



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国纺织行业投资评价报告(6月版)

## 一、调研说明

《2008年中国纺织行业投资评价报告(6月版)》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/47174.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

近四年来，我国纺织行业消费保持了高速增长，销售收入增速保持在20%以上，平均增速为23.6%。2006年纺织行业销售收入达到14822.26亿元，2007年1-11月达到了16258.9亿元，预计2007年全年将接近18000亿元。但另一方面纺织品服装零售价格指数的下降，说明当前批发零售总额的增长更多得益于销售数量的增加而非价格提升，也从侧面反映出我国纺织品内销市场的竞争在加剧。

未来几年国内内销市场的中心仍将以城镇为主。从往年数据可以看出，城镇和农村居民的消费结构有明显差别，农村人口对衣着的消费支出仅为收入的4%左右，而城镇居民平均在7%左右，这与他们的消费习惯和消费环境有关。2007年以来虽然农村居民现金收入增速加快，但消费环境并没有很大程度改善，农村居民大多选择到城镇进行消费。

2008年中档品的国内消费市场依然广阔，仍是消费主流。对于城镇居民来说，最低收入阶层与最高收入阶层的平均收入差距近25000元，但衣着消费占总消费支出的比重却差距不大。中等收入阶层的居民支出比重最大且人数最多，约占到总人口的84%，是主要消费群体。这类人群的消费特点是实用至上、务实消费，偏好物美价廉的产品，对中低档品的消费相对较多。

另外新兴收入阶层的诞生让我们看到了新的市场：准中产阶级和中产阶级逐渐形成规模，由此带动了中高档品牌服装和纺织品的消费需求。随着我国居民收入水平的变化，我国的居民收入结构正由纺锤形向葫芦形转变，除了贫富差距继续拉大外，也诞生了新的收入阶层：准中产阶级和中产阶级。他们具有消费能力强、消费弹性大、品牌接受能力强的特征，同时对品牌的认知度又相对混杂。这种消费特点给众多中高档品牌服装和纺织企业提供了生存空间。

从子行业销售收入所占比重来看，棉、化纤纺织及印染精加工行业销售收入所占比重最大，在50%以上，而且收入占比呈现上升趋势。针织品、编织品及其制品制造的销售收入占比为17.16%，需求也有所提高。毛纺织、麻纺织以及丝绸纺织的销售收入占比均呈现出下降趋势。

根据2007年前11个月出口数据，纺织原料及纺织制品出口贸易中一般贸易出口增速首次超过进料加工贸易，来料加工贸易出口增速下降幅度明显，从2006年的17%下降到2007年的5%不到，说明我国纺织原料及纺织制品出口结构正逐步优化。

2005年取消关税配额制曾导致我国对美国和欧洲市场的出口增速大幅提高，但随之而来的更加严格的贸易壁垒使得2006年我国对美国和欧盟市场的出口增速大幅回落，大量产品转口到东南亚、中东地区、非洲和拉丁美洲，有效的分散了贸易风险。

纺织行业的销售毛利率，销售利润率和资产报酬率都在不断上升，这主要是由于行业发展日益成熟，规模扩大，运行效率提高，而且财务费用和管理费用不断降低，使得纺织行业2007年盈利能力得到了增强。

GDP增长迅速，中国经济继续保持快速发展；但是高通货膨胀压力有可能吞噬行业利润，影响行业整体盈利能力。目前采取稳健的财政政策加上紧缩的货币政策的调控政策将会加大企业的融资成本和扩张成本，特别是对于一些小规模未上市企业成本上升，发展能力受到限制，但是可以有效抑制通货膨胀带来的经济过热风险和原材料采购风险。人民币升值虽然对可以减少技术引进、设备采购等成本，有助于企业提升整体实力。但是人民币升值也对企业利润会有较大冲击，直接影响行业整体的盈利水平。

产业政策以扶持为主，通过产业规划和行业集中等方式有效降低纺织行业的经营风险，不过对于技术落后、产品单一的中小企业可能会面临更大的生存压力和经营风险。产业政策的风险主要来自于出口退税政策的调整，短期内将会直接影响到行业整体供需平衡和成本传导力度。

行业最主要的风险仍来自于原材料价格上涨及劳动力成本的上升。原材料价格将直接影响到行业供需、规模、效益，为行业运行带来较大的负面影响。新《劳动合同法》正式实施，给企业带来的最直接影响便是用工成本加大。此外，美国经济在2008年可能呈现的衰退趋势或影响到欧洲和日本等国家，对我国纺织品出口不利。

## 【 目录 】

## 第一章 纺织行业市场供需分析及预测 1

### 第一节 行业在国民经济中的地位变化 1

#### 一、行业产业链分析 1

#### 二、行业工业总产值所占GDP比重变化 1

#### 三、行业投资额度占全国投资总额比重变化分析 2

### 第二节 行业供给分析及预测 4

#### 一、供给总量及速率分析 4

#### 二、供给结构变化分析 4

#### 三、2008~2010年供给预测 6

### 第三节 行业需求分析及预测 9

#### 一、需求总量及速率分析 9

#### 二、需求结构变化分析 10

#### 三、2008~2010年需求预测 12

### 第四节 行业进出口分析及预测 19

#### 一、进口总体分析 19

#### 二、进口特点分析 19

#### 三、2008年进口预测 21

#### 四、出口总体分析 22

#### 五、出口特点分析 22

#### 六、2008年出口预测 24

### 第五节 供需平衡及价格分析 29

#### 一、供需平衡分析及预测 29

#### 二、价格变化分析及预测 30

## 第二章 行业规模与效益分析及预测 33

### 第一节 行业规模分析及预测 33

#### 一、资产规模变化分析 33

#### 二、收入和利润变化分析 33

### 第二节 行业效益分析及预测 34

#### 一、行业三费变化 34

#### 二、行业效益分析 35

#### 三、行业平均生产率大幅度提高 35

#### 四、行业效益预测 36

### 第三章 行业竞争分析及预测 37

#### 第一节 行业竞争特点分析及预测 37

##### 一、行业发展阶段评价 37

##### 二、行业垄断性分析 38

##### 三、全球纺织产业结构和布局调整使得竞争愈来愈烈 38

#### 第二节 行业资产重组分析及预测 40

#### 第三节 行业技术水平发展分析及预测 42

### 第四章 子行业分析 43

#### 第一节 子行业对比分析 43

##### 一、子行业规模指标比重变化 43

##### 二、子行业经济运行对比分析 44

#### 第二节 棉、化纤纺织及印染精加工发展状况分析及预测 47

##### 一、行业基本特征分析 47

##### 二、棉、化纤纺织及印染精加工行业分析 47

##### 三、行业进出口分析 52

##### 四、行业发展趋势分析及预测 53

#### 第三节 毛纺织和染整精加工发展状况分析及预测 54

##### 一、行业基本特征 54

##### 二、毛纺织行业分析 55

##### 三、行业发展趋势分析及预测 57

#### 第四节 麻纺织发展状况分析及预测 59

##### 一、行业基本特征分析 59

##### 二、麻纺织行业分析 60

##### 三、行业发展趋势分析及预测 63

### 第五章 细分地区分析 66

#### 第一节 行业区域分布总体分析及预测 66

##### 一、行业区域分布特点分析及预测 66

##### 二、行业规模指标区域分布分析及预测 67

### 三、行业效益指标区域分布分析及预测 67

## 第二节 江苏省纺织行业发展分析及预测 69

### 一、区域在行业中的规模及地位变化 69

### 二、区域行业经济运行状况分析 71

### 三、区域子行业对比分析 72

### 四、区域行业发展趋势预测 73

## 第三节 浙江省纺织行业发展分析及预测 76

### 一、区域在行业中的地位分析 76

### 二、区域行业经济运行状况分析 78

### 三、区域子行业对比分析 79

### 四、区域行业发展趋势预测 80

## 第四节 山东省纺织行业发展分析及预测 81

### 一、区域在行业中的地位及特征 81

### 二、区域行业经济运行状况分析 83

### 三、区域子行业对比分析 84

### 四、区域行业发展趋势预测 85

## 第六章 企业分析 87

### 第一节 行业企业特征分析 87

#### 一、行业企业总体特征分析 87

#### 二、规模特征分析 87

#### 三、企业所有制特征分析 89

#### 四、纺织企业的区域分布分析 91

### 第二节 纺织行业企业集中度分析 93

#### 一、总体集中度分析 93

#### 二、前20家企业经济运行分析 94

### 第三节 上市公司重点企业对比分析 98

#### 一、总体排名分析 98

#### 一、获利能力分析 99

#### 二、营运能力分析 101

#### 三、偿债能力分析 102

#### 四、发展能力分析 104

第四节 江苏阳光集团分析	106
一、企业基本状况	106
二、企业行业地位分析	106
三、公司技术及研发水平	106
四、企业经营状况分析	109
五、公司发展规划及发展前景预测	110
六、2007年重大发展事项及启示	111
第五节 鲁泰纺织股份有限公司分析	112
一、企业基本状况	112
二、企业行业地位分析	113
三、公司技术及研发水平	113
四、企业经营状况分析	115
五、公司发展规划及发展前景预测	116
六、2007年重大发展事项及启示	117
第六节 维科精华集团股份有限公司分析	119
一、企业基本状况	119
二、企业行业地位分析	119
三、公司技术及研发水平	120
四、企业经营状况分析	122
五、公司发展规划及发展前景预测	123
六、2007年重大发展事项及启示	123
第七章 行业风险分析及提示	125
第一节 全球经济风险分析及提示	125
第二节 国内宏观经济风险及提示	126
一、宏观经济趋热风险	126
二、汇率风险	127
三、利率风险	128
第三节 上下游风险分析及提示	129
一、上游行业影响分析及风险提示	129
二、下游行业风险分析及提示	129
三、其他关联行业风险分析及提示	130



#### 第四节 行业政策风险分析及提示 132

##### 一、出口退税率再次下调风险 132

##### 二、国际贸易壁垒增多 132

##### 三、加工贸易限制政策 133

##### 四、节能减排政策影响分析 134

##### 五、《劳动合同法》实施 135

#### 第五节 行业市场风险分析及提示 137

##### 一、市场供需风险提示 137

##### 二、市场竞争风险 137

##### 三、替代风险 138

#### 第六节 其他风险分析及提示 139

##### 一、海运费“油涨船高”企业成本增大 139

##### 二、电力成本或加大 139

#### 第八章 行业投资机会及建议 140

##### 第一节 行业投资机会及建议 140

##### 一、总体投资机会及投资建议 140

##### 二、子行业投资机会及建议 141

##### 三、区域投资机会及建议 141

##### 四、企业投资机会及建议 142

##### 第二节 产业链投资机会及建议 144

##### 一、服装行业2008年的运行压力相对较小 144

##### 二、辅料市场繁荣继续进行 144

#### 附表

##### 表1 纺织行业分类及代码 1

##### 表2 纺织行业子行业工业总产值比重变化 6

##### 表3 2007纺织行业主要在建和拟建项目 6

##### 表4 2004-2007年11月纺织各子行业销售收入比重变化 10

##### 表5 2008年纺织服装五类消费热点 14

##### 表6 2007年1-11月纺织行业主要产品产量与增速 29

##### 表7 2004-2007年纺织行业效益变化 35

表8	2007年11月我国纺织行业集中度	38
表9	2007年11月我国纺织行业集中度变化情况	38
表10	2007年我国纺织行业主要企业资产重组事件	40
表11	棉、化纤纺织及印染精加工行业运行状况	51
表12	棉、化纤纺织及印染精加工企业2007年11月集中度	52
表13	棉、化纤纺织及印染精加工行业2007年11月前15家企业指标比重	52
表14	2007年1-11月我国主要棉纺织品出口情况	53
表15	毛纺织和染整精加工行业运行状况	56
表16	毛纺织和染整精加工企业2007年11月集中度	57
表17	毛纺织和染整精加工行业2007年11月前15家企业指标比重	57
表18	麻纺织行业运行状况	62
表19	麻纺织企业2007年11月集中度	62
表20	麻纺织工业2007年11月前15家企业指标比重	63
表21	纺织行业资产和收入地区分布	67
表22	纺织行业盈利状况分析	68
表23	纺织行业前四大区域亏损状况	68
表24	江苏省纺织行业企业类型状况	70
表25	江苏省纺织行业2007年11月前10家企业指标比重	70
表26	2003-2007年江苏省纺织品产量	71
表27	江苏省纺织行业运行状况	71
表28	江苏省纺织子行业规模对比	72
表29	江苏省纺织行业子行业盈利状况对比	73
表30	浙江省纺织行业企业类型状况	77
表31	浙江省纺织行业2007年11月企业指标比重	77
表32	2003-2007年浙江省纺织品产量	78
表33	浙江省纺织行业运行状况	78
表34	浙江省纺织子行业规模对比	79
表35	浙江省纺织行业子行业盈利状况对比	80
表36	山东省纺织行业企业类型状况	81
表37	山东省纺织行业2007年11月企业指标比重	82
表38	2003-2007年山东省主要纺织品产量	82
表39	山东省纺织行业运行状况	84

表40	山东省纺织子行业规模对比	85
表41	山东省纺织行业子行业盈利状况对比	85
表42	纺织行业不同规模企业的资产状况	88
表43	纺织行业不同规模企业亏损状况	89
表44	纺织行业不同规模企业发展及盈利状况	89
表45	纺织行业不同所有制企业的资产状况	90
表46	纺织行业不同所有制企业亏损状况	91
表47	纺织行业不同所有制企业发展及盈利状况	91
表48	纺织行业企业数量分布	92
表49	中西部省份纺织行业企业数量分布	92
表50	纺织企业2007年11月集中度	93
表51	纺织行业2007年11月前20家企业指标比重	93
表52	纺织行业2007年11月前20家企业获利能力	94
表53	纺织行业2007年11月前20家企业偿债能力	95
表54	纺织行业2007年11月前20家企业发展能力	96
表55	纺织行业2007年11月前20家企业营运能力	97
表56	上市公司分析指标及权重	98
表57	2007年第三季度纺织上市公司企业排序	98
表58	上市公司获利能力	100
表59	上市公司营运能力	101
表60	上市公司偿债能力	103
表61	上市公司发展能力	104
表62	2007年前三季度江苏阳光在行业中的地位	106
表63	阳光呢绒产品分类	108
表64	2007年上半年江苏阳光各主营业务营业额及营业利润	109
表65	江苏阳光运行状况	110
表66	鲁泰纺织股份有限公司的控股子公司	112
表67	2007年前三季度鲁泰纺织在行业中的地位	113
表68	2007年上半年鲁泰纺织各主营业务营业额及营业利润	115
表69	鲁泰纺织运行状况	116
表70	维科精华主要产品简介	119
表71	2007年前三季度维科精华在行业中的地位	120

表72	2007年上半年维科精华各主营业务营业额及营业利润	122
表73	维科精华运行状况	123
表74	央行2007年一年期存贷款基准利率调整示意图表	128
表75	我国历次调整出口退税率的情况	132
表76	纺织行业日益严苛的贸易壁垒	133
表77	纺织行业主要子行业万元产值耗电下降比	134
表78	我国纺织企业行业集中度	137

## 附 图

图1	纺织行业工业总产值占GDP比重变化	2
图2	纺织行业固定资产投资占全社会固定资产投资比重	2
图3	纺织行业投资总额累计增速	3
图4	2004-2007年纺织行业工业总产值	4
图5	2003年-2007年全国纱产量变化	4
图6	2003年-2007年全国布产量变化	5
图7	2003年-2007年丝和丝织品产量变化	5
图8	2004-2007年纺织行业销售收入及增速变化	9
图9	城镇居民可支配收入与农村居民纯收入变化	9
图10	纺织品内销比重稳步提升	10
图11	纺织品服装批发零售总额当月增速比较	11
图12	纺织品服装零售价格指数同比增长情况	12
图13	城镇与农村居民衣着消费习惯差距依然明显	12
图14	不同收入水平居民衣着消费支出比重比较	13
图15	葫芦形收入结构	13
图16	2001年-2007年我国纺织原料及纺织制品进口金额	19
图17	2007年我国纺织行业主要进口产品金额所占总进口额比例	20
图18	2007年我国纺织业主要省份进口额占全国进口额比例	20
图19	2007年我国纺织业主要进口来源地	21
图20	2001-2007年我国纺织原料及纺织制品出口金额及其同比增长速度	22
图21	2005年-2007年纺织原料及纺织制品累计出口增速变化情况	22
图22	2005-2007年纺织原料及纺织制品出口不同贸易方式增速比较	23
图23	中国纺织原料及纺织制品主要出口国占比变化情况	23

图24	纺织原料及纺织制品出口市场增速变化情况	24
图25	美国进口纺织品的主要国家及所占份额	28
图26	各国对美出口纺织品单价比较	28
图27	2002-2007年我国纺织行业销售收入及其增长速度	30
图28	衣着类出厂价格同比增长情况	31
图29	2007年2月-2008年2月纽约棉花首月期货价格走势	31
图30	2007年我国粘胶纤维价格变化	32
图31	2007年2月-2008年2月国毛条 66S价格走势	32
图32	2004-2007年纺织行业资产变化	33
图33	2004-2007年纺织行业收入与利润变化	33
图34	2004-2007年三费增速变化	34
图35	2004-2007年三费占销售收入比重变化	34
图36	2004-2007年纺织行业平均生产率水平变化	36
图37	2003-2007年我国纺织行业累计资产和累计销售收入变化	37
图38	2004-2007纺织子行业资产比重变化	43
图39	2004-2007纺织子行业销售收入和利润比重变化	44
图40	2004-2007纺织子行业销售利润率	45
图41	2004-2007年纺织各子行业资产增速变化	45
图42	2004-2007年纺织各子行业销售收入增速变化	46
图43	2004-2007年纺织各子行业利润增速变化	46
图44	棉、化纤纺织及印染精加工行业总资产变化	48
图45	棉、化纤纺织及印染精加工行业收入和利润变化	48
图46	2003-2007年我国纱和布产量变化	50
图47	2007年11月全国布产量和增速	50
图48	2003-2007年毛纺织行业产品产量及变化	54
图49	毛纺织和染整精加工行业总资产变化	55
图50	毛纺织和染整精加工行业收入和利润变化	55
图51	麻纺织行业总资产变化	60
图52	麻纺织行业收入和利润变化	61
图53	全国纺织产业基地示意图	66
图54	江苏省纺织行业在全国地位变化	69
图55	浙江省纺织行业在全国地位变化	76

图56	山东省纺织行业在全国地位变化	81
图57	纺织行业企业规模分布	88
图58	纺织行业企业所有制分布	90
图59	2005年7月-2007年12月人民币对美元汇率和欧元对美元汇率走势图	127
图60	2003年-2007年服装产量变化	130
图61	服装行业投资总额累计增速	130
图62	2005年-2007年纺织品和服装出口累计同比增速比较	144

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47174.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。