

2017-2022年中国配饰市场 监测及投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国配饰市场监测及投资前景分析报告》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.cction.com/report/201704/140405.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

南方称软装，北方叫配饰。家居陈设涵盖大家所知的软装饰、后期配饰、家居店面陈列设计，是主要针对家庭空间、商业空间、样板间的家具、画、陶瓷、花艺、布艺、灯饰等的装饰设计以及家具、家居饰品卖场的陈列设计，通过饰品、艺术品的陈列设计赋予空间更多的文化内涵和品位。主要针对高端人群、经济条件相对优越，对空间要求较高的客户，他们会有这个需求，而且随着人们生活水平的提高，家居陈设的需求越来越旺盛，所以市场潜力非常巨大。软装包括八大元素：家具、饰品、布艺、灯饰、画品、花品、日用品、收藏品。

如许多其他产业一样，销售终端的形象展示是传达品牌文化、深化品牌印象的最佳手段之一。都将卖场陈列列为重点项目，在卖场中营造居家氛围的陈列手段也使众多消费者趋之若鹜，这表明，家居陈列设计这一概念以及家居陈列设计师这一职业的引入将为整个中国家具行业带来全新的面貌。

在经过对全国上百家家居产品卖场的陈列展示进行分析后，中赫时尚的专业讲师研究并提出了一套针对家具卖场的陈列设计课程，内容包括对家居环境的整体氛围营造、对家具产品的搭配陈列、对家具卖场的专业展示以及对家居陈列设计师职业素质的培养等。家居配饰设计不是饰品的堆积，而是文化、个性、品位的综合。

报告目录：

第一章中国配饰消费者购买行为及品牌调查研究

第一节中国配饰品牌购买行为研究

一、品牌选择

二、型号选择

三、信息渠道选择

四、价格选择

四、购买场所选择

五、购买的关注因素

第二节中国配饰品牌调查研究

一、品牌认知度分析

二、品牌美誉度分析

三、理想品牌特点及优先选择品牌

四、品牌的地区影响力和品牌价值表现

第三节中国配饰品牌用户价值评估调研

一、价值持续性评估

二、价值收益性评估

三、用户心理价值评估

四、总体用户价值评估

第二章中国配饰品牌消费者偏好深度调查

第一节中国配饰产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节中国配饰产品的品牌市场调查

一、消费者对品牌消费意识形态调研

二、消费者对配饰产品的品牌偏好调查

三、消费者对配饰品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、配饰品牌忠诚度调查

六、配饰品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第三章中国配饰产品品牌市场实地调查研究

第一节中国配饰产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、配饰产品品牌平均价格趋势分析

三、中国配饰产品品牌价格走势预测

第二节影响中国配饰产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对配饰产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对配饰产品品牌价格的影响

第三节中国配饰产品品牌市场消费状况分析

一、中国配饰产品品牌市场消费结构

二、中国配饰产品品牌市场消费特点

三、影响中国配饰产品品牌市场消费因素

第四节2012-2015年中国配饰主流品牌厂商

一、主流品牌结构对比

二、产品品牌结构对比

第四章中国配饰产品品牌市场消费状况统计情报

第一节中国配饰品牌市场运行走势分析

一、中国配饰品牌竞争对手商铺、商场监测数据

二、中国配饰品牌排名实地调研结果

三、中国配饰产品相关联行业或产品情况

四、中国配饰市场主要品牌所占市场消费份额

五、中国配饰市场各品牌新动向监测

第二节中国配饰产品主要品牌动态关注

一、配饰品牌销售额前十名排名情况

二、配饰品牌竞争力前十名排名情况

三、配饰品牌市场份额前十名排名情况

四、配饰品牌发展潜力前十名排名情况

第三节2017-2022年中国配饰产品市场销售策略探讨

第五章中国配饰品牌市场产销数据跟踪监测

第一节2012-2015年配饰产品品牌产销状况监测

一、2012-2015年中国配饰产品品牌产量分析

二、2012-2015年中国配饰产品品牌产能分析

三、2012-2015年中国配饰产品品牌市场需求状况

第二节2012-2015年中国配饰产品品牌历年消费量数据分析

第三节2012-2015年中国配饰产品品牌市场主要供给数据统计

第四节2017-2022年中国配饰产品品牌市场需求预测

第六章中国配饰品牌市场经销模式及营销渠道考察

第一节中国配饰产品主要经销方式深度探讨

一、中国配饰产品市场批发分析

二、中国配饰产品加盟商（代理）

三、中国配饰产品自主经营分析

第二节中国配饰产品销售渠道及盈利模式调研

一、配饰产品销售渠道特征分析

二、配饰产品销售渠道管理基本要素分析

三、配饰产品营销渠道分析

第四节配饰产品销售渠道控制五力模型研究

一、报酬力

二、强制力

三、合法权力

四、专业知识力

五、参照力

第七章中国配饰品牌营销策略首席分析师点评

第一节中国配饰品牌营销市场营销现状

一、配饰品牌传统营销

二、配饰品牌网络营销

二、配饰品牌营销的五大要素

三、配饰品牌营销的意义分析

第二节中国配饰品牌营销模式研究

一、市场经济时代的营销模式

二、国际市场条件下的营销模式

三、新型营销模式总括

第三节2012-2015年中国配饰品牌营销策略分析

一、产品策略

二、价格策略

三、渠道策略

第八章中国配饰品牌销售渠道实地调研

第一节渠道一

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第二节渠道二

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第三节渠道三

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第四节渠道四

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第九章中国配饰品牌市场竞争格局调查研究

第一节中国配饰行业历史竞争格局回顾

第二节中国配饰行业集中度研究

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节中国配饰行业竞争结构研究

一、现有企业间竞争调研

二、潜在进入者调研

三、替代品调研

四、供应商议价能力调研

五、客户议价能力调研

第四节中国配饰市场竞争力剖析

第十章中国配饰市场品牌竞争力评价

第一节中国配饰市场品牌竞争力评价

一、品牌竞争力评价指标体系

二、品牌竞争力评价

第二节中国配饰市场品牌竞争力提升策略

一、中国配饰品牌定位研究分析

二、中国配饰企业品牌管理模式

三、中国配饰企业品牌推广经验

四、中国配饰企业品牌提升策略研究

第十一章中国配饰产品知名品牌竞争对手跟踪监测结果

第一节品牌A

一、企业发展简况分析

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优劣势分析

五、企业经营优劣势分析分析

第二节品牌B

一、企业发展简况分析

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优劣势分析

五、企业经营优劣势分析分析

第三节品牌C

一、企业发展简况分析

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优劣势分析

五、企业经营优劣势分析分析

第四节品牌D

一、企业发展简况分析

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优劣势分析

五、企业经营优劣势分析分析

第五节略……

第十二章2017-2022年中国配饰市场品牌消费前景及发展预测

第一节2017-2022年中国配饰品牌行业发展前景展望

一、国内市场发展前景

二、配饰品牌市场空间预测

三、中国配饰品牌市场消费规模及增长

四、中国配饰品牌潜在需求

第二节2017-2022年中国配饰品牌行业发展趋势研究

第三节2017-2022年中国配饰品牌行业市场盈利空间预测

第四节2017-2022年中国配饰品牌发展战略路线研讨

第十三章2017-2022年中国配饰行业品牌投资战略指导

第一节2017-2022年中国配饰品牌投资环境分析

第二节2017-2022年中国配饰品牌投资机会剖析

一、投资热点

二、投资商机

三、投资潜力

第三节2017-2022年中国配饰品牌投资风险预警

一、市场风险

二、竞争风险

三、金融风险

四、进退风险

第四节中企顾问网分析师投资建议

部分图表目录：

图表：2012-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2012年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2012-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2012-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2010-2012年我国工业增加值增速统计

图表：2012-2015年我国全社会固定资产投资额走势图（2012年不含农户）

图表：2012-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2012-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2012-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2012-2015年中国配饰产品品牌市场销售额前十名排名情况

图表：2012-2015年中国配饰产品品牌市场竞争力前十名排名情况

图表：2012-2015年中国配饰产品品牌市场市场份额前十名排名情况

图表：2012-2015年中国配饰产品品牌市场发展潜力前十名排名情况

图表：2012-2015年中国配饰市场主流品牌关注比例走势

图表：2012-2015年中国配饰消费市场主流品牌关注比例走势

图表：2012-2015年不同类型配饰市场主流品牌关注比例对比

图表：2012-2015年中国消费配饰市场主流品牌市售产品品牌数量对比

图表：2012-2015年中国消费配饰市场主流品牌单品关注率对比

图表：部分企业经营情况分析走势图

图表：2012-2015年配饰品牌经营收入走势图

图表：2012-2015年配饰品牌盈利指标走势图

图表：2012-2015年配饰品牌负债情况图

图表：2012-2015年配饰品牌负债指标走势图

图表：2012-2015年配饰品牌运营能力指标走势图

图表：部分品牌成长能力指标走势图

图表：2012-2015年中国配饰品牌认知度调研结果

图表：2012-2015年中国配饰品牌美誉度调研结果

图表：2012-2015年中国配饰品牌市场价格调查统计

图表：2012-2015年中国配饰行业竞争对手产品拥有度比较调查

图表：2012-2015年中国配饰行业竞争对手品牌满意度比较调查

图表：2012-2015年中国配饰行业竞争对手品牌关注度调查数据

图表：2012-2015年中国配饰行业竞争对手品牌活跃度调查数据

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201704/140405.html>