

2017-2022年中国家纺市场 深度分析与前景展望研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国家纺市场深度分析与前景展望研究报告》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.abaogao.com/b/fangzhi/J68941V6RN.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

家用纺织品又叫装饰用纺织品，与服装用纺织品、产业用纺织品共同构成纺织业的三分天下。作为纺织品中重要的一个类别，家用纺织产品在居室装饰配套中被称为“软装饰”，它在营造与环境转换中有着决定性的作用。随着人们生活水平的提升以及消费观念的转变，与日常生活息息相关的家纺品市场正呈现出快速增长的发展趋势。目前中国家纺行业已经走在世界的前列。企业的设计和技术水平逐步提高，家纺市场巨大的消费潜能将被释放出来，巨大的市场催生了产业集群。产品规格齐全，能适应不同国家、不同地区、不同民族、不同消费层次消费者的需求。具有一定规模的企业拥有自己的创意研发中心，专业性的研发设计企业在家纺行业中已经出现。产品也逐渐由传统床上用品向装饰装潢、生态环保功能发展延伸。“大家纺”格局的形成，主要位于浙江、江苏、山东、广东、河北、上海等省市的区域性产业集群迅速成长壮大。目前家纺床上用品的规模大约在1500亿，小家纺（毛巾、窗帘布艺等）大约在3000亿，大家纺（家居、软装等）约达8000亿规模。

随着近年来家居业“重装饰，轻装修”的潮流，家用纺织品的装饰作用越来越重要。在未来的10年家纺消费市场年增长率将不会低于15%。数据显示，按中国每年有10,000,000对新人结婚，以每对新人在家用纺织品上消费2000元计算，则仅此市场就有200亿元的市场容量。随着国家推进城镇化建设，城镇居民住房条件的改善，促使家用纺织品行业的进一步发展。与此同时，旅游业的发展，使涉外单位在配套的卧具，装饰用品的使用上，也增长了新的需求。此外，家纺行业在“十二五”规划中提出，在此期间具体培育出10家年销售额在30亿元以上、具有良好国际声誉的品牌企业。这正是家纺行业企业积极发展壮大良好机遇。在国际市场方面，积极开拓新兴市场。目前297亿美元的出口额中大概有40多亿元的产品进到新兴市场。特别是东盟10国市场。和服装相比，家纺产品文化局限更小，更适合自主品牌出口。东南亚是中国家纺行业自主品牌出口的突破口。因为华人在那里有一定的影响力，为中国的家纺品牌提供比较容易成长的环境。

近年来，纺织业保持了稳定增长的态势，虽然2011年以来速度有所放缓，但至2015年，纺织业收入达到4.02万亿，同比增长5.5%。行业中企业单位数在2011年骤降32.3%至2.25万家，至2015年，一直保持在2万家左右，企业数目的减少表明行业集中度的提升。当前经济形势并非十分景气，内部需求动力不足，景气度处于发展区间并波动较大，出口规模下降，小企业因成本高企难以维持而被兼并或倒闭，大企业则在进行结构调整，或寻求转型升级，或延伸产业链，进一步压缩成本，提高运营效率，加强供应链的把控。2015年，我国纺织行业500万元以上项目固定资产投资完成额为11913.2亿元，同增15.0%，增速高于上年1.6个百分点，行业新开工投资项目16149项，同比增长18.3%，表明行业投资信心良好。

作为纺织业的子行业，受房地产影响，2015年家纺行业市场规模300.2亿美元，同增4.11%，增速放缓，但规模仍处在稳定上升阶段。随着房地产去库存进程的推进，家纺行业也将受到催化；降低成本、扩大有效供给等政策措施也将使行业的生产及效益情况有所改善。

纺织业收入增长

家纺行业规模不断增长

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国家纺市场深度分析与前景展望研究报告》共十二章。首先介绍了家纺相关概念及发展环境，接着分析了中国家纺规模及消费需求，然后对中国家纺市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家纺面临的机遇及发展前景。您若想对中国家纺有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录：

第一章 家纺行业基本概念

第一节 家纺的含义及分类

一、家纺的定义

二、家纺的分类

第二节 家纺设计的基本方格

一、美式风格

二、新中式风格

三、新古典风格

四、东南亚风格

五、地中海风格

第三节 最近3-5年中国家纺行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、竞争激烈程度指标

第二章 2014-2016年中国家纺行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、我国宏观经济运行情况

二、我国宏观经济形势分析

我国自改革开放以来，工业化进程加快，经济发展水平得到了极大的提升。2007-2012年，我国工业增加值保持着逐年上升的趋势，但同比增速波动下降。2007年，我国工业增加值同比增速为18.5%，为近五年来的最高值；2014年，工业增加值同比增速下降为8.3%；2015年前三季度，工业增加值同比增速下降为6.2%。2015年全年，全国规模以上工业增加值按可比价格计算比上年增长6.1%。

2007-2015年全国规模以上企业工业增加值同比增速（单位：%）

2016年是中国经济持续探底的一年，经过2015-2016年全面培育新的增长源和新的动力机制，中国宏观经济预计将在2017年后期出现稳定的反弹，并逐步步入中高速的稳态增长轨道之中。2016年，预计全年GDP增速为6.7%左右，增速较2015年下降约0.2个百分点。预计2016年我国第一产业增加值增速为3.6%，第二产业为5.3%，第三产业为8.6%。消费、投资和净出口对GDP增长的拉动分别为4.0、2.6和0.1个百分点。

第二节 2014-2016年中国家纺行业政策环境分析

一、关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见

二、《度棉花临时收储预案》

二、《进出口纺织品专业通用技术要求感官检验技术规范》

三、《欧盟从严制定和修改法律条例以打击假冒商品》

四、《墨西哥公布对纺织品及服装新标签规定》

五、《纺织品纤维含量标识》新国标实施

六、《国际生态环保纺织品标准》

第三节 2014-2016年中国家纺行业社会环境分析

一、教育环境

二、人口环境

三、生态环境

第三章 2014-2016年中国家纺行业运行态势分析

第一节 2014-2016年中国家纺行业运行总况

一、中国家纺业正处于行业生命周期的成长阶段

二、民营企业逐渐发展壮大

三、创意引领产业逆流而上

第二节 2014-2016年中国家纺行业发展存在问题分析

一、销售渠道只“圈”不“管”

二、终端市场传统不专业

三、研发设计能力弱

四、产品质量问题

第三节 2014-2016年中国家纺行业市场规模分析

一、2014-2016年节水灌溉设备行业市场规模收入及增速

二、2017-2022年节水灌溉设备行业市场规模收入及增速预测

第四章 2014-2016年中国家纺行业经济运行分析

第一节 2014-2016年中国家纺行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2014年中国家纺行业主要经济指标分析

三、2016年中国家纺行业主要经济指标分析

第二节 2014-2016年中国家纺行业经营绩效分析

一、2014-2016年行业盈利能力

二、2014-2016年行业经营发展能力

三、2014-2016年行业偿债能力

第五章 2014-2016年我国家纺行业进出口市场分析

第一节 2014-2016年家纺行业进口分析

一、进口金额

二、进口产品结构

第二节 2014-2016年家纺行业出口分析

一、出口金额

二、出口结构

第三节 2014-2016年家纺行业进出口价格走势分析

一、进口价格走势

二、出口价格走势

三、未来进出口价格走势预测

第六章 2014-2016年中国四大家纺产业基地基本状况分析

第一节 浙江余杭

一、企业规模

二、产业优势

三、主要生产产品

第二节 浙江海宁

一、企业规模

二、产业优势

三、主要生产产品

第三节 江苏南通

一、企业规模

二、产业优势

三、主要生产产品

第四节 山东文登

一、企业规模

二、产业优势

三、主要生产产品

第七章 中国家纺行业细分市场

第一节 婚庆家纺

一、国内婚庆家纺市场商机巨大

二、婚庆床品特征变迁

三、影响婚庆家纺消费的因素

四、家纺忽略中低档婚庆产品的设计开发

五、个性化成婚庆家纺市场潮流

第二节 儿童家纺

一、儿童家纺成为市场新宠

二、中国婴幼家纺市场发展现况分析

三、儿童家纺市场的问题

四、婴幼儿家纺市场有待开发

五、儿童家纺市场缺口依然存在

第三节 功能性家纺

一、功能性床品的分类

二、功能家纺市场需求有待挖掘

三、功效是消费者购买功能床品的决定性因素

四、功能性床品推广需解决的难题

五、发展功能性家纺注意的事项

第四节 床上用品

一、中国床上用品行业的发展状况

二、中国床上用品行业的特点

三、中国床上用品行业的产品结构

四、我国中档床上用品市场发展空间大

五、中国床上用品消费者的需求及其发展

六、目前床上用品主要存在的问题

第五节 毛巾

一、我国毛巾行业现状及市场特点

二、中国毛巾行业发展进入品牌制胜时代

三、国内毛巾产业技术装备现状浅析

四、木纤维毛巾市场前景广阔

五、毛巾市场的发展趋势分析

第六节 布艺

一、布艺的概念和内容

二、中国布艺业发展的三个阶段

三、中国布艺行业的发展状况及面临的挑战

四、布艺行业发展的策略及方向

第七节 窗帘

一、绿色窗帘的分类及特点

二、窗帘行业出口回顾

三、竹纤维引领国内窗帘市场发展

四、窗帘行业创新发展策略

五、窗帘流行趋向解析

第八节 地毯

- 一、我国地毯发展历史简述
- 二、中国地毯行业概况
- 三、国内地毯行业的问题
- 四、地毯行业发展前景及趋势
- 五、地毯行业的技术研究方向

第八章 2014-2016年中国家纺行业市场营销分析

第一节 家纺行业经营模式构成分析

- 一、专卖模式
- 二、商场专柜模式
- 三、网购模式
- 四、电视购物模式
- 五、团购模式

第二节 直营模式与加盟模式比较分析

- 一、模式覆盖面比较
- 二、模式操作条件分析
- 三、模式优劣势比较
- 四、模式发展趋势比较

第九章 2014-2016年国内外家纺行业品牌发展概况分析

第一节 国内家纺市场主要国际品牌排行

第二节 主要国际家纺品牌概况分析

- 一、法雅蒂
 - 1、品牌定位
 - 2、目标消费群体
 - 3、推广手段
- 二、依芙德伦
 - 1、品牌定位
 - 2、目标消费群体
 - 3、推广手段
- 三、梦莎蒂

- 1、品牌定位
- 2、目标消费群体
- 3、推广手段

四、埃斯普利特

- 1、品牌定位
- 2、目标消费群体
- 3、推广手段

第三节 国内家纺市场主要国内品牌排行

第四节 主要国内家纺品牌概况分析

一、罗莱

- 1、品牌定位
- 2、目标消费群体
- 3、推广手段

二、梦洁

- 1、品牌定位
- 2、目标消费群体
- 3、推广手段

三、孚日

- 1、品牌定位
- 2、目标消费群体
- 3、推广手段

第十章 2014-2016年中国家纺行业竞争格局分析

第一节 2014-2016年家纺行业竞争格局概况

- 一、家纺行业集中度分析
- 二、家纺行业竞争程度分析

第二节 2014-2016年中国家纺行业结构分析

- 一、行业省份分布概况
- 二、行业销售集中度分析
- 三、行业利润集中度分析
- 四、行业规模集中度分析

第十一章 国内家纺织行业重点企业分析

第一节 上海罗莱家用纺织品有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略分析

第二节 深圳富安娜家饰用品有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略分析

第三节 深圳羽光家纺有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略分析

第四节 紫罗兰家纺科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略分析

第五节 维科控股集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略分析

第六节 上海恒源祥家用纺织品有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略分析

第七节 上海华源家纺有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略分析

第八节 邯郸雪驰集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略分析

第九节 江苏梦兰集团公司

- 一、企业概况
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略分析

第十节 江苏百花实业集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略分析

第十二章 2017-2022年家纺行业发展前景及预测

第一节 2017-2022年家纺行业市场发展前景

- 一、2017-2022年净水器市场发展潜力
- 二、2017-2022年净水器市场发展前景展望

第二节 2017-2022年家纺行业市场发展趋势

- 一、消费需求趋势
- 二、品牌演变趋势
- 三、渠道模式趋势
- 四、终端创新趋势

第三节 2017-2022年中国家纺市场发展前景预测

第十三章 家纺行业投资风险及防范措施

第一节 2017-2022年中国家纺行业投资机会分析

一、细分市场投资机会分析

二、区域市场投资潜力分析

三、产业链投资机会分析

第二节 2017-2022年中国家纺行业投资风险分析

一、政策风险预警

二、技术风险预警

三、市场竞争风险预警

四、经营管理风险预警

五、进入退出风险预警

第十四章 家纺行业投资战略研究

第一节 家纺行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、区域战略规划

三、产业战略规划

四、营销品牌战略

第二节 对我国家纺行业品牌的战略思考

一、家纺品牌的重要性

二、家纺实施品牌战略的意义

三、家纺企业品牌的现状分析

四、我国家纺企业的品牌战略

五、家纺品牌战略管理的策略

第三节 家纺行业经营策略分析

一、家纺市场细分策略

二、家纺市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、家纺新产品差异化战略

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 家纺行业研究结论

第二节 家纺行业投资价值评估

第三节 家纺行业投资建议

图表目录：

图表：2014-2016年中国家纺行业市场规模

图表：2014-2016年全球家纺产业市场规模

图表：2014-2016年家纺行业重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国家纺行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国家纺行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国家纺行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国家纺行业竞争力分析

图表：2017-2022年中国家纺行业市场前景预测

图表：2017-2022年中国家纺行业市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国家纺行业发展前景预测

图表：2017-2022年中国家纺行业市场规模趋预测势图

图表：2014-2016年家纺行业销售成本分析

图表：2014-2016年家纺行业销售费用分析

图表：2014-2016年家纺行业管理费用分析

图表：2014-2016年家纺行业财务费用分析

图表：2014-2016年家纺行业销售及利润分析

图表：2014-2016年家纺行业销售毛利率分析

图表：2014-2016年家纺行业销售利润率分析

图表：2014-2016年家纺行业成本费用利润率分析

图表：2014-2016年家纺行业总资产利润率分析

图表：2014-2016年家纺行业资产分析

图表：2014-2016年家纺行业负债分析

图表：2014-2016年家纺行业偿债能力分析

图表：2014-2016年我国家纺行业产品进口数据

图表：2014-2016年我国家纺行业产品出口数据

图表：2014-2016年中国不同所有制家纺企业累计工业总产值对比

图表：2014-2016年中国不同所有制家纺企业累计产品销售收入对比

图表：2014-2016年中国不同所有制家纺企业累计资产总计对比

图表：2014-2016年中国不同所有制家纺企业累计利润总额对比

图表：2014-2016年家纺产品产量北京市统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量天津市统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量河北省统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量内蒙古统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量辽宁省统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量吉林省统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量黑龙江统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量上海市统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量江苏省统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量浙江省统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量安徽省统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量福建省统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量江西省统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量山东省统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量河南省统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量湖北省统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量湖南省统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量广东省统计

图表：2014-2016年家纺行业产品产量广西区统计

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fangzhi/J68941V6RN.html>