



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国家居服市场调查与未来前景预测研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国家居服市场调查与未来前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/197522.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

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。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国家居服市场调查与未来前景预测研究报告》共十五章。首先介绍了家居服相关概述、中国家居服市场运行环境等，接着分析了中国家居服市场发展的现状，然后介绍了中国家居服重点区域市场运行形势。随后，报告对中国家居服重点企业经营状况分析，最后分析了中国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。

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 2010年全球家居服市场分析

- 一、2010年全球家居服市场回顾
- 二、2010年全球家居服市场环境
- 三、2010年全球家居服产销分析
- 四、2010年全球家居服流行趋势

第二节 2011年全球家居服市场分析

- 一、2011年全球家居服需求分析
- 二、2011年欧美家居服需求分析
- 三、2011年全球家居服产销分析
- 四、2011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、2010-2011年美国家居服市场分析
- 二、2010-2011年欧洲家居服市场分析
- 三、2010-2011年日本家居服市场分析
- 四、2010-2011年韩国家家居服市场分析
- 五、2010-2011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、2010年全国家居服市场规模分析
- 二、2011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、2010年家居服市场销量分析
- 二、2011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、2010年家居服市场价格走势
- 三、2011年家居服市场价格走势

第五节 2010-2011年家居服行业发展分析

- 一、2010-2011年家居服业产销存运行分析
- 二、2010-2011年家居服行业利润情况分析
- 三、2010-2011年家居服行业发展周期分析
- 四、2012-2016年家居服行业发展机遇分析
- 五、2012-2016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 2010-2011年家居服产量分析

- 一、2010年家居服产量分析
- 二、2011年家居服产量分析

第二节 2010-2011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、2010年家居服行业主要经济指标分析
- 三、2011年家居服行业主要经济指标分析

第三节 2010-2011年我国家居服行业绩效分析

- 一、2010-2011年行业产销情况
- 二、2010-2011年行业规模情况
- 三、2010-2011年行业盈利能力
- 四、2010-2011年行业经营发展能力
- 五、2010-2011年行业偿债能力分析

第五章 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、2010-2011年消费者收入水平

三、2011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、2011年家居服品牌市场消费需求分析

第六章 家居服区域市场发展分析

第一节 华北地区

第二节 东北地区

第三节 华东地区

第四节 华南地区

第五节 中南地区

第六节 西南地区

第七节 西北地区

第七章 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、2010年家居服行业集中度

二、2010年家居服行业竞争程度

三、2010年家居服企业与品牌数量

四、2010年家居服行业竞争格局分析

第四节 2010-2011年家居服行业竞争格局分析

一、2010-2011年国内外家居服竞争分析

二、2010-2011年我国家家居服市场竞争分析

三、2010-2011年我国家家居服市场集中度分析

四、2012-2016年国内主要家居服企业动向

五、2011年国内家居服拟在建项目分析

第八章 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、2011年家居服市场增长潜力分析

二、2011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、金融危机对家居服行业竞争格局的影响

二、金融危机后家居服行业竞争格局的变化

三、2012-2016年我国家家居服市场竞争趋势

四、2012-2016年家居服行业竞争格局展望

五、2012-2016年家居服行业竞争策略分析

六、2012-2016年家居服企业竞争策略分析

第九章 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

第十章 家居服重点品牌企业分析

第一节 企业1

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第六节 企业6

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第十一章 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、2011年家居服的发展机遇分析

四、金融危机对家居服行业的影响分析

第二节 2012-2016年中国家居服市场趋势分析

一、2010-2011年家居服市场趋势总结

二、2012-2016年家居服发展趋势分析

三、2012-2016年家居服市场发展空间

四、2012-2016年家居服产业政策趋向

五、2012-2016年家居服技术革新趋势

六、2012-2016年家居服价格走势分析

七、2012-2016年国际环境对行业的影响

第十二章 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

第二节 2012-2016年中国家居服行业供需预测

第十三章 中国家居服行业发展环境分析

第一节 国内家居服经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国家居服经济发展预测分析

第二节 中国家居服行业政策环境分析

第十四章 家居服行业投资机会与风险分析

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2011年相关产业活力系数比较
- 二、2009-2010行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2011年相关产业投资收益率比较
- 二、2009-2010行业投资收益率分析

第三节 家居服行业投资效益分析

- 一、2010-2011年家居服行业投资状况分析
- 二、2012-2016年家居服行业投资效益分析
- 三、2012-2016年家居服行业投资趋势预测
- 四、2012-2016年家居服行业的投资方向
- 五、2012-2016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、2012-2016年影响家居服行业运行的有利因素分析
- 二、2012-2016年影响家居服行业运行的稳定因素分析
- 三、2012-2016年影响家居服行业运行的不利因素分析
- 四、2012-2016年我国家居服行业发展面临的挑战分析
- 五、2012-2016年我国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、2012-2016年家居服行业市场风险及控制策略
- 二、2012-2016年家居服行业政策风险及控制策略
- 三、2012-2016年家居服行业经营风险及控制策略
- 四、2012-2016年家居服行业技术风险及控制策略

五、2012-2016年家居服行业同业竞争风险及控制策略

六、2012-2016年家居服行业其他风险及控制策略

第十五章 家居服行业投资战略分析

第一节 家居服行业发展战略分析

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分析

一、2011年服装行业投资战略

二、2011年家居服行业投资战略

三、2012-2016年家居服行业投资战略

四、2012-2016年细分行业投资战略

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

通过《2012-2016年中国家居服市场调查与未来前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/197522.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。