



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国家纺行业市场 监测及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2013-2017年中国家纺行业市场监测及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/226402.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

中国目前家纺市场正处于快速发展阶段。十二五时期，是一个实现由家纺大国向家纺强国转变的关键期，行业发展将面临更为复杂的市场环境。同时也应看到，世界经济发展的长期趋势不会改变，中国经济保持稳定增长的格局不会改变。到2020年全面建设小康社会、基本实现工业化的战略任务的执行，为行业全面协调可持续发展创造了良好机遇。行业将以产业链的比较优势和创新实力为基础，向价值链高端转型升级，加快推进结构调整、转变发展方式，实现由家纺大国向家纺强国的转变。

当今世界，和平、发展、合作仍是时代潮流，世界多极化、经济全球化深入发展。与此同时，全球家纺产业格局也正在经历一系列的调整，这将为我国家纺产业依靠新型比较优势参与国际分工、转变发展方式、实现科学发展创造有利的外部条件。

近几年，俄罗斯、印度、巴西等新兴经济体及东盟、南美洲发展中国家对我国家纺产品的进口需求快速增长。随着国家的崛起和经济的发展，数量众多的发展中国家势必将成为我国家纺产品出口的重要市场。在全球人口分布上，发展中国家约占世界人口的90%，每年95%的新增人口出生于此，这意味着家纺产品拥有巨大的潜在需求。

居民提高生活水平、转变生活方式，医院、宾馆及休闲娱乐等公共场所需求增加，政府建立扩大内需长效机制、加快推进城市化进程等需求面因素，都将为行业发展提供新的增长空间。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国家纺行业市场竞争格局及发展趋势研究报告》共八章。首先介绍了中国家纺行业的概念，接着分析了中国家纺行业发展环境，然后对中国家纺行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家纺行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国家纺行业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 中国家纺行业发展综述 15

1.1 家纺行业定义及分类 15

1.1.1 行业概念及定义 15

1.1.2 行业主要产品大类 15

1.2 家纺行业统计标准	16
1.2.1 家纺行业统计部门和统计口径	16
1.2.2 家纺行业统计方法	16
1.2.3 家纺行业数据种类	16
1.3 家纺行业供应链及消费市场分析	18
1.3.1 家纺行业供应链简介	18
1.3.2 家纺行业消费市场分析	19
(1) 我国人口结构分析	19
(2) 居民收入及消费支出分析	20
(3) 中国纺织行业发展分析	24
1.3.3 家纺行业上游市场分析	25
(1) 棉花市场分析	26
(2) 合成纤维市场分析	28

第二章 家纺行业发展状况分析 31

2.1 中国家纺行业发展状况分析	31
2.1.1 中国家纺行业发展总体概况	31
2.1.2 中国家纺行业发展主要特点	32
2.1.3 家纺行业经营情况分析	32
(1) 家纺行业经营效益分析	32
(2) 家纺行业盈利能力分析	33
(3) 家纺行业运营能力分析	33
(4) 家纺行业偿债能力分析	34
(5) 家纺行业发展能力分析	34
2.2 家纺行业供需情况分析	35
2.2.1 家纺行业经济指标分析	35
2.2.2 全国家纺行业供给情况分析	36
(1) 全国家纺行业总产值分析	36
(2) 全国家纺行业产成品分析	37
2.2.3 各地区家纺行业供给情况分析	37
2.2.4 全国家纺行业需求情况分析	40
(1) 全国家纺行业销售产值分析	40

- (2) 全国家纺行业销售收入分析 40
- 2.2.5 各地区家纺行业需求情况分析 41
- 2.2.6 全国家纺行业产销率分析 43
- 2.3 家纺行业进出口市场分析 44
 - 2.3.1 家纺行业进出口状况综述 44
 - 2.3.2 家纺行业出口市场分析 45
 - (1) 行业出口情况 45
 - (2) 行业出口特点、前景及建议 48
 - 2.3.3 家纺行业进口市场分析 50
 - (1) 行业进口情况 50
 - (2) 行业进口特点、前景及建议 53

第三章 家纺行业市场环境分析 54

- 3.1 行业政策环境分析 54
 - 3.1.1 行业主管部门与监管体制 54
 - 3.1.2 行业相关政策动向 54
 - (1) 出口退税调整 54
 - (2) 美国CPSC阻燃新规 55
 - (3) 纺织产品新国标 55
 - (4) 服装家纺自主品牌建设相关政策 56
 - 3.1.3 家纺行业发展政策分析 56
- 3.2 行业经济环境分析 57
 - 3.2.1 国际宏观经济环境分析 57
 - (1) 美国 57
 - (2) 日本 58
 - (3) 德国 58
 - (4) 英国 59
 - 3.2.2 国内宏观经济环境分析 60
 - (1) GDP增速分析 60
 - (2) 消费物价指数 60
 - 3.2.3 宏观经济波动对家纺行业消费影响 61
- 3.3 行业贸易环境分析 63

3.3.1 行业贸易环境发展现状 63

3.3.2 行业贸易环境发展趋势 65

第四章 家纺行业市场竞争状况分析 68

4.1 行业国际市场竞争状况分析 68

4.1.1 国际家纺市场发展状况 68

4.1.2 主要国家家纺行业发展状况 68

(1) 美国家纺行业发展状况 69

(2) 法国家纺行业发展状况 70

(3) 土耳其家纺行业发展状况 71

4.1.3 跨国公司在中国市场的投资布局 72

(1) 美国E-SPRIT在华投资布局分析 72

(2) 美国CK在华投资布局分析 72

(3) 意大利TRUSSARDY在华投资布局分析 72

(4) 美国Unifi公司在华投资布局 72

(5) 英威达在华投资布局 73

(6) 苏格兰bestwish在华投资布局 74

(7) 喜来登在华投资布局 74

(8) 法国杜蕾娜在华投资布局 75

(9) 美国蓝岭集团在华投资布局分析 75

4.2 行业国内市场竞争状况分析 75

4.2.1 国内家纺行业市场规模分析 75

4.2.2 国内家纺行业竞争现状分析 76

(1) 区域分布格局分析 76

(2) 企业规模格局分析 76

(3) 不同性质企业格局 77

4.2.3 国内市场竞争威胁分析 78

(1) 现有竞争威胁 78

(2) 新进入者威胁 78

第五章 家纺行业业务模式分析 80

5.1 家纺行业业务模式构成分析 80

5.1.1 专卖模式	80
(1) 直营专卖店	80
(2) 加盟专卖店	81
5.1.2 商场专柜模式	81
5.1.3 网购模式	82
5.1.4 电视购物模式	84
5.1.5 团购模式	84
5.1.6 家纺下乡模式	85
5.2 家纺行业业务模式比较分析	85
5.2.1 直营模式与加盟模式比较分析	85
(1) 模式覆盖面比较	85
(2) 模式操作条件分析	86
(3) 模式优劣势比较	87
(4) 模式贡献度比较	87
(5) 模式发展与企业品牌生命周期的关系	90
(6) 模式发展趋势比较	91
5.2.2 电视购物、网购、团购模式比较分析	92
5.3 国外典型家纺企业业务模式经验启示	93
5.3.1 素琦 (Zucchi) 公司发展史	95
(1) 素琦 (Zucchi) 公司发展轨迹	96
(2) 素琦 (Zucchi) 公司盈利变动	96
5.3.2 素琦 (Zucchi) 公司繁荣期经验分析	97
(1) 外部经济环境	98
(2) 产品品质经验	98
(3) 收购兼并经验	99
5.3.3 素琦 (Zucchi) 公司衰退期经验分析	100
(1) 财务报表影响	100
(2) 供应链管理经验	101
(3) 新兴市场拓展经验	102
5.3.4 素琦 (Zucchi) 公司对国内家纺企业的启示	103
(1) 国内经济增长趋势影响	103
(2) 国内家纺行业市场空间变化	104

- (3) 更新性需求变化影响 104
- (4) 国内家纺企业发展模式借鉴意义 105

第六章 家纺行业重点区域市场分析 107

6.1 行业总体区域结构特征分析 107

6.1.1 行业区域结构总体特征 107

6.1.2 行业区域集中度分析 110

6.2 行业重点区域产销情况分析 112

6.2.1 华北地区家纺行业产销情况分析 112

(1) 北京市家纺行业产销情况分析 112

(2) 天津市家纺行业产销情况分析 114

(3) 河北省家纺行业产销情况分析 116

6.2.2 华东地区家纺行业产销情况分析 118

(1) 上海市家纺行业产销情况分析 118

(2) 江苏省家纺行业产销情况分析 120

(3) 浙江省家纺行业产销情况分析 122

(4) 山东省家纺行业产销情况分析 124

(5) 福建省家纺行业产销情况分析 126

(6) 江西省家纺行业产销情况分析 128

(7) 安徽省家纺行业产销情况分析 130

6.2.3 华中地区家纺行业产销情况分析 132

(1) 湖南省家纺行业产销情况分析 132

(2) 湖北省家纺行业产销情况分析 134

(3) 河南省家纺行业产销情况分析 136

6.2.4 华南地区家纺行业产销情况分析 138

(1) 广东省家纺行业产销情况分析 138

(2) 广西家纺行业产销情况分析 140

6.2.5 其他地区家纺行业产销情况分析 142

(1) 辽宁省家纺行业产销情况分析 142

(2) 四川省家纺行业产销情况分析 144

第七章 家纺行业主要企业生产经营分析 147

7.1 家纺企业发展总体状况分析	147
7.1.1 家纺企业规模	147
7.1.2 主要家纺企业销售收入和利润	147
7.2 家纺行业龙头企业个案分析	148
7.2.1 孚日集团股份有限公司经营情况分析	148
(1) 企业发展简况分析	148
(2) 主要经济指标分析	150
(3) 企业盈利能力分析	151
(4) 企业运营能力分析	152
(5) 企业偿债能力分析	152
(6) 企业发展能力分析	153
(7) 企业组织架构分析	154
(8) 企业产品结构及新产品动向	154
(9) 企业销售渠道与网络	155
(10) 企业经营状况优劣势分析	155
(11) 企业发展战略分析	156
(12) 企业最新发展动向分析	156
7.2.2 罗莱家纺股份有限公司经营情况分析	156
(1) 企业发展简况分析	156
(2) 主要经济指标分析	158
(3) 企业盈利能力分析	159
(4) 企业运营能力分析	160
(5) 企业偿债能力分析	160
(6) 企业发展能力分析	161
(7) 企业组织架构分析	161
(8) 企业产品结构及新产品动向	162
(9) 企业经营模式分析	163
(10) 企业经营状况优劣势分析	165
(11) 企业最新发展动向分析	166
7.2.3 深圳市富安娜家居用品股份有限公司经营情况分析	166
7.2.4 湖南梦洁家纺股份有限公司经营情况分析	175
7.2.5 宁波维科精华集团股份有限公司经营情况分析	184

.3 家纺行业优秀企业个案分析	192
7.3.1 江苏梦兰集团有限公司经营情况分析	192
(1) 企业发展简况分析	192
(2) 企业产销能力分析	192
(3) 企业盈利能力分析	193
(4) 企业运营能力分析	193
(5) 企业偿债能力分析	194
(6) 企业发展能力分析	194
(7) 企业组织架构分析	195
(8) 企业产品结构及新产品动向	196
(9) 企业销售渠道与网络	196
(10) 企业经营状况优劣势分析	197
7.3.2 雅兰实业(深圳)有限公司经营情况分析	197
7.3.3 宁波博洋家纺有限公司经营情况分析	201
7.3.4 青岛喜盈门集团有限公司经营情况分析	205
7.3.5 山东滨州亚光家纺有限公司经营情况分析	210

第八章 家纺行业发展趋势分析与预测 298

8.1 中国家纺市场发展趋势	298
8.1.1 中国家纺市场发展趋势分析	298
8.1.2 中国家纺市场发展前景预测	298
8.2 中国家纺行业投资风险	300
8.2.1 家纺行业宏观经济波动风险	300
8.2.2 家纺行业产品结构风险	300
8.2.3 家纺行业渠道竞争风险	301
8.2.4 家纺行业关联产业风险	301
8.3 WOKI投资建议	301

NO.报告图表摘要

图表1 家用纺织品产品分类	15
图表2 中国企业的市场主体结构分类	17
图表3 中国不同所有制性质企业的划分	17

图表4 家纺行业产业供应链示意图	19
图表5 我国人口性别变化（单位：%）	19
图表6 我国人口年龄结构（单位：%）	20
图表7 我国各年龄段人口比重（单位：%）	21
图表8 中国城镇居民人均收入及同比增长（单位：元，%）	22
图表9 中国城镇居民人均收入结构（单位：%）	22
图表10 农村居民人均纯收入及同比增长（单位：元，%）	22
图表11 中国农村居民人均收入结构（单位：%）	23
图表12 中国城镇居民消费支出及床上用品支出占比（单位：元，%）	23
图表13 农村居民消费性支出（单位：元）	24
图表14 2005-2012年社会消费品零售累计总额及累计同比（单位：亿元，%）	25
图表15 2005-2012年服装鞋帽、针、纺织品零售累计总额及累计同比（单位：亿元，%）	25
图表16 2011-2012年中国棉花期初库存（单位：百万包）	26
图表17 2011-2012年中国棉花累计进口量及累计增速（单位：万吨，%）	26
图表18 2011-2012年中国棉花进口均价（单位：美元/吨）	27
图表19 2011-2012年中国棉花现货价格（单位：元/吨）	28
图表20 2009-2012年我国合成纤维产量及累计同比（单位：万吨，%）	28
图表21 2009-2012年我国合成纤维销量及累计同比（单位：万吨，%）	29
图表22 2009-2012年我国合成纤维行业库存（单位：万吨）	29
图表23 2009-2012年我国合成纤维产销率变化（单位：%）	30
图表24 中国家纺行业生命周期曲线	31
图表25 家纺行业经营效益分析（单位：个，人，万元，%）	32
图表26 中国家纺行业盈利能力分析（单位：%）	33
图表27 中国家纺行业运营能力分析（单位：次）	34
图表28 中国家纺行业偿债能力分析（单位：%，倍）	34
图表29 中国家纺行业发展能力分析（单位：%）	34
图表30 中国家纺行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）	35
图表31 中国家纺行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）	36
图表32 中国家纺行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）	37

通过《2013-2017年中国家纺行业市场监测及发展趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，

为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/226402.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。