

# 2013-2017年中国家纺市场 监测及投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2013-2017年中国家纺市场监测及投资方向研究报告》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.cction.com/report/201306/94641.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

家纺即家用纺织品，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。

纵观我国家纺行业发展历程，共经历了三个阶段：原始期、起步期、井喷期，目前正进入稳定增长期。经过多年鏖战，家纺行业的竞争格局开始悄然变化，品牌家纺正在崛起。在这个阶段，随着家纺行业消费与竞争的不断升级，家纺行业正处在起步阶段向发展阶段过渡的时期，即市场的最大变化是已进入高速发展中的结构性调整周期。

“十一五”时期，我国家纺行业成功应对全球金融危机、人民币汇率升值、生产成本大幅上涨等诸多不利因素的影响，在“十五”快速发展基础上，保持了稳定向上的运行态势。进一步加大了资源优化整合力度，在生产、经营、品牌建设等领域均取得了较大进步。加强国际接轨，促进了行业国际竞争力与比较优势的较大提升，基本实现了家纺大国的发展目标。

2011年作为“十二五”的开局之年，我国家纺行业形势良好。2011年家纺行业1548家规模以上企业累计完成工业总产值2097.65亿元，出口交货值539.11亿元，实现利润总额122.40亿元，产销率达97.97%。

目前我国服装类纺织品消费约占纺织品消费总量的65%，家用纺织品消费仅占23%，且家用纺织品的人均消费所占消费性支出还不足1%。从国内外家纺用品消费的现实差距以及未来发展趋势看，中国家纺行业有着巨大的发展空间。

“大家纺”格局和“软装饰”文化的建立以及家纺行业低碳环保的趋势，加速了我国现代家纺产业的形成、完善与提升。“十二五”时期，家纺产业发展的主要任务是引导消费，积极扩大内需；创新渠道，促进企业做强做大；提倡家纺文化，加强品牌建设；优化产业布局，促进梯度发展；整合资源，提高科技贡献率；加强人才培养，夯实强国基础；践行低碳环保，实现可持续发展；完善公共服务平台，创造良好产业环境。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国家纺市场监测及投资方向研究报告》共十一章。首先介绍了家纺的定义、分类、设计等，接着分析了家纺行业的现状和市场运行情况，然后具体介绍了婚庆家纺、儿童家纺、功能家纺、床上用品、毛巾、布艺、窗帘、地毯的发展。随后，报告对家纺市场做了区域发展分析、营销分析和重点企业运营状况分析，最后分析了家纺行业的发展前景和未来趋势。您若想对家纺市场有个系统的了解或者想投资家用纺织品生产，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 家纺概述

### 第一节 家纺相关介绍

- 一、家纺的含义及分类
- 二、床上用品的定义及分类
- 三、毛巾的定义及分类
- 四、功能性家纺的概念及开发意义

### 第二节 家纺设计分析

- 一、家纺设计的层面及各环节的关系
- 二、家纺设计对中国家纺行业的作用
- 三、设计对家纺品牌的影响
- 四、中国家纺设计存在的问题及成因
- 五、中国家纺设计应走民族化道路
- 六、家纺设计知识产权的保护对策

## 第二章 家纺行业发展分析

### 第一节 中国家纺行业发展概况

- 一、中国家纺行业的发展历程
- 二、我国家纺行业的发展特征
- 三、“十一五”期间中国家纺业总体概况
- 四、中国家纺业步入奢侈品时代
- 五、中国首个家纺行业指数正式发布
- 六、中国家纺业开始向西部地区迁移

### 第二节 中国家纺行业运行情况

- 一、我国家用纺织品行业发展回顾
- 二、我国家纺业发展的关键词
- 四、中国家纺行业发展状况透析

### 第三节、家纺产业集群发展透析

- 一、我国家纺产业集群的形成与分类

- 二、中国家纺产业集群区域发展概况
- 三、“十一五”期间家纺产业集群加快发展
- 四、2011年家纺产业集群现状及2012年形势分析
- 五、中国家纺产业集群存在的不足及对策
- 第四节、家纺行业相关标准发展分析
  - 一、中国家纺行业标准建设现状分析
  - 二、2010年家纺业《蚕丝被》国家标准开始生效
  - 三、2011年家纺业四新规将规范市场更好发展
  - 四、新旧《国家纺织产品基本安全技术规范》的比较
  - 五、变革中国家纺行业标准的举措
- 第五节、家纺行业的环保分析
  - 一、国内家纺业低碳环保现状
  - 二、中国家纺业向低碳转型是必然趋势
  - 三、2012年春季家纺展环保风盛行
  - 四、家纺业在材料和生产环节的环保分析
  - 五、竹纤维成家纺业环保热点
- 第六节、家纺行业存在的问题分析
  - 一、中国家纺行业存在的五大不足
  - 二、中国家纺行业面临的主要挑战
  - 三、我国家纺业发展存在的不健康因素
  - 四、我国家纺企业发展的制约因素
- 第七节、家纺行业的发展策略探讨
  - 一、家纺企业突围的三大法宝
  - 二、家纺业提升国际市场竞争力策略
  - 三、中国家纺业的发展突破口
  - 四、中小家纺企业的发展对策

### 第三章 家纺市场发展分析

#### 第一节 国际家纺市场概述

- 一、国际家纺市场发展综况
- 二、法国家用纺织品市场浅析
- 三、日本家纺市场发展状况

四、2011年美国家用纺织品进口状况分析

五、2012年美国家纺原料供应出现问题

六、土耳其拟涉足我国家用纺织品市场

## 第二节 中国家纺市场发展状况

一、家纺市场消费者群体分析

二、家纺市场消费层次浅析

三、中国家纺市场消费规模

四、家纺市场的需求点透析

五、家纺产品开发的新特点

六、2012年家纺产品关注度简析

## 第三节 家纺市场品牌发展概况

一、中国家纺市场品牌发展现状

二、家纺市场的高端品牌发展解析

三、中国家纺业网络品牌危机升级

四、中国家纺业品牌立体化发展分析

五、中国家纺市场各级品牌的策略探析

六、家纺企业建立品牌文化的重要性及建议

## 第四节 中国家纺市场竞争分析

一、我国家纺市场竞争局势

二、中国家纺企业竞争态势的转变

三、家纺企业竞争应注意的问题

四、家纺业避免同质化竞争策略探析

五、未来家纺市场的竞争势力及特点分析

## 第四章 中国家纺细分市场

### 第一节 婚庆家纺

一、婚庆家纺市场发展概况

二、影响婚庆家纺消费的因素

三、中低档婚庆家纺市场亟待开发

四、婚庆家纺市场消费趋向简析

五、传统婚俗文化与婚庆家纺的设计结合

### 第二节 儿童家纺

- 一、我国儿童家纺业发展现状
- 二、儿童家纺市场的需求点分析
- 三、中国婴幼家纺市场有待挖掘
- 四、儿童家纺市场未来发展方向

### 第三节 功能性家纺

- 一、功能性家纺的消费年龄层分析
- 二、功能性家纺更关注材料及效果
- 三、功能性床品推广需解决的难题
- 四、体验营销在功能性家纺市场的运用
- 五、功能性家纺产品的市场开发策略
- 六、老年人或成功能性家纺消费主流

## 第五章 床上用品

### 第一节 中国床上用品行业概述

- 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、我国床上用品业的品牌发展状况
- 五、床上用品行业存在的问题

### 第二节 床上用品市场发展状况

- 一、床上用品消费观念发生转变
- 二、时装化成床上用品市场新潮流
- 三、2012年床上用品市场的流行趋势
- 四、中国床上用品销售渠道构成
- 五、中国床上用品市场重视品牌化营销

### 第三节 中国床上用品出口数据统计

- 一、针织或钩编的床上用织物制品出口情况
- 二、化纤制其他印花床上用织物制品出口情况
- 三、棉制其他非针织或钩编的床上用织物制品出口情况
- 四、针织或钩编的床罩出口情况

### 第四节 床上用品行业竞争状况

- 一、床上用品企业的竞争方式及选择

二、床上用品企业的竞争策略

三、床上用品行业的竞争趋势探析

第五节 中国床上用品行业的投资特性

一、季节性

二、投资少收效快

三、原材料丰富和低廉

四、利润大及风险相对比较小

第六节、床上用品市场发展的趋势分析

一、床上用品市场的需求趋势

二、床上用品市场品牌消费展望

三、一次性床上用品发展空间大

四、中国床上用品渠道发展趋势

## 第六章 毛巾

第一节 中国毛巾行业发展概况

一、我国毛巾行业持续快速发展

二、中国毛巾市场消费状况分析

三、影响毛巾市场需求因素分析

四、毛巾市场产品的新变化分析

五、我国毛巾企业跨领域营销成亮点

第二节 中国毛巾市场品牌分析

一、我国毛巾市场品牌状况

二、我国毛巾市场品牌竞争格局

三、品牌毛巾与非品牌毛巾的竞争

四、创新成为毛巾品牌制胜法宝

第三节 中国毛巾行业出口状况

一、中国毛巾出口市场特征分析

二、2011年中国毛巾制品出口状况简析

三、2011年中国毛巾产品出口大幅增长

四、2012年中国棉制毛巾产品出口简况

五、中国毛巾出口中东市场状况

第四节 中国毛巾行业存在的问题



一、毛巾行业发展中面临的问题

二、制约毛巾市场发展壮大的因素

三、劣质毛巾存在安全隐患

第五节 中国毛巾行业发展对策探讨

一、毛巾品牌导入和市场细分策略

二、加强毛巾市场竞争力的策略

三、国内毛巾企业打造品牌竞争力的途径

四、小微型毛巾企业发展战略措施分析

第六节 毛巾行业前景及趋势分析

一、中国毛巾行业未来前景展望

二、消费观念升级将带动毛巾发展

三、毛巾行业的发展趋势分析

第七章 其他家纺产品发展状况

第一节 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、我国布艺行业的品牌发展分析

四、国内布艺市场发展面临的挑战

五、布艺行业的市场定位及营销策略

六、知名布艺企业发展的成功经验

七、我国布艺行业未来发展趋势

第二节 窗帘

一、国内窗帘市场的基本情况

二、窗帘业与婴童用品融合趋势渐显

三、中国窗帘行业陷入同质化泥潭

四、中国窗帘行业创新发展策略

五、中国窗帘行业发展方向解析

六、智能窗帘业发展空间大

第三节 地毯

一、我国地毯及挂毯业出口状况

二、我国藏毯行业发展状况综述

- 三、通过展会透视2012年地毯行业动向
- 四、国内地毯行业存在的问题
- 五、地毯企业做大内销市场的思路
- 六、地毯行业发展前景及趋势
- 七、地毯行业的技术研究方向

## 第八章 重点地区家纺业发展状况

### 第一节、浙江绍兴

- 一、绍兴家纺产业发展概况
- 二、绍兴家纺行业应加强自主品牌建设
- 三、绍兴鼓励家纺行业发展电子商务
- 四、绍兴家纺业形成区域品牌
- 五、绍兴家纺专卖店发展势头迅猛

### 第二节、浙江温州

- 一、温州家纺行业发展概况
- 二、温州家纺业的销售模式分析
- 三、温州家纺业持续发展的瓶颈
- 四、温州家纺市场存在的问题及不足

### 第三节、浙江余杭

- 一、2010年余杭家纺行业发展概况
- 二、2011年余杭家纺行业发展状况
- 三、2012年余杭家纺业发展现状
- 四、余杭家纺企业积极调整战略方向
- 五、余杭家纺业存在的主要问题
- 六、促进余杭家纺业发展的建议

### 第四节、浙江海宁

- 一、海宁家纺行业发展回顾
- 二、海宁家纺业发展势头良好
- 三、海宁家纺产业发展思路

### 第五节、江苏南通

- 一、南通家纺行业发展概况
- 二、南通家纺产业发展特点分析

三、2011年南通叠石桥家纺城发展快速

四、南通家纺产业发展存在的问题

五、南通家纺产业发展的重要举措

第六节、辽宁沈阳

一、沈阳市家纺市场发展特点

二、沈阳中高档品牌家纺的销售渠道

三、五爱市场在沈阳家纺业的地位与作用

四、沈阳家纺行业发展的政策建议

第七节、山东滨州

一、滨州家纺行业发展现况

二、滨州家纺市场发展优势浅析

三、滨州家纺产业集群竞争力分析

四、“十二五”期间滨州家纺行业发展重点

第八节、其他地区

一、湖南长沙家纺市场基本概况

二、山东高密市家纺行业发展概况

三、安徽岳西县手工家纺业发展态势

四、湖北荆门市家纺业实现零突破

第九章 家纺市场的营销分析

第一节 家纺市场的营销概述

一、概念营销提升家纺品牌影响力

二、色彩在家纺市场营销的重要性

三、2011年我国家纺业营销渠道创新分析

四、中国家纺品牌的影视营销发展探析

五、家纺营销呈现行业融合趋势

第二节 家纺销售渠道发展分析

一、国内家纺渠道的发展阶段分析

二、中国家纺市场销售渠道现状分析

三、家纺企业销售渠道选择及主流趋势

四、家纺品牌“大家居”模式发展分析

五、2011年家纺业开启工厂式销售渠道

六、家纺业三四线城市渠道开发策略探讨

### 第三节 家纺业电子商务发展状况

- 一、家纺行业发展电子商务具有重要意义
- 二、我国家纺行业进军电子商务领域现状分析
- 三、我国家纺业B2C电子商务显现多样化
- 四、高品质成家纺电子商务核心竞争力
- 五、家纺电子商务亟待解决的难题
- 六、不同类型家纺企业的电子商务策略分析
- 七、未来我国家纺业电子商务发展展望

### 第四节 家纺市场营销的问题及策略

- 一、家纺行业营销模式存在的问题
- 二、家纺企业亟待转变的两大营销观念
- 三、家纺企业市场导入期的营销分析
- 四、提高家纺市场营销能力的三大措施
- 五、我国中小家纺企业市场营销六大思路

## 第十章 重点家纺企业分析

### 第一节 阿芙萝

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第二节 富安娜

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第三节 罗莱

- 一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第四节 孚日集团

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第五节 梦洁

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第六节 博洋

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第七节 南方寝饰

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 第八节 上海水星家纺

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第九节 洁丽雅

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第十节 紫罗兰

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

## 第十一章 家纺行业投资前景及趋势分析

### 第一节、家纺行业投资分析

#### 一、家纺行业存在的机会点

#### 二、投资家纺业的利好因素

#### 三、进入家纺行业的主要障碍

#### 四、投资家纺业的注意事项

#### 五、投资家纺行业的建议

### 第二节、家纺行业的前景趋势预测

#### 一、未来中国家纺市场的增长动因

#### 二、“十二五”期间家纺行业发展目标及任务

三、2013-2017年中国家纺行业预测分析

四、未来家纺专业市场的发展变化分析

五、家纺礼品化发展前景广阔

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201306/94641.html>