.3 大卖场家居服业态的SWOT分析
 - 7.3.4 大卖场家居服业态发展潜力与趋势
- 7.4 货店家居服业态模式分析
 - 7.4.1 货店家居服发展与现状分析
 - 7.4.2 货店服装销售品牌格局分析
 - 7.4.3 货店家居服品牌价格结构分析
 - 7.4.4 货店主要家居服品牌类型分析

- 7.4.5 货店主要家居服品牌风格分析
- 7.5 网络家居服业态经营模式分析
 - 7.5.1 网络家居服模式销售规模分析
 - 7.5.2 网络家居服模式品牌发展情况分析
 - 7.5.3 网络家居服模式的SWOT分析
 - 7.5.4 网络家居服模式发展潜力与趋势
- 7.6 网络家居服模式顾客满意度分析
 - 7.6.1 网络购物顾客满意度影响因素分析
 - 7.6.2 网络购物顾客忠诚度影响因素分析
 - 7.6.3 网络购物的决策与消费满意度分析
 - 7.6.4 网络购物消费流程与影响因素分析
 - 7.6.5 提高网络家居服顾客满意度的建议
- 7.7 O2O家居服业态经营模式分析
 - 7.7.1 O2O家居服业态经营模式分析
 - 7.7.2 O2O家居服业态经营模式规模影响因素分析
 - 7.7.3 O2O家居服业态经营模式的优劣势
 - 7.7.4 O2O家居服业态经营模式发展潜力

第八章 国际家居服行业企业分析

8.1 广东洪兴制衣有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

8.2 广东美标服饰实业有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

8.3 广东凯迪服饰有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.4 汕头市多拉美制衣实业有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5 广东睦隆制衣有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.6 北京爱慕内衣有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.7 深圳淳度服装有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第九章中国家居服行业投资风险与投资机会分析

9.1 中国家居服行业投资壁垒分析

9.1.1 家居服行业进入壁垒分析

(1) 家居服行业市场性壁垒

(2) 家居服行业策略性壁垒

9.1.2 家居服行业退出壁垒分析

(1) 由埋没费用形成的退出壁垒

(2) 解雇费用形成的退出壁垒

(3) 固定成本形成的退出壁垒

- 9.2 中国家居服行业投资风险分析
 - 9.2.1 家居服行业面临宏观经济风险
 - 9.2.2 家居服行业面临的渠道租金风险
 - 9.2.3 家居服行业面临的外需波动风险
 - 9.2.4 家居服行业面临的其它风险
 - (1) 消费环境变化的风险
 - (2) 汇率波动的影响
 - (3) 关联产业风险
 - (4) 国际品牌的冲击
 - (5) 品牌仿冒风险
- 9.3 中国家居服行业投资机会分析
 - 9.3.1 中国家居服行业发展前景分析
 - 9.3.2 中国家居服行业投资机会分析
 - (1) 私人服装定制
 - (2) 电子商务

部分图表目录：

- 图表1：2016-2020年中国国内生产总值增长情况（单位：亿元，%）
 - 图表2：2016-2020年我国城镇居民人均可支配收入及增长情况（单位：元，%）
 - 图表3：2016-2020年我国城乡居民衣着消费支出占比情况（单位：%）
 - 图表4：我国一二三线城市购物中心租金水平
 - 图表5：服饰类业态租金承受能力（单位：%）
 - 图表6：2016-2020年职工平均工资变化趋势图（单位：元，%）
 - 图表7：2016-2020年限额以上服装鞋帽、针纺织品零售额及增长情况（单位：亿元，%）
 - 图表8：我国家家居服行业发展的主要特点
 - 图表9：我国家家居服行业存在的问题
 - 图表10：2016-2020年我国限额以上家居服行业营业收入变化趋势图（单位：亿元，%）
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/202201/20-450593.html>