



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国家纺市场运行 态势及投资策略报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国家纺市场运行态势及投资策略报告》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/249618.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

随着中国经济的快速发展和全球家纺产业转移的深化，我国已经成为家用纺织品的制造大国和消费大国，家用纺织行业已经成为纺织行业乃至整个国民经济发展中不可或缺的组成部分。我国家用纺织品的发展空间不仅在整个纺织行业中占据优势地位，近年来的增长速度也优于其他纺织子行业。数据显示，近年来我国家纺行业销售收入年均增速超过20%，目前我国家纺行业销售收入超过2500亿元。

"十二五"期间我国经济增长取决于经济的内在增长趋势、外部发展环境和国内宏观调控政策的方向与力度。未来几年，我国经济的外部发展环境将有明显改善，从国内来看，"十二五"期间，国家区域发展总体战略和主体功能区战略的实施将加快纺织工业转型升级，伴随着纺织工业新材料、新技术的应用，以产品创新所引领的绿色、低碳、文明、时尚的生活方式，都将为家纺行业发展提供新的增长空间。未来几年，我国家纺行业广阔的发展前景主要体现在以下几方面：

需求方面：随着中国经济的不断发展，消费观念趋向于时尚、舒适、健康、环保，对家用纺织品在质量、艺术品位上均不断提出新的需求，为家用纺织品行业创造了巨大的增长空间。

盈利方面：未来几年，我国的家纺行业的盈利水平将会有所提高。理由有：首先，随着技术的进步，需求的发展，中高档家纺产品将会出现快速的发展，比重将会有较大的提升，这就为行业利润水平的增加提供了基础；其次，未来几年，随着行业竞争的加剧，终端建设将会成为家纺企业争逐的焦点，终端的增多，也会增加行业盈利来源；再有，从外部环境来看，政策的扶持也会使行业的发展趋于健康与合理，行业发展趋于稳定，盈利水平将会稳健地上升。

出口方面：国际市场会缓慢复苏，国内市场会持续增长，这将为家纺行业发展提供长期重要支撑。全球家用纺织品贸易总额的继续增长也为我国家用纺织品出口带来机遇，中国家用纺织品企业将在全球家用纺织品贸易总额的增长中获得更大的市场份额。目前中国家用纺织品产业成本优势仍较为明显，世界范围内对中国家用纺织品的需求还处于上升阶段，这些因素综合起来将有力推动我国家用纺织品的出口增长。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国家纺市场运行态势及投资策略报告》共十七章。介绍了家纺行业相关概述、中国家纺产业运行环境、分析了中国家纺行业的现状、中国家纺行业竞争格局、对中国家纺行业做了重点企业经营状况分析及中国家纺产业发展前景与投资预测。您若想对家纺产业有个系统的了解或者想投资家纺行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

## 第一章 家纺行业相关概述. 31

### 第一节 家纺相关介绍. 31

#### 一、家纺的含义及分类分析. 31

#### 二、毛巾的定义及分类分析. 31

#### 三、床上用品的定义及分类. 34

#### 四、功能性家纺概念及分类. 35

### 第二节 家纺设计分析. 37

#### 一、家纺设计的层面及各环节的关系. 37

#### 二、家纺设计对中国家纺行业的作用. 38

#### 三、家纺设计对家纺品牌的影响分析. 39

#### 四、家纺设计存在的问题及形成原因. 40

#### 五、加强传统艺术在家纺设计中应用. 42

#### 六、家纺设计知识产权保护对策分析. 43

### 第三节 家纺行业特征分析. 43

#### 一、家纺行业产业链分析. 43

#### 二、家纺行业技术水平分析. 45

#### 三、家纺行业经营特点分析. 45

#### 四、家纺行业进入壁垒分析. 46

## 第二章 全球家纺行业市场发展分析. 48

### 第一节 全球家纺行业市场发展情况. 48

#### 一、全球家纺行业供需情况. 48

#### 二、全球家纺行业贸易格局. 48

#### 三、全球家纺行业竞争趋势. 49

#### 四、全球家纺行业发展趋势. 49

### 第二节 美国家纺市场状况分析. 50

#### 一、美国纺织业将重新崛起. 50

#### 二、美国消费者纺织品购买选择. 51

#### 三、美国儿童家纺用品市场分析. 53

四、美国家纺零售市场调查分析.	54
五、美国毛巾消费趋向高档化.	58
六、美国专业床垫市场发展情况.	58
第三节 印度家纺行业发展分析.	58
一、印度纺织行业海外市场拓展.	58
二、印度拓展美欧家纺服装市场.	59
三、印度家纺公司瞄准国际市场.	59
四、印度为美国家纺最大供应商.	60
五、印度不断采购中国家纺用品.	60
六、印度纺织业将逐步减少出口补贴.	61
第四节 法国家纺行业发展分析.	61
一、法国家纺用品生产情况分析.	61
二、法国纺织市场发展现状.	62
三、法国家纺用品适销产品分析.	63
第五节 韩国家纺行业发展分析.	64
一、韩国修订家纺安全标准.	64
二、韩国纺织市场发展现状.	64
三、韩国家纺进出口情况分析.	65
第六节 其他国家家纺行业发展概况.	65
一、俄罗斯家纺行业发展分析.	65
(一) 俄罗斯家纺市场发展现状.	65
(二) 俄罗斯家纺市场发展前景.	66
二、瑞士和意大利家纺发展分析.	66
(一) 瑞士和意大利家纺适销品种.	66
(二) 瑞士和意大利家纺流行品种.	67
三、西班牙家纺行业发展分析.	67
(一) 西班牙纺织市场发展现状.	67
(二) 西班牙家纺用品流通渠道.	68
第三章 中国家纺行业发展环境分析.	69
第一节 2014年中国宏观经济发展环境分析.	69
第二节 家纺行业政策发展环境分析.	75
一、家用纺织业监管部门及体制.	75

二、家用纺织行业相关国家标准. 76	
(一) 纺织品基本安全规范. 76	
(二) 家纺纺织品床品标准. 78	
(三) 家纺纺织品布艺标准. 79	
(四) 家纺纺织品毛巾标准. 79	
第三节 家纺行业社会发展环境分析. 80	
第四节 家纺行业技术发展环境分析. 89	
一、纺织技术发展分析. 89	
(一) 纺织技术发展特点. 89	
(二) 纺织技术发展方向. 91	
(三) 纺织技术发展展望. 93	
二、家用纺织品技术水平. 94	
三、家用纺织品技术特点. 94	
四、家纺用品功能整理技术. 95	
(一) 家纺用品芳香整理技术. 95	
(二) 家纺品远红外整理技术. 95	
(三) 家纺用品纳米整理技术. 96	
第四章 中国家用纺织制成品制造行业数据监测分析. 99	
第一节 2013-2014年中国家用纺织制成品制造行业发展分析. 99	
一、2014年中国家用纺织制成品行业发展概况. 99	
二、2014年中国家用纺织制成品行业发展概况. 101	
第二节 2013-2014年中国家用纺织制成品行业规模分析. 104	
一、企业数量增长分析. 104	
二、资产规模增长分析. 105	
三、销售规模增长分析. 107	
四、利润规模增长分析. 108	
第三节 2013-2014年中国家用纺织制成品行业结构分析. 109	
一、企业数量结构分析. 109	
二、资产规模结构分析. 111	
三、销售规模结构分析. 112	
四、利润规模结构分析. 114	
第四节 2013-2014年中国家用纺织制成品行业成本费用分析. 115	

一、销售成本统计. 115	
二、主要费用统计. 116	
第五节 2013-2014年中国家用纺织制成品行业运营效益分析. 116	
一、偿债能力分析. 116	
二、盈利能力分析. 117	
三、运营能力分析. 118	
第五章 中国家纺行业发展分析. 120	
第一节 中国家纺行业运行概况. 120	
一、家纺行业发展历程回顾. 120	
二、家纺业发展八大特色. 121	
三、家纺行业发展现状分析. 126	
四、家纺行业竞争格局分析. 126	
五、中国家纺现有品牌概述. 127	
六、家纺品牌运行态势分析. 127	
第二节 中国家纺行业发展SWOT分析. 129	
一、行业发展优势分析. 129	
二、行业发展劣势分析. 129	
三、行业发展机遇分析. 130	
四、行业发展威胁分析. 130	
第三节 中国家纺产业集群调研分析. 131	
一、家纺业集群调研概况. 131	
二、2011年集群运行情况. 131	
三、2014年集群运行态势. 132	
四、集群产业发展问题分析. 134	
五、集群产业发展策略分析. 136	
第四节 中国家纺行业发展问题分析. 137	
一、家纺行业发展问题分析. 137	
二、家纺企业发展问题分析. 138	
三、家纺产品技术创新问题. 139	
四、家纺产品竞争力的问题. 139	
第六章 中国家纺行业细分市场分析. 141	
第一节 婚庆家纺市场分析. 141	

一、婚庆家纺市场基本情况.	141
二、婚庆家纺产品消费分析.	141
(一) 婚庆家纺产品消费动因.	141
(二) 婚庆家纺产品消费特点.	142
(三) 婚庆家纺市场个性需求.	143
三、婚庆家纺产品竞争策略.	143
四、婚庆家纺产品营销策略.	145
五、婚庆家纺产品设计选购.	145
(一) 婚庆家纺产品设计理念.	145
(二) 婚庆家纺产品选购要求.	147
六、婚庆家纺市场品牌动态.	148
七、婚庆家纺产品流行趋势.	148
第二节 儿童家纺市场分析.	149
一、儿童家纺市场基本情况.	149
二、儿童家纺产品消费分析.	150
(一) 儿童家纺市场需求容量.	150
(二) 儿童家纺产品消费诉求.	151
(三) 儿童家纺市场购买主力.	152
三、儿童家纺市场竞争分析.	153
(一) 儿童家纺市场竞争格局.	153
(二) 儿童家纺市场进入壁垒.	153
(三) 儿童家纺产品竞争策略.	154
四、儿童家纺产品营销模式.	156
五、儿童家纺产品设计选购.	158
(一) 儿童家纺产品设计理念.	158
(二) 儿童家纺产品选购要求.	159
六、儿童家纺市场重点品牌.	159
七、儿童家纺产品发展趋势.	160
第三节 功能性家纺市场分析.	161
一、功能性家纺产品基本情况.	161
(一) 中国功能性家纺开发状况.	161
(二) 功能性家纺产品原料功效.	164

(三) 功能性床上用品分类情况.	166
二、功能性家纺市场基本情况.	166
三、功能性家纺产品消费分析.	167
(一) 功能性家纺的消费需求.	167
(二) 功能性家纺购买关键因素.	170
(三) 功能性家纺的消费群体.	172
四、功能性家纺产品竞争策略.	173
(一) 功能性家纺产品竞争根本.	173
(二) 功能性家纺产品竞争侧重.	175
五、功能性家纺产品营销策略.	176
(一) 功能性家纺的营销模式.	176
(二) 功能性家纺的体验营销.	177
六、功能性家纺产品重点品牌.	179
七、功能性家纺产品发展趋势.	180
八、功能性家纺业问题及对策.	181
第七章 中国床上用品行业分析.	185
第一节 中国床上用品行业概述.	185
一、中国床上用品行业发展状况.	185
二、2014年床上用品业发展概况.	186
三、中国床上用品行业特点分析.	187
四、床上用品行业投资特性分析.	188
第二节 中国床上用品市场发展分析.	188
一、床上用品业市场发展现状.	188
二、床上用品行业消费者需求.	189
三、床上用品业销售渠道分析.	190
四、床上用品行业的经营模式.	190
五、床上用品品牌的发展对策.	192
第三节 床上用品行业竞争分析.	194
一、床上用品企业的竞争现状.	194
二、床上用品企业的竞争格局.	194
三、床上用品企业的竞争策略.	195
四、床上用品行业的竞争趋势.	196

#### 第四节 床上用品业的前景趋势分析. 198

##### 一、床上用品业的发展前景. 198

##### 二、床上用品业的发展趋势. 198

###### (一) 行业总体发展趋势. 198

###### (二) 行业需求变化趋势. 200

###### (三) 行业渠道发展趋势. 202

##### 三、床上用品行业的开发方向. 203

#### 第八章 中国毛巾行业发展分析. 206

##### 第一节 国际毛巾市场概况. 206

###### 一、国际毛巾市场情况. 206

###### 二、美国毛巾市场情况. 206

###### 三、俄罗斯毛巾市场情况. 207

###### 四、台湾毛巾市场情况. 208

##### 第二节 中国毛巾行业概述. 208

###### 一、中国毛巾行业发展整体状况. 208

###### 二、2014年中国毛巾业发展概况. 209

###### 三、国内毛巾市场消费主要特点. 210

###### 四、中国毛巾行业将进入洗牌期. 211

###### 五、中国毛巾产业技术装备现状. 212

###### 六、中国毛巾行业品牌竞争分析. 213

##### 第三节 毛巾业存在问题及对策分析. 215

###### 一、毛巾业发展中面临的问题分析. 215

###### 二、毛巾业存在问题发展急需自律. 216

###### 三、提升中国毛巾业竞争力的探讨. 216

##### 第四节 毛巾市场前景及趋势分析. 218

###### 一、毛巾产品代理经销的市场前景. 218

###### 二、中国毛巾产品市场的需求潜力. 218

###### 三、中国毛巾行业未来发展趋势分析. 219

#### 第九章 其他家纺产品发展分析. 221

##### 第一节 家纺布艺产业发展分析. 221

###### 一、布艺的概念和分类. 221

###### 二、中国家纺布艺业发展状况. 222

三、中国家纺布艺业营销模式.	222
四、布艺家纺行业存在的问题.	224
五、布艺家纺业市场营销策略.	225
六、家纺布艺业未来发展趋势.	226
第二节 窗帘市场发展状况分析.	228
一、窗帘的概念及分类.	228
二、窗帘行业现状及发展格局.	229
三、窗帘业连锁经营模式转变.	230
四、中国窗帘行业存在的问题.	231
五、中国窗帘行业发展新模式.	233
六、窗帘布艺业未来发展趋势.	234
(一) 窗帘布艺市场发展趋势.	234
(二) 窗帘装饰流行趋势分析.	235
第三节 地毯行业发展状况分析.	237
一、中国地毯发展历史及特点.	237
二、中国机制地毯业发展概述.	237
三、中国地毯市场的新增长点.	239
四、地毯行业发展存在的问题.	240
五、中国地毯业迈入转型升级.	241
六、中国地毯行业的发展趋势.	242
第四节 家纺礼品行业发展分析.	243
一、礼品家纺产品特点及形态.	243
二、家纺礼品行业发展的现状.	245
三、家纺礼品经销商渠道策略.	246
四、家纺礼品业经销市场前景.	247
五、中国家纺礼品业发展趋势.	249
第十章 2013-2014年中国家纺产品进出口分析.	251
第一节 2013-2014年中国地毯进出口分析.	251
一、地毯进口分析.	251
(一) 地毯进口数量情况.	251
(二) 地毯进口金额情况.	251
(三) 地毯进口均价分析.	251

## 二、地毯出口分析. 252

(一) 地毯出口数量情况. 252

(二) 地毯出口金额情况. 252

(三) 地毯出口均价分析. 253

## 第二节 2013-2014年中国毛巾进出口分析. 253

### 一、毛巾进口分析. 253

(一) 毛巾进口数量情况. 253

(二) 毛巾进口金额情况. 253

(三) 毛巾进口来源分析. 254

(四) 毛巾进口均价分析. 255

### 二、毛巾出口分析. 256

(一) 毛巾出口数量情况. 256

(二) 毛巾出口金额情况. 256

(三) 毛巾出口流向分析. 257

(四) 毛巾出口均价分析. 258

## 第三节 2013-2014年中国毛毯进出口分析. 259

### 一、毛毯进口分析. 259

(一) 毛毯进口数量情况. 259

(二) 毛毯进口金额情况. 259

(三) 毛毯进口来源分析. 260

(四) 毛毯进口均价分析. 261

### 二、毛毯出口分析. 262

(一) 毛毯出口数量情况. 262

(二) 毛毯出口金额情况. 262

(三) 毛毯出口流向分析. 263

(四) 毛毯出口均价分析. 264

## 第四节 2013-2014年中国厨房织物进出口分析. 265

### 一、厨房织物进口分析. 265

(一) 厨房织物进口数量情况. 265

(二) 厨房织物进口金额情况. 265

(三) 厨房织物进口来源分析. 266

(四) 厨房织物进口均价分析. 267

## 二、厨房织物出口分析. 268

### （一）厨房织物出口数量情况. 268

### （二）厨房织物出口金额情况. 268

### （三）厨房织物出口流向分析. 269

### （四）厨房织物出口均价分析. 270

## 第五节 2013-2014年中国窗帘进出口分析. 271

### 一、窗帘进口分析. 271

#### （一）窗帘进口数量情况. 271

#### （二）窗帘进口金额情况. 271

#### （三）窗帘进口来源分析. 272

#### （四）窗帘进口均价分析. 273

### 二、窗帘出口分析. 274

#### （一）窗帘出口数量情况. 274

#### （二）窗帘出口金额情况. 274

#### （三）窗帘出口流向分析. 275

#### （四）窗帘出口均价分析. 276

## 第十一章 中国家纺行业消费者调研分析. 278

### 第一节 家纺消费者消费总体情况. 278

#### 一、影响家纺消费个人因素. 278

#### 二、影响家纺消费外部因素. 279

#### 三、家纺消费群体行为分析. 280

#### 四、家纺店消费者购物心理. 283

### 第二节 家纺消费者调研基本情况. 283

#### 一、本次调研的基本说明. 283

#### 二、调研消费者性别比例. 284

#### 三、调研消费者年龄分布. 284

#### 四、调研消费者家庭情况. 285

#### 五、调研消费者职业分布. 285

#### 六、调研消费者收入情况. 286

### 第三节 家纺消费者消费行为分析. 286

#### 一、购买过家纺产品的种类. 286

#### 二、家纺产品购买动机调查. 287

三、购买家纺产品支出情况.	288
四、家纺产品品牌了解渠道.	288
五、家纺产品的满意度调查.	289
(一) 家纺产品图案设计满意度.	289
(二) 家纺产品种类丰富度调查.	290
(三) 家纺产品手感认同度调查.	290
(四) 家纺产品性价比意见调查.	290
六、家纺产品购买渠道调查.	291
七、家纺产品购买决策方式.	291
第四节 床上用品消费者行为分析.	292
一、床上用品使用情况调查.	292
二、床上用品购买渠道调查.	292
三、床上用品更换频率调查.	293
四、床上用品购买考虑因素.	293
五、床上用品认同价格调查.	294
六、床上用品品牌认知调查.	295
第五节 被子消费者消费行为分析.	296
一、被子消费者使用材质调查.	296
二、被子购买时考虑因素调查.	297
第六节 毛巾消费者消费行为分析.	297
一、毛巾更换频率调查.	297
二、毛巾购买渠道调查.	298
三、毛巾使用材质选择.	298
第七节 窗帘消费者消费行为分析.	299
一、窗帘更换频率调查.	299
二、窗帘购买渠道调查.	299
三、窗帘购买考虑因素.	300
四、窗帘购买价格意向.	301
第十二章 中国家纺行业市场营销分析.	302
第一节 家纺企业营销模式分析.	302
一、产品批发模式分析.	302
二、大型终端模式分析.	302

三、自有渠道模式分析.	302
四、代理商的模式分析.	302
五、连锁加盟模式分析.	303
第二节 家纺产品营销渠道分析.	303
一、家纺行业营销渠道概述.	303
二、家纺行业营销渠道分述.	304
(一) 营销渠道之商场.	304
(二) 营销渠道之专卖店.	305
(三) 营销渠道之超市.	306
(四) 营销渠道之卖场.	307
(五) 营销渠道之批发市场.	308
(六) 营销渠道之网购.	308
三、家纺企业渠道选择策略.	310
四、家纺企业渠道管理策略.	311
第三节 家纺行业营销策略分析.	312
一、家纺目标市场定位策略.	312
二、家纺市场产品策略分析.	313
三、家纺产品价格策略分析.	313
四、家纺产品促销策略分析.	314
第十三章 中国家纺业重点区域市场发展分析.	316
第一节 安徽省.	316
一、安徽省家纺业发展环境.	316
(一) 居民收入与消费情况.	316
(二) 家纺行业的相关政策.	317
二、安徽省纺织业发展概况.	318
三、安徽省家纺业经营状况.	319
四、安徽家纺产业集群分析.	320
五、安徽省家纺业发展前景.	324
第二节 广东省.	326
一、广东省家纺业发展环境.	326
(一) 居民收入与消费情况.	326
(二) 家纺行业的相关政策.	327

二、广东省纺织业发展概况.	327
三、广东省家纺业经营状况.	329
四、广东家纺产业集群分析.	330
五、广东省家纺业发展前景.	331
第三节 山东省.	331
第四节 浙江省.	343
第五节 江苏省.	354
第六节 上海市.	367
第七节 福建省.	372
第八节 湖南省.	377
第九节 湖北省.	383
第十节 四川省.	390
第十一节 河南省.	395
第十二节 江西省.	401
第十四章 中国重点家纺企业经营状况分析.	406
第一节 孚日集团股份有限公司.	406
一、企业基本情况概述.	406
二、企业竞争优势分析.	406
三、企业经营情况分析.	406
四、企业经济指标分析.	407
五、企业盈利能力分析.	408
六、企业偿债能力分析.	408
七、企业运营能力分析.	409
八、企业成本费用分析.	409
九、企业发展前景分析.	410
第二节 罗莱家纺股份有限公司.	411
一、企业基本情况概述.	411
二、企业竞争优势分析.	411
三、企业经营情况分析.	412
四、企业经济指标分析.	413
五、企业盈利能力分析.	414
六、企业偿债能力分析.	414

七、企业运营能力分析. 414

八、企业成本费用分析. 415

九、企业发展前景分析. 415

### 第三节 湖南梦洁家纺股份有限公司. 416

一、企业基本情况概述. 416

二、企业竞争优势分析. 416

三、企业经营情况分析. 416

四、企业经济指标分析. 418

五、企业盈利能力分析. 418

六、企业偿债能力分析. 419

七、企业运营能力分析. 419

八、企业成本费用分析. 420

九、企业发展前景分析. 420

### 第四节 宁波维科精华集团股份有限公司. 421

一、企业基本情况概述. 421

二、企业竞争优势分析. 421

三、企业经营情况分析. 422

四、企业经济指标分析. 424

五、企业盈利能力分析. 424

六、企业偿债能力分析. 424

七、企业运营能力分析. 425

八、企业成本费用分析. 425

九、企业发展前景分析. 426

### 第五节 深圳市富安娜家居用品股份有限公司. 427

一、企业基本情况概述. 427

二、企业竞争优势分析. 427

三、企业经营情况分析. 427

四、企业经济指标分析. 429

五、企业盈利能力分析. 429

六、企业偿债能力分析. 430

七、企业运营能力分析. 430

八、企业成本费用分析. 430

## 第六节 山东济宁如意毛纺织股份有限公司. 431

- 一、企业基本情况概述. 431
- 二、企业竞争优势分析. 431
- 三、企业经营情况分析. 432
- 四、企业经济指标分析. 432
- 五、企业盈利能力分析. 433
- 六、企业偿债能力分析. 433
- 七、企业运营能力分析. 434
- 八、企业成本费用分析. 434
- 九、企业发展前景分析. 435

## 第七节 上海水星家用纺织品有限公司. 435

- 一、公司基本情况概述. 435
- 二、企业主要经济指标. 436
- 三、企业偿债能力分析. 437
- 四、企业盈利能力分析. 438
- 五、企业运营能力分析. 438

## 第八节 上海百丽丝家纺有限公司. 439

- 一、公司基本情况概述. 439
- 二、企业主要经济指标. 440
- 三、企业偿债能力分析. 440
- 四、企业盈利能力分析. 441
- 五、企业运营能力分析. 441

## 第九节 宁波博洋纺织有限公司. 442

- 一、公司基本情况概述. 442
- 二、企业主要经济指标. 443
- 三、企业偿债能力分析. 443
- 四、企业盈利能力分析. 444
- 五、企业运营能力分析. 444

## 第十节 紫罗兰家纺. 445

- 一、公司基本情况概述. 445
- 二、企业主要经济指标. 446
- 三、企业偿债能力分析. 447

四、企业盈利能力分析. 448	
五、企业运营能力分析. 448	
第十一节 堂皇集团. 449	
一、公司基本情况概述. 449	
二、企业主要经济指标. 449	
三、企业偿债能力分析. 450	
四、企业盈利能力分析. 451	
五、企业运营能力分析. 451	
第十二节 江苏亚伦集团股分有限公司. 451	
一、公司基本情况概述. 451	
二、企业主要经济指标. 452	
三、企业偿债能力分析. 452	
四、企业盈利能力分析. 453	
五、企业运营能力分析. 453	
第十三节 南方寝饰用品有限公司. 454	
一、公司基本情况概述. 454	
二、企业主要经济指标. 455	
三、企业偿债能力分析. 456	
四、企业盈利能力分析. 456	
五、企业运营能力分析. 457	
第十四节 黛富妮家饰用品有限公司. 457	
一、公司基本情况概述. 457	
二、企业主要经济指标. 458	
三、企业偿债能力分析. 459	
四、企业盈利能力分析. 459	
五、企业运营能力分析. 460	
第十五节 浙江洁丽雅纺织集团有限公司. 460	
一、公司基本情况概述. 460	
二、企业主要经济指标. 461	
三、企业偿债能力分析. 462	
四、企业盈利能力分析. 462	
五、企业运营能力分析. 463	

## 第十六节 福建佳丽斯家纺有限公司. 464

### 一、公司基本情况概述. 464

### 二、企业主要经济指标. 464

### 三、企业偿债能力分析. 465

### 四、企业盈利能力分析. 465

### 五、企业运营能力分析. 466

## 第十七节 弘生集团. 467

### 一、公司基本情况概述. 467

### 二、企业主要经济指标. 468

### 三、企业偿债能力分析. 469

### 四、企业盈利能力分析. 469

### 五、企业运营能力分析. 469

## 第十八节 江苏百花实业集团股份有限公司. 470

### 一、公司基本情况概述. 470

### 二、企业主要经济指标. 470

### 三、企业偿债能力分析. 471

### 四、企业盈利能力分析. 472

### 五、企业运营能力分析. 472

## 第十九节 山东昊日家纺有限公司. 473

### 一、公司基本情况概述. 473

### 二、企业主要经济指标. 473

### 三、企业偿债能力分析. 474

### 四、企业盈利能力分析. 475

### 五、企业运营能力分析. 475

## 第二十节 万得集团. 475

### 一、公司基本情况概述. 475

### 二、企业主要经济指标. 476

### 三、企业偿债能力分析. 477

### 四、企业盈利能力分析. 478

### 五、企业运营能力分析. 478

## 第二十一节 上海恒源祥家用纺织品有限公司. 479

### 一、企业基本情况概述. 479

二、企业主营业务分析.	479
三、企业渠道策略分析.	480
四、企业品牌策略分析.	482
五、企业营销策略分析.	482
第二十二节 凯盛家纺股份有限公司.	483
一、企业基本情况概述.	483
二、企业主营业务分析.	484
三、企业服务网络分析.	484
四、企业竞争优势分析.	484
第十五章 中国家纺行业发展趋势及前景预测.	486
第一节 2015-2020年中国家纺行业发展趋势分析.	486
一、家纺产品发展趋势分析.	486
二、家纺品牌发展趋势分析.	487
三、家纺产品设计趋势分析.	487
四、家纺行业消费趋势分析.	488
五、家纺行业渠道发展趋势.	488
第二节 2015-2020年中国家纺行业发展前景分析.	491
一、中国家纺行业前景展望.	491
二、中国家纺行业需求前景.	492
三、婚庆家纺行业发展前景.	492
四、儿童家纺行业发展前景.	492
五、功能性家纺业发展前景.	493
六、家纺行业发展规划分析.	494
（一）纺织工业"十二五"规划.	494
（二）长丝织造"十二五"规划.	495
（三）家用纺织"十二五"规划.	499
第三节 2015-2020年中国家纺行业市场预测分析.	508
一、家纺行业市场规模预测.	508
三、中国家纺行业出口预测.	508
四、中国家纺行业盈利预测.	509
第十六章 2015-2020年中国家纺行业投资机会及策略分析.	511
第一节 2015-2020年中国家纺行业投资特性分析.	511

一、家纺行业投资环境分析. 511	
二、家纺行业投资特点分析. 512	
三、家纺行业投资壁垒分析. 513	
第二节 2015-2020年中国家纺行业投资机会分析. 514	
一、商业模式投资机会分析. 514	
二、行业区域投资机会分析. 514	
三、产业结构调整存在机会. 515	
四、家纺业原材料投资机会. 515	
第三节 2015-2020年中国家纺行业投资风险分析. 516	
一、家纺行业市场风险分析. 516	
二、家纺行业经营风险分析. 517	
三、家纺行业管理风险分析. 517	
四、家纺行业技术风险分析. 518	
五、家纺行业政策风险分析. 518	
第四节 2015-2020年中国家纺行业投资策略分析. 519	
一、企业规避风险策略分析. 519	
二、规避材料价格压力策略. 519	
三、克服规模扩大影响策略. 520	
四、家纺品牌投资策略分析. 520	
五、家纺业专卖店投资策略. 521	
第十七章 中国家纺企业投融资及IPO上市策略指导. 523	
第一节 家纺企业融资渠道与选择分析. 523	
一、家纺企业融资方法与渠道简析. 523	
二、利用股权融资谋划企业发展机遇. 525	
三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道. 529	
四、适度债权融资配置自身资本结构. 530	
五、关注民间资本和外资的投资动向. 531	
第二节 家纺企业境内IPO上市目的及条件. 532	
一、企业境内上市主要目的. 532	
二、企业上市需满足的条件. 533	
三、企业改制上市中的关键问题. 536	
第三节 家纺企业IPO上市的相关准备. 537	

一、企业该不该上市. 537
二、企业应何时上市. 537
三、企业应何地上市. 538
四、企业上市前准备. 538
第四节 家纺企业IPO上市的规划实施. 539
一、上市费用规划和团队组建. 539
二、尽职调查及问题解决方案. 543
三、改制重组需关注重点问题. 547
四、企业上市辅导及注意事项. 549
五、上市申报材料制作及要求. 551
六、网上路演推介及询价发行. 553
第五节 家纺企业IPO上市审核工作流程. 554
一、家纺企业IPO上市基本审核流程. 554
二、家纺企业IPO上市具体审核环节. 555
三、与发行审核流程相关的事项. 558

#### 部分图表目录：

图表 1 家用纺织品分类情况. 31
图表 2 家纺行业产业链示意图. 44
图表 3 美国消费者至少购买一次家纺用品的比例. 55
图表 4 美国女性消费者购买家纺用品的零售渠道. 56
图表 5 美国消费者家纺用品消费水平. 56
图表 6 女性在购买家纺产品时认为重要的产品特点或功能. 57
图表 13 纺织品行业新老标准的条款变更对照表. 76
图表 14 新老标准的纺织产品基本安全技术要求对照. 78
图表 15 家用纺织品床品标准列表. 79
图表 16 家用纺织品布艺标准列表. 79
图表 17 家用纺织品毛巾标准列表. 80
图表 89 2014年中国床上用品行业经济指标统计. 186
图表 90 2014年中国毛巾类制品制造行业经济指标统计. 210
图表 91 2013-2014年中国地毯进口数量统计. 251
图表 92 2013-2014年中国地毯进口金额统计. 251
图表 93 2013-2014年中国地毯进口均价情况. 252

图表 94 2013-2014年中国地毯出口数量统计. 252

图表 95 2013-2014年中国地毯出口金额统计. 252

图表 96 2013-2014年中国地毯出口均价情况. 253

图表 97 2013-2014年中国毛巾进口数量统计. 253

图表 98 2013-2014年中国毛巾进口金额统计. 254

图表 99 2014年中国毛巾进口来源地情况. 254

图表 100 2014年中国毛巾进口来源地结构分布图. 255

图表 101 2014年中国毛巾进口来源地情况. 255

图表 102 2013-2014年中国毛巾进口均价情况. 256

图表 103 2013-2014年中国毛巾出口数量统计. 256

图表 104 2013-2014年中国毛巾出口金额统计. 257

图表 105 2014年中国毛巾出口流向情况. 257

图表 106 2014年中国毛巾出口流向结构分布图. 258

图表 107 2014年中国毛巾出口流向情况. 258

图表 108 2013-2014年中国毛巾出口均价情况. 259

图表 109 2013-2014年中国毛毯进口数量统计. 259

图表 110 2013-2014年中国毛毯进口金额统计. 260

图表 111 2014年中国毛毯进口来源地情况. 260

图表 112 2014年中国毛毯进口来源地结构分布图. 261

图表 113 2014年中国毛毯进口来源地情况. 261

图表 114 2013-2014年中国毛毯进口均价情况. 262

图表 115 2013-2014年中国毛毯出口数量统计. 262

图表 116 2013-2014年中国毛毯出口金额统计. 263

图表 117 2014年中国毛毯出口流向情况. 263

图表 118 2014年中国毛毯出口流向结构分布图. 264

图表 119 2014年中国毛毯出口流向情况. 264

图表 120 2013-2014年中国毛毯出口均价情况. 265

图表 121 2013-2014年中国厨房织物进口数量统计. 265

图表 122 2013-2014年中国厨房织物进口金额统计. 266

图表 123 2014年中国厨房织物进口来源地情况. 266

图表 124 2014年中国厨房织物进口来源地结构分布图. 267

图表 125 2014年中国厨房织物进口来源地情况. 267

图表 126 2013-2014年中国厨房织物进口均价情况.	268
图表 127 2013-2014年中国厨房织物出口数量统计.	268
图表 128 2013-2014年中国厨房织物出口金额统计.	269
图表 129 2014年中国厨房织物出口流向情况.	269
图表 130 2014年中国厨房织物出口流向结构分布图.	270
图表 131 2014年中国厨房织物出口流向情况.	270
图表 132 2013-2014年中国厨房织物出口均价情况.	271
图表 133 2013-2014年中国窗帘进口数量统计.	271
图表 134 2013-2014年中国窗帘进口金额统计.	272
图表 135 2014年中国窗帘进口来源地情况.	272
图表 136 2014年中国窗帘进口来源地结构分布图.	273
图表 137 2014年中国窗帘进口来源地情况.	273
图表 138 2013-2014年中国窗帘进口均价情况.	274
图表 139 2013-2014年中国窗帘出口数量统计.	274
图表 140 2013-2014年中国窗帘出口金额统计.	275
图表 141 2014年中国窗帘出口流向情况.	275
图表 142 2014年中国窗帘出口流向结构分布图.	276
图表 143 2014年中国窗帘出口流向情况.	276
图表 144 2013-2014年中国窗帘出口均价情况.	277
图表 145 被调研消费者性别比例分布.	284
图表 146 被调研消费者年龄分布.	285
图表 147 被调研消费者家庭情况.	285
图表 148 被调研消费者职业分布情况.	286
图表 149 被调研消费者月收入情况.	286
图表 150 消费者最近1年购买家纺产品情况.	287
图表 151 消费者购买家纺产品的原因.	287
图表 152 被调消费者购买家纺产品的年支出.	288
图表 153 被调消费者了解家纺产品的渠道.	289
图表 154 家纺图案设计认可度调查.	289
图表 155 家纺产品种类丰富度调查.	290
图表 156 家纺产品手感认同度调查.	290
图表 157 家纺产品性价比意见调查.	291

图表 158 家纺产品购买渠道认同度调查. 291

图表 159 家纺产品购买决策方式. 292

图表 160 消费者使用件套床上用品种类情况. 292

图表 161 床上用品购买渠道调查. 293

图表 162 床上用品更换频率调查. 293

图表 163 床上用品购买考虑因素. 294

图表 164 消费者购买床上四件套认同的价格. 295

图表 165 床上用品品牌认知度调查. 295

图表 166 被子使用材质情况. 296

图表 167 消费者购买被子考虑的因素. 297

图表 168 毛巾更换频率调查. 297

图表 169 毛巾/浴巾购买渠道情况调查. 298

图表 170 消费者购买毛巾/浴巾材质选择. 298

图表 171 窗帘更换时间调查. 299

图表 172 购买窗帘地点选择. 299

图表 173 窗帘购买时消费者考虑因素. 300

图表 174 被调消费者购买窗帘接受的价格. 301

图表 340 2015-2020年中国家纺行业销售收入预测趋势图. 508

图表 345 家纺企业IPO上市网上路演的主要事项. 553

图表 346 家纺企业IPO上市基本审核流程图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249618.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](http://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。