

# 2017-2023年中国女式家居服产品行业研究及未来 前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国女式家居服产品行业研究及未来前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201709/566901.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

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。

### 2013-2015Q3内衣家居服细分类目占比趋势

资料来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国女式家居服产品行业研究及未来前景预测报告》共十一章。首先介绍了中国女式家居服产品行业市场发展环境、女式家居服产品整体运行态势等，接着分析了中国女式家居服产品行业市场运行的现状，然后介绍了女式家居服产品市场竞争格局。随后，报告对女式家居服产品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国女式家居服产品行业发展趋势与投资预测。您若想对女式家居服产品产业有个系统的了解或者想投资中国女式家居服产品行业，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 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 进出口市场调查

- 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未来发展趋势预测

##### 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 (ZY GXH)

##### 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 (ZY GXH)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/566901.html>