

中国家居服行业发展现状研究与投资前景分析报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国家居服行业发展现状研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202205/596835.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、家居服概述及发展历程

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。家居服是由睡衣演变而来的，但是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。目前，我国家家居服行业历经三大发展阶段，品牌化是未来趋势。

我国家家居服行业发展历程

数据来源：观研天下整理

在产业链方面，家居服行业上游主要是各类布料原材料及花边、纽扣等辅料，下游则是代理商、电商平台、门店，终端主要是消费者。

我国家家居服行业产业链

数据来源：观研天下整理

二、我国家家居服行业市场发展现状分析

家居服所属贴身服饰行业，即直接紧贴于皮肤穿着的服饰，包括文胸、内裤、保暖衣、家居服、运动装、泳装、袜子等。根据数据，2019年，我国贴身服饰市场规模达到4617亿元，预计2021年将接近5000亿元。其中，2019年家居服品类的市场规模725亿元，占比15.7%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

三、我国家家居服行业市场竞争分析

1、家居服行业竞争主体多样化

随着国内家居服市场打开，其广阔的市场空间吸引了众多领域的竞争者关注，传统及新兴的内衣文胸品牌、保暖内衣品牌、组合内衣品牌等都纷纷加入了家居服市场竞争领域，2020年国内家居服企业注册量共4696家，并且这些品牌与家居服同属内衣大类，在生产与销售上都具有重叠组合性。目前，我国家家居服市场中具有代表性的企业，包括洪兴股份、秋鹿、安之伴、果壳、都市丽人、汇洁股份等。

数据来源：观研天下整理

家居服行业代表性企业

公司名称

成立时间

主营产品

主要品牌

2020年经营规模

都市丽人（中国）控股有限公司

1998年

产品涵盖文胸、内裤、家居服、塑身衣、保暖衣、袜子、内衣配饰等

都市丽人、欧迪芬、Freeday（自在时光）

收入：31亿元;利润：-1.2亿元

深圳汇洁集团股份有限公司

2007年

产品涵括男士、女士、儿童内衣，家居，功能，保暖，泳衣及配饰，女士美妆等

曼妮芬、伊维斯、兰卓丽

收入：23.7亿元;利润：2.1亿元

安莉芳控股有限公司

2006年

产品种类包括胸围、内裤、紧身衣、泳衣、韵律服、睡衣、袜裤和孕妇哺乳内衣等

EmbryForm安莉芳、Fandecie芬狄诗、Comfit、LizaCheng、E-

Bra、IVU、iadore安朵、LUCIE'SWORLD露西的世界

收入：14.1亿元;利润：-238万元

广东洪兴实业股份有限公司

2004年

产品包括家居服、内衣内裤及其他相关产品

芬腾、玛伦萨、芬腾可安、千线艺

收入：11.3亿元；利润：1.3亿元

无锡红豆居家服饰有限公司

1995年

产品包括内裤、内衣、文胸、家居服等产品

Hodohome

-

广东秋鹿实业有限公司

2004年

涵盖家居服、内衣、香皂、香薰等多个品类

秋鹿、小秋鹿、Jenize

-

广东安之伴实业有限公司

1997年

以家居服产品为主

安之伴、妮可雅、菲蜜莉、乌拉拉公主

-

宁波果壳电子商务有限公司

2014年

以家居服产品为主

果壳

-

数据来源：观研天下整理

2、电商渠道竞争激烈

电商产业快速发展使得国内服装零售渠道结构进行调整，线上规模占比不断提升。根据Euro monitor数据，2015-2020年，我国服装市场的线下零售规模占比从86%下降至63%，线上零售规模占比则相应从14%提升至37%。

我国服装零售渠道结构

零售类型

2015

2016

2017

2018

2019

2020

线下零售

86%

84%

81%

78%

75%

63%

杂货零售商

4%

3%

2%

2%

1%

1%

专卖零售商

42%

40%

39%

38%

38%

33%

综合零售商

41%

41%

40%

38%

36%

30%

线上零售

14%

16%

19%

22%

25%

37%

合计

100%

100%

100%

100%

100%

100%

数据来源：观研天下整理

家居服产品尺码较为宽松，所以相较于其他服装品类，家居服更适合电商销售，尤其是随着抖音、小红书等新电商业态兴起，加快了家居服行业线上规模扩大，市场增添新动能。根据

数据显示，2016-2020年，我国家居服饰（含内衣）的电商销售增速普遍高于服装整体销售增速，尤其2018年两者增速差高达13.9%，2020年受疫情影响，线上增速（5.8%）低于服装行业整体（8.6%）销售增速。

数据来源：观研天下整理

目前，芬腾、秋鹿等早期就在传统实体店基础上布局电商渠道，另外有相当数量的二、三线家居服品牌亦常年在各电商平台占据一定比例的销售份额，发展态势良好。例如，广东洪兴实业股份有限公司加速全渠道布局，线上渠道占比逐年攀升，截止2020年家居服线上销售金额69356.01万元，占比79.57%。

广东洪兴实业股份有限公司线上渠道的产品结构

产品类型

2020年

2019年

2018年

/

金额

占比

金额

占比

金额

占比

家居服

69,356.01

79.57%

49,770.35

76.26%

49,362.21

80.40%

内衣内裤

17,246.81

19.79%

15,030.25

23.03%

11,738.69

19.12%

其他

563.53

0.64%

466.44

0.71%

297.41

0.48%

合计

87,166.35

100.00%

65,267.04

100.00%

61,398.31

100.00%

数据来源：观研天下整理

广东洪兴实业股份有限公司线下渠道的产品结构

产品类型

2020年

2019年

2018年

/

金额

占比

金额

占比

金额

占比

家居服

23,348.52

92.07%

33,543.03

94.92%

23,070.66

94.01%

内衣内裤

1,999.19

7.88%

1,759.00

4.98%

1,469.14

5.99%

其他

13.18

0.05%

35.03

0.10%

0.34

0.00%

合计

25,360.88

100.00%

35,337.06

100.00%

24,540.13

100.00%

数据来源：观研天下整理（WYD）

观研报告网发布的《中国家居服行业发展现状研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中

国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国家居服行业发展概述

第一节家居服行业发展情况概述

一、家居服行业相关定义

二、家居服特点分析

三、家居服行业基本情况介绍

四、家居服行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、家居服行业需求主体分析

第二节中国家居服行业生命周期分析

一、家居服行业生命周期理论概述

二、家居服行业所属的生命周期分析

第三节家居服行业经济指标分析

一、家居服行业的赢利性分析

二、家居服行业的经济周期分析

三、家居服行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球家居服行业市场发展现状分析

第一节全球家居服行业发展历程回顾

第二节全球家居服行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲家居服行业地区市场分析

一、亚洲家居服行业市场现状分析

二、亚洲家居服行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲家居服行业市场前景分析

第四节北美家居服行业地区市场分析

一、北美家居服行业市场现状分析

二、北美家居服行业市场规模与市场需求分析

三、北美家居服行业市场前景分析

第五节欧洲家居服行业地区市场分析

一、欧洲家居服行业市场现状分析

二、欧洲家居服行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲家居服行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界家居服行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球家居服行业市场规模预测

第三章 中国家居服行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对家居服行业的影响分析

第三节中国家居服行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对家居服行业的影响分析

第五节中国家居服行业产业社会环境分析

第四章 中国家居服行业运行情况

第一节中国家居服行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国家居服行业市场规模分析

一、影响中国家居服行业市场规模的因素

二、中国家居服行业市场规模

三、中国家居服行业市场规模解析

第三节中国家居服行业供应情况分析

一、中国家居服行业供应规模

二、中国家居服行业供应特点

第四节中国家居服行业需求情况分析

一、中国家居服行业需求规模

二、中国家居服行业需求特点

第五节中国家居服行业供需平衡分析

第五章 中国家居服行业产业链和细分市场分析

第一节中国家居服行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、家居服行业产业链图解

第二节中国家居服行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对家居服行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对家居服行业的影响分析

第三节我国家家居服行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国家居服行业市场竞争分析

第一节中国家居服行业竞争现状分析

一、中国家居服行业竞争格局分析

二、中国家居服行业主要品牌分析

第二节中国家居服行业集中度分析

一、中国家居服行业市场集中度影响因素分析

二、中国家居服行业市场集中度分析

第三节中国家居服行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国家居服行业模型分析

第一节中国家居服行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国家居服行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国家居服行业SWOT分析结论

第三节中国家居服行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国家居服行业需求特点与动态分析

第一节中国家居服行业市场动态情况

第二节中国家居服行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节家居服行业成本结构分析

第四节家居服行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国家居服行业价格现状分析

第六节中国家居服行业平均价格走势预测

- 一、中国家居服行业平均价格趋势分析
- 二、中国家居服行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国家居服行业所属行业运行数据监测

第一节中国家居服行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节中国家居服行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节中国家居服行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国家居服行业区域市场现状分析

第一节中国家居服行业区域市场规模分析

- 一、影响家居服行业区域市场分布的因素
- 二、中国家居服行业区域市场分布

第二节中国华东地区家居服行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区家居服行业市场分析
 - (1) 华东地区家居服行业市场规模
 - (2) 华南地区家居服行业市场现状

(3) 华东地区家居服行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区家居服行业市场分析

(1) 华中地区家居服行业市场规模

(2) 华中地区家居服行业市场现状

(3) 华中地区家居服行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区家居服行业市场分析

(1) 华南地区家居服行业市场规模

(2) 华南地区家居服行业市场现状

(3) 华南地区家居服行业市场规模预测

第五节华北地区家居服行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区家居服行业市场分析

(1) 华北地区家居服行业市场规模

(2) 华北地区家居服行业市场现状

(3) 华北地区家居服行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区家居服行业市场分析

(1) 东北地区家居服行业市场规模

(2) 东北地区家居服行业市场现状

(3) 东北地区家居服行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区家居服行业市场分析

(1) 西南地区家居服行业市场规模

(2) 西南地区家居服行业市场现状

（3）西南地区家居服行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区家居服行业市场分析

（1）西北地区家居服行业市场规模

（2）西北地区家居服行业市场现状

（3）西北地区家居服行业市场规模预测

第十一章家居服行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

.

第十二章 2022-2029年中国家居服行业发展前景分析与预测

第一节中国家居服行业未来发展前景分析

- 一、家居服行业国内投资环境分析
- 二、中国家居服行业市场机会分析
- 三、中国家居服行业投资增速预测

第二节中国家居服行业未来发展趋势预测

第三节中国家居服行业规模发展预测

- 一、中国家居服行业市场规模预测
- 二、中国家居服行业市场规模增速预测
- 三、中国家居服行业产值规模预测
- 四、中国家居服行业产值增速预测
- 五、中国家居服行业供需情况预测

第四节中国家居服行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国家居服行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国家居服行业进入壁垒分析

- 一、家居服行业资金壁垒分析
- 二、家居服行业技术壁垒分析
- 三、家居服行业人才壁垒分析
- 四、家居服行业品牌壁垒分析
- 五、家居服行业其他壁垒分析

第二节家居服行业风险分析

- 一、家居服行业宏观环境风险

二、家居服行业技术风险

三、家居服行业竞争风险

四、家居服行业其他风险

第三节中国家居服行业存在的问题

第四节中国家居服行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国家居服行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国家居服行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国家居服行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 家居服行业营销策略分析

一、家居服行业产品策略

二、家居服行业定价策略

三、家居服行业渠道策略

四、家居服行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202205/596835.html>