



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年中国床上用品研究预测报告 告

## 一、调研说明

《2007年中国床上用品研究预测报告》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/47632.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

### 【目录】

第一章 中国家纺行业发展现状与趋势分析	1
第一节 2005年家纺行业盘点	1
第二节 2006-2007年家纺行业发展展望	5
一、2006年家纺行业市场分析	5
二、家纺品牌发展现状和趋势	6
三、家纺国际化趋势渐显	7
四、功能性成家纺“新卖点”	7
五、奥运给家纺业提出新要求	8
第三节 2006-2007年全国家纺流行趋势分析	8
一、中国家纺行业发展趋势	8
二、家用纺织品设计趋势	12
三、家用纺织面料流行特点	13
四、家用纺织品2005年色彩趋势	14
五、2006年春夏家纺色彩流行趋势	15
第四节 家纺市场前景分析	15
第五节 发展我国家纺行业的五个关键主题	18
第二章 2006年国内床上用品业发展现状	20
第一节 床上用品的流行风格主要特点	20
一、个性风继续吹	20
二、民族自然风袭人	20
三、欧美古典风抬头	21
第二节 2006年我国床上用品市场分析	21
一、我国床上用品行业动态	21
二、床上用品发展趋势分析	23
三、床上用品行业综合分析	25
第三节 目前我国床上用品行业发展中存在的主要问题	28

- 一、技术开发落后，自主创新薄弱 28
- 二、缺少深刻的品牌文化内涵 29
- 三、重品牌形象建设的企业不多 30
- 四、忽视行业信息对于市场的重要作用 30
- 五、市场混乱，鱼目混珠 30
- 六、企业规模偏小，国际竞争力不强 31
- 七、产品结构不合理 31
- 八、管理落后 31

### 第三章 2006—2007年中国床上用品业发展特点与趋势 33

#### 第一节 床上用品设计观念的变化 33

- 一、人性化设计理念 33
- 二、文化内涵 33
- 三、设计与高新技术的结合 34
- 四、材质工艺的观念 34
- 五、品牌意识 34

#### 第二节 2006年我国床上用品产品流行趋势 35

#### 第三节 未来床上用品的发展方向 36

- 一、健康环保型产品 36
- 二、个性化产品 37
- 三、时尚型产品 37
- 四、高科技产品 38
- 五、保健型产品 40

#### 第四节 2006年国内床品面料趋势分析 40

- 一、面料趋势：涤棉主打，配棉比例要合适 40
- 二、成品设计与面料的关系分析 42

### 第四章 家纺企业品牌发展战略分析 44

#### 第一节 中国家纺品牌的现状与误区 44

- 一、品牌创新的价值 44
- 二、品牌创新的现状 44
- 三、品牌创新上的误区 45

第二节 家纺企业品牌战略	47
一、家纺走向品牌经营时代	47
二、家纺企业品牌战略	50
三、品牌才是无价宝	51
第三节 家纺设计在企业发展中的作用分析	53
一、正确认识家纺设计对中国家纺业的作用	53
二、中国家纺设计的现状和思考	55
三、手工印染、刺绣等传统艺术在家纺设计中的价值	58
四、室内纺织品的配套设计	59
第五章 2005—2006年全球床上用品业发展简况	64
第一节 国外家纺及床上用品产业发展概况与特点	64
一、欧盟	64
二、美国	64
（一）发展概况	65
（二）2006年美国床上用品市场	66
第二节 2005—2006年国际家纺用品流行趋势剖析	68
第六章 未来国际床上用品行业发展趋势	71
第一节 国外家纺产品及床上用品市场前景	71
第二节 2006-2007年床上用品流行趋势	72
一、床上用品流行风格	73
二、床上用品面料流行趋势	73
三、床上用品设计流行趋势	74
四、床上用品色彩流行趋势	75
第七章 国际纺织品贸易分析	77
第一节 纺织品自由贸易究竟离我们有多远	77
一、2008年前，“第242段”条款是主要制约因素	77
二、中欧纺织品协议留下的“后遗症”	79
第二节 我国纺织业融入国际产业链形势分析	82
一、后配额时代全球纺织品供应链变革凸显中国角色	82

二、全球纺织品贸易的配额制度逐步取消	84
三、后配额时代，中国是机会不是威胁	85
四、全球纺织业后配额时代需要怎样的供应商	88
五、我国纺织品出口将平稳增长	90
六、我国纺织业成为跨国采购供应商具有明显优势	92
七、我国纺织业面对跨国采购的“内忧”与“外患”	95
八、谨慎面对新形势尽快融入国际产业链	99
第三节 我国纺织品的国际营销策略	101
一、国际营销环境分析	102
二、国际营销策略	103
第八章 中国床上用品的进出口现状	107
第一节 2005年我国纺织品进出口情况	107
一、我国家用纺织品进出口总金额分析	107
（一）进出口状况	107
（二）我国纺织品服装与家用纺织品出口国家或地区比较	108
（三）、我国家用纺织品出口的主要国家或地区	109
（四）、我国家用纺织品出口增长最快的国家	109
二、我国家用纺织品出口产品分析	110
（一）我国家用纺织品出口产品结构分析	110
（二）.我国家用纺织品出口量增长较大的产品分析	111
（三）、我国家用纺织品出口不同产品的价格变化	112
三、家用纺织品出口特点	112
四、家用纺织品出口主要市场	114
五、家用纺织品出口主要省份	120
六、2005年床上用品出口情况	121
第二节 2006年中国床上用品进出口状况	125
第三节 2006年我国毛巾进出口情况	130
一、毛巾出口地分析	131
二、各省市出口毛巾情况	133
三、出口毛巾贸易方式比重	134
四、不同性质企业毛巾出口情况	135

第四节 重点国家或地区家纺用品消费与贸易状况	135
一、欧盟	135
二、美国	137
三、日本	139
第九章 国内床上用品消费市场	144
第一节 国内床上用品消费文化	144
第二节 国内床上用品主要消费领域构成	145
一、家庭	146
二、宾馆、酒店	147
三、教育、医疗卫生机构	151
四、交通运输	151
第三节 床上用品消费特点	152
第十章 床上用品零售市场营销渠道	157
一、复合营销网络	157
二、实施床上用品品牌经营	158
三、无店销售	159
四、与零售业结成联盟	159
五、直销	159
第十一章 区域市场竞争	160
第一节 广东省	160
一、发展状况	160
二、机遇与挑战并存	160
三、优势与弱势	161
第二节 浙闽赣地区	163
一、浙闽赣地区总量增长情况	163
二、浙闽赣纺织产业链企业平均规模比较	164
三、闽赣纺织产业链人均规模比较	164
四、浙闽赣纺织产业链产销衔接和资产运转情况	165
六、纺织产业链分品种产量	167

七、浙闽赣纺织品服装进出口变化	170
第三节 江苏省	171
一、行业发展的主要特征	171
二、存在的主要问题	173
三、江苏省纺织业呈现五大发展趋势	175
第四节 山东省	176
一、纺织业基本情况	176
二、产业结构	177
三、存在的问题	179
四、发展目标	179
第十二章 重点业内企业竞争	181
第一节 佳丽斯	181
一、公司简介	181
二、品牌介绍	181
三、经营特点	182
第二节 梦兰	183
一、公司简介	183
二、品牌简介	183
三、经营特点	184
第三节 梦洁	186
一、公司简介	186
二、品牌简介	187
三、经营特点	187
第四节 富安娜	188
一、公司简介	188
二、品牌简介	189
三、经营特点	190
第五节 堂皇	192
一、公司简介	192
二、品牌简介	194
三、经营特点	195



第六节 红富士	197
一、公司简介	197
二、品牌简介	198
三、经营特点	198
第七节 维科	199
一、公司简介	199
二、品牌简介	200
三、经营特点	201
第八节 博洋	202
一、公司简介	202
二、品牌简介	202
三、经营特点	203
第九节 喜盈门	204
一、公司简介	204
二、品牌简介	205
三、经营特点	205
第十节 民光	209
一、公司简介	209
二、品牌简介	209
三、经营特点	210
第十三章 国内床上用品市场竞争要素分析	213
第一节 床上用品市场的竞争发展趋势	213
第二节 床上用品市场的竞争策略概述	215
一、床上用品销售渠道构成	215
二、国内床上用品市场竞争态势	215
三、床上用品市场的竞争方式	217
第三节 床上用品企业的竞争策略	218
第四节 床上用品的品牌竞争分析	220
一、家纺品牌竞争格局分析	220
二、家纺品牌结构性机会	221

第十四章 国际贸易的竞争态势	223
第一节 中国主要国际竞争对手	223
一、巴基斯坦	223
二、印度	226
三、美洲墨西哥和中南美国家	227
四、欧洲土耳其	227
五、中东欧及地中海沿岸国家	230
第二节 中国市场上的国际品牌	230
一、皮尔卡丹	230
二、澳西奴	231
三、ESPRIT	231
四、P E R I	232
五、E I I E	232
第十五章 2006-2007年我国国民经济发展预测	234
第一节 经济全球化分析	234
一、经济全球化的含义	234
二、经济全球化的七个趋势分析	234
三、2006—2010年主要国家经济格局与发展展望	236
第二节 2006-2007年世界经济走势分析及预测	238
一、2006年世界经济发展环境分析	238
二、2006年世界经济走势分析	239
三、2006-2007年中国经济形势分析与预测	241
(一) 经济“三微调一稳增”	241
(二) 2006年宏观经济总体向好	243
(三) 2007年经济可能面临调整	246
(四) 2006年中国对外贸易形势展望	249
第十六章 2006-2007年床上用品市场分析与预测	252
第一节 2007年国内床上用品市场前景展望	252
第二节 床上用品市场规模预测	254
一、总体规模	254

二、零售市场	255
第三节 新增住宅对于床上用品需求市场规模预测	256
第四节 床上用品行业发展对策	259
一、积极塑造床用文化，把握消费时尚	259
二、打造民族品牌，开拓国际市场	259
三、提高自主创新能力，增强国际市场竞争力	260
四、加强资讯体系建设，与国际市场保持同步	260
五、引入多方投资，促进行业潜在效能	260
六、利用地区产业群为平台，建立中小企业服务体系	261
第十七章 行业发展的SWOT分析	262
第一节 中国床上用品的优势与特点	262
一、生产原料齐全充足	262
二、劳动力低成本、素质较高和充分供给	262
三、国内需求稳定且增长迅速	262
第二节 中国床上用品业的弱势与不足	262
一、缺乏品牌素质	262
二、行业依赖国内市场，产品附加值太低	263
三、信息工程建设滞后	263
四、行业资金投入不足，影响产业升级	263
五、缺乏设计创新能力，高新技术、高档产品	264
六、传统的消费习俗还影响市场的发展	264
第三节 行业发展的空间与机会	264
一、中国床上用品国内市场前景广阔	264
二、中国家纺装饰织物市场已进入成熟期	265
三、行业规范、标准受到重视并逐步完善	266
四、羽绒寝具市场亟待开发	269
五、丝绸床用产品	269
六、婴幼儿床品	270
第四节 行业内外的不利因素与潜在威胁	270
一、行业生产的环保问题	270
二、行业内仿制仿冒劣质问题	271

三、潜在进入者增多	271
四、对外贸易的壁垒障碍	271
第五节 后配额时代中国纺织工业应注意的问题分析	274

## 第十八章 床上用品生产原料分析与预测 276

### 第一节 2006-2007毛纺行业经济分析与预测 276

#### 一、2005年毛纺行业经济运行情况 276

#### 二、2006年毛纺行业运行情况 280

### 第二节 2006-2007年棉纺业经济分析与预测 282

#### 一、2005年棉纺织行业运行情况 282

##### (一) 从运行态势看 282

##### (二) 从进出口业绩看 284

##### (三) 从原料市场看 287

#### 二、2006年棉纺织行业运行情况 289

### 第三节 麻纺织行业经济分析与预测 298

#### 一、基本情况 298

#### 二、主要特点和问题 306

### 第四节 化纤行业经济分析与预测 307

#### 一、2005年化纤行业运行情况 307

#### 二、2006年上半年化纤行业运行情况 313

#### 三、存在问题和原因分析 320

## 第十九章 2006年国民经济发展与纺织行业 328

### 第一节 2006年上半年宏观经济运行情况 328

#### 一、总体情况 328

#### 二、农业生产 328

#### 三、工业生产 329

#### 四、固定资产投资 329

#### 五、国内市场销售 330

#### 六、市场价格 330

#### 七、对外贸易 331

#### 八、城乡居民收入 331

## 第二节 人口与消费水平 332

### 一、我国人口 332

### 二、中国家庭结构变化分析 333

## 第三节 2005-2006家纺业经济运行分析 335

### 一、经济指标完成情况分析 335

### 二、进出口情况分析 340

### 三、纺织行业销售收入情况 352

### 四、行业发展面临的新问题 373

## 第二十章 床上用品行业概述及相关行业标准 377

### 第一节 床上用品行业概述 377

#### 一、床上用品的定义及分类 377

#### 二、床上用品行业的特点 377

#### 三、床上用品行业的投资特性 378

#### 四、行业的发展现状 378

#### 五、中国床上用品业的发展前景 379

#### 六、消费者的需求及其发展 380

#### 七、影响床上用品需求的两大根本因素 380

#### 八、床上用品需求的发展趋势 380

### 第二节 家用纺织品行业标准现状 382

#### 一、目前国际上比较有影响，同时对我国纺织品出口有制约作用的主要标准 382

#### 二、国家发展与改革委员会确定鼓励发展高档纺织品 382

#### 三、国家标准和行业标准发挥了巨大作用 384

#### 四、企业的标准化理念对提高产品质量起到了关键作用 384

### 第三节 强制性标准 385

#### 一、执行甲醛限量标准顺应绿色消费 385

#### 二、标准清楚减少消费纠纷 386

#### 三、被褥内填料符合卫生标准 386

## 第二十一章 纺织工业产业结构及其发展 388

### 第一节 纺织工业结构调整 388

#### 一、产业布局结构调整 388

- 二、产业结构的调整 389
- 三、产品结构的调整 389
- 四、企业规模结构调整 390
- 第二节 产业链构成特点与发展现状 391
  - 一、产业链构成特点 391
  - 二、产业集群化发展 392
- 第三节 国内重要的家纺产业生产区域 396
  - 一、中国布艺名城——浙江省杭州市余杭区 396
  - 二、中国家纺绣品名镇——江苏省海门市三星镇 398
  - 三、中国布艺名镇——浙江省海宁市许村镇 400
  - 四、中国静电植绒名镇——浙江省嘉兴市油车港镇 401
  - 五、中国最大家纺装饰布生产和销售基地——浙江海宁市 402
  - 六、中国重要产棉基地与山东家纺基地——山东省滨州市 404

## 第二十二章 我国家纺市场调查 405

- 第一节 现阶段我国家纺消费特点及市场分析 405
  - 一、我国家用纺织品的消费现阶段仍以城镇市场为主 405
  - 二、物美价廉的中、低档家用纺织品仍是大多数消费者的选择 406
  - 三、调查显示，消费者的消费观念有待更新，消费习惯需要养成 408
  - 四、我国家用纺织品的品牌消费尚处在初级阶段 409
- 第二节 广东、上海、北京三地消费者使用调查 410
  - 一、纺织产品使用状况与健康观念调查 410
  - 二、纺织产品消费者购买计划调查 413
  - 三、消费者购买特征调查 414
  - 四、消费者满意度调查 416
  - 五、消费者品牌调查 417
- 第三节 知名家纺品牌调查与分析 418
  - 一、全国家纺市场 418
  - 二、全国市场现有品牌 421
  - 三、全国家纺市场现有品牌分析 422
  - 四、行业发展面临新的考验 431

## 图表目录

- 图表1-1 2006年1-9月我国纺织行业销售收入、出口交货值、工业增加值及增长情况 5
- 图表1-2 我国纺织品行业产品构成比例 16
- 图表8-1 2005年我国家用纺织品进出口总金额 107
- 图表8-2 我国家用纺织品出口在纺织品服装出口中的比重 107
- 图表8-3 我国纺织品服装与家用纺织品出口目标市场比较 108
- 图表8-4 2005年我国家用纺织品出口增长幅度较大的国家 109
- 图表8-5 2005年我国家用纺织品出口总金额较高的产品 110
- 图表8-6 2005年我国家用纺织品出口总金额同比增长最快的产品 111
- 图表8-7 2005年我国家用纺织品出口平均价格增长较大的产品 112
- 图表8-8 2005年1-6月家纺产品出口金额增长大于数量增长的主要产品 113
- 图表8-9 2005年1-6月部分家纺产品对美国出口情况 113
- 图表8-10 2005年1-6月家纺产品出口前五个国家统计 单位：美元 114
- 图表8-11 2005年1-6月家纺产品对原配额地区出口情况单位：美元 114
- 图表8-12 2005年1-6月家纺产品对欧盟、美国出口中原配额产品出口情况 单位：美元 114
- 图表8-13 2005年1-6月对设限产品（欧盟20类床单桌布）出口情况 单位：美元 115
- 图表8-14 2005年1-6月出口增幅较快的国家 单位：美元 115
- 图表8-15 2005年1-10月出口床上用品数量金额价格情况 116
- 图表8-16 2005年1-10月我国床上用品出口情况 117
- 图表8-17 2005年1-10月我国棉制床上用品出口情况 117
- 图表8-18 2005年1-10月我国化纤制床上用品出口情况 118
- 图表8-19 2005年1-10月我国床上用品出口美国情况 119
- 图表8-20 2005年1-10月我国床上用品出口日本情况 119
- 图表8-21 2005年1-10月我国床上用品出口俄罗斯情况 119
- 图表8-22 2005年1-10月我国床上用品出口欧盟情况 120
- 图表8-23 2005年1-6月出口前五个省（市）统计 单位：美元 120
- 图表8-24 2001-2005年1-6月同期出口床上用品数量金额价格情况。 121
- 图表8-25 2006年1-6月我国床上用品出口美国情况 125
- 图表8-26 2006年9月针织或钩编的床上用织物制品出口 126
- 图表8-27 2006年9月棉制印花床上用织物制品出口 126
- 图表8-28 2006年9月化纤制印花床上用织物制品出口 126
- 图表8-29 2006年9月其他纺织材料制印花床上用织物制品出口 126

图表8-30	2006年9月棉制其他非针织或钩编床上用织物制品出口	126
图表8-31	2006年9月化纤制其他非针织或钩编床上用织物制品出口	127
图表8-32	2006年9月其他纺织材料制其他非针织或钩编床上用织物制品出口	127
图表8-33	2006年9月麻制床上用织物制品出口	127
图表8-34	2006年9月末列名纺织材料制床上用织物制品出口	127
图表8-35	2006年9月针织或钩编的床上用织物制品进口	128
图表8-36	2006年9月棉制印花床上用织物制品进口	128
图表8-37	2006年9月化纤制印花床上用织物制品进口	128
图表8-38	2006年9月其他纺织材料制印花床上用织物制品进口	128
图表8-39	2006年9月棉制其他非针织或钩编床上用织物制品进口	128
图表8-40	2006年9月化纤制其他非针织或钩编床上用织物制品进口	129
图表8-41	2006年9月其他纺织材料制其他非针织或钩编床上用织物制品进口	129
图表8-42	2006年9月麻制床上用织物制品进口	129
图表8-43	2006年9月末列名纺织材料制床上用织物制品进口	129
图表8-44	近年我国出口毛巾对比情况	130
图表8-45	2006年9月我国毛巾进口情况	133
图表8-46	2006年9月我国毛巾出口情况	133
图表8-47	2005年出口毛巾贸易方式比重(%)	134
图表8-48	2005年我国出口欧盟的家用纺织品总金额最大的产品种类	135
图表8-49	2005年我国出口欧盟家用纺织品价格同比增长最大的产品	136
图表8-50	2005年我国出口美国的家用纺织品总金额最大的产品种类	137
图表8-51	2005年我国出口美国家用纺织品价格同比增长最大的产品	138
图表8-52	2005年我国家用纺织品出口目标市场的变化	139
图表9-1	城乡新建住宅面积和居民住房情况	146
图表9-2	商品房装修费增长潜力巨大	146
图表9-3	涉外饭店的统计	149
图表9-4	教育、卫生行业统计	151
图表9-5	交通工具统计	151
图表11-1	2006年1-6月浙闽赣地区份纺织产业链总量增长情况	163
图表11-2	2006年1-6月浙闽赣地区份纺织产业链企业平均规模变化情况	164
图表11-3	2006年1-6月份浙闽赣地区纺织产业链人均规模变化(万元)	165
图表11-4	2006年1-6月份浙闽赣地区纺织产业链产销衔接和资产运转情况	166



图表11-5	2006年1-6月份浙闽赣地区纺织产业链生产经营和盈利状况	167
图表11-6	2006年1-6月份浙闽赣地区纺织产业链各种产品产量比较	168
图表11-7	2006年1-6月份浙闽赣地区纺织品及服装进出口额及顺差变化(亿美元)	170
图表11-8	2006年1-6月份浙闽赣地区纺织产业链短期偿债和变现能力变化(倍)	171
图表11-9	2005年山东省纺织工业运行情况	177
图表12-1	2005年复评的中国名牌床上用品(系列产品配套件)产品名单	181
图表12-2	床上用品免检产品及生产企业	190
图表12-3	2005年床上用品著名品牌统计	195
图表12-4	喜盈门主要产品年产量	205
图表14-1	几个代表国家和地区纺织业劳动力成本比较(美元/人.时)	225
图表15-1	中国进出口增长状况及发展趋势预测 金额单位:亿美元	251
图表16-1	我国城镇居民每年床上用品消费性支出情况 单位:元	252
图表16-2	我国各地区床上用品占消费支出比重单位:%	254
图表16-3	重点大型零售企业床上用品零售额单位:千元	255
图表16-4	全国床上用品人均消费水平 单位:元	255
图表18-1	2005上半年主要毛纺产品出口目的地	276
图表18-2	毛纱线生产增长幅度对比情况	277
图表18-3	面料生产增长幅度对比情况	277
图表18-4	规模以上毛纺织行业经济指标对比表	278
图表18-5	规模以上毛针织行业经济指标对比表	279
图表18-6	规模以上毛纺制品行业经济指标对比表	279
图表18-7	2006年上半年主要毛纺产品出口目的地情况	281
图表18-8	2005年全国棉纺企业利润率变化图	282
图表18-9	我国棉纺织品出口情况	284
图表18-10	我国输美精梳纱走势图	285
图表18-11	原料价格对比图	287
图表18-12	2006年1-6月我国棉纺织行业毛利率与利润率比较	290
图表18-13	2005年纺纱产量及增速变化对比	290
图表18-14	2006年1-8月份棉纺行业总量增长情况	292
图表18-15	2006年1-8月份棉纺企业平均规模比较	292
图表18-16	2006年1-8月棉纺行业人均规模比较	293
图表18-17	2006年1-8月份棉纺行业产销衔接和资产运转比较	294

- 图表18-18 2006年1-8月份棉纺行业生产经营和盈利比较 295
- 图表18-19 2006年1-8月份我国棉花进出口变化 295
- 图表18-20 2006年1-8月份我国棉布产量完成情况（亿米） 296
- 图表18-21 2006年1-8月份我国棉制纺织品及服装进出口情况（亿美元） 297
- 图表18-22 2006年1-8月份棉纺行业短期偿债和变现能力比较 298
- 图表18-23 2005年1-6月麻纺行业利润对比图、产销对比图 299
- 图表18-24 2005年1-6月主要麻原料进口数量 300
- 图表18-25 2005年1-6月麻类纤维、纺织及制出口份额（金额） 300
- 图表18-26 2005年1-9月麻纺行业利润对比图 301
- 图表18-27 2005年1-9月份亚麻纱线出口数量 301
- 图表18-28 2006年5月麻纺织行业经济指标完成情况 金额单位：万元 301
- 图表18-29 化纤主要产品品种价格变化表 307
- 图表18-30 2005年1-6月化纤分行业经济效益对比表 309
- 图表18-31 2000-2005年粘胶短丝、涤纶短纤、329级棉花价格走势对比图 311
- 图表18-32 人民币汇率调整对化纤及其原料、纺织品、服装进出口的影响 313
- 图表18-33 2006年6月化纤主要产品品种价格变化表单位：万元/吨 313
- 图表18-34 2006年7月半光聚酯切片价格与现金成本图 314
- 图表18-35 2006年7月国内锦纶DTY70D价格走势对比图 314
- 图表18-36 2006年7月国内锦纶FDY70D价格走势对比图 315
- 图表18-37 国内腈纶短纤、毛条价格走势对比图 315
- 图表18-38 2006年8月40D、70D氨纶价格走势对比图 316
- 图表18-39 2006年1-6月化纤及分品种产量增长表 316
- 图表18-40 2006年6月化纤主要产品库存变化（按抽样统计推算） 317
- 图表18-41 2006年1-6月化纤主要产品产销率变化 317
- 图表18-42 2006年1-6月化纤分品种进口情况 317
- 图表18-43 2006年1-6月化纤分国别或地区进口情况 318
- 图表18-44 2006年1-6月主要化纤出口情况 318
- 图表18-45 2006年1-6月化纤分行业经济效益对比表 319
- 图表18-46 2006年1-6月化纤工业经济运行指标单位：亿元 319
- 图表18-47 2006年1-6月每百元销售收入费用对比表 320
- 图表18-48 2006年1-6月化纤主要品种供应量与下游行业产量对比表 320
- 图表18-49 2006年1-6月主要合纤原料进口量价 单位:万吨, 美元/吨 321

- 图表18-50 2006年1-6月主要人纤原料进口情况 单位:万吨,美元/吨 322
- 图表18-51 2004-2006.7世界原油期货价格走势 322
- 图表18-52 2004年1.1-2006年7月内盘PTA、EG与涤纶短纤价格走势 323
- 图表18-53 2004年1.1-2006年7.1内盘PTA、EG与涤纶长丝价格走势 323
- 图表18-54 2004年 - 2006年7月国内己内酰胺与锦纶切片、长丝价格走势 324
- 图表18-55 2004年 - 2006年7月国内丙烯腈与腈纶短纤、毛条价格走势 324
- 图表18-56 2005-2006年上半年纺织、化纤行业固定资产投资情况 单位:亿元 325
- 图表18-57 2004年-2006年8月中国328棉花价格走势 326
- 图表18-58 2006年1-6月棉布、化纤布及混纺布产量增速对比表 326
- 图表19-1 2006年上半年中国第一产业/第二产业/第三产业增长 328
- 图表19-2 2006年上半年全国规模以上工业完成增加值 329
- 图表19-3 2006年1-5月全国规模以上工业利润 329
- 图表19-4 2006年上半年全社会固定资产投资 330
- 图表19-5 2006年上半年社会消费品零售总额 330
- 图表19-6 2006年上半年进出口总额 331
- 图表19-7 中国人口数及构成(万人) 332
- 图表19-8 中国城镇化率 333
- 图表19-9 中国城镇化率 333
- 图表19-10 中国居民恩格尔系数变化 333
- 图表19-11 2005年1-6月35家行业代表性企业经济指标完成情况 335
- 图表19-12 统计中心调查、产业集群、代表性企业各项指标比照表 336
- 图表19-13 2005年1 - 10月我国纺织全行业规模以上企业经济指标完成情况 337
- 图表19-14 2005年10月纺织主要工业产品产量情况 337
- 图表19-15 2005年1-10月纺织行业固定资产投资完成情况 338
- 图表19-16 2005年全年纺织行业规模以上企业利润统计 338
- 图表19-17 2006年前五个月家纺行业1539家家纺企业经济指标的完成情况 339
- 图表19-18 2006年前五个月家纺行业60家行业代表型企业经济指标的完成情况 340
- 图表19-19 2005年1-6月家纺产品出口金额增长大于数量增长的主要产品 341
- 图表19-20 2005年1-6月部分家纺产品对美出口情况 单位:美元 342
- 图表19-21 2005年1-6月家纺产品出口前五个国家统计表 单位:美元 342
- 图表19-22 2005年1-6月家纺产品对原配额地区出口情况表 单位:美元 343
- 图表19-23 2005年1-6月对欧盟、美国出口中原配额产品出口情况 单位:美元 343

图表19-24	2005年1-6月对设限产品（欧盟20类床单桌布）出口情况	单位：美元	344
图表12-25	2005年1-6月出口增幅较快的国家	单位：美元	344
图表19-26	2005年1-6月家纺产品出口金额前五个省（市）统计表	单位：美元	345
图表19-27	2005年中国纺织全行业出口百强企业名单		348
图表19-28	2005年10月纺织类重点商品出口量		351
图表19-29	2006年1-5月家纺产品进出口情况		352
图表19-30	2006年1-5月家用纺织品出口主要市场对原配额地区(美国、欧盟)出口情况		352
图表19-31	2005年中国纺织全行业销售收入百强企业名单		352
图表19-32	2005年中国麻纺行业销售收入前40名		356
图表19-33	2005年中国针织行业销售收入前50名		357
图表19-34	2005年中国印染行业销售收入前50名		359
图表19-35	2005年中国毛纺织行业销售收入前50名		361
图表19-36	2005年中国丝绸行业销售收入前30名		363
图表19-37	2005年中国化纤行业销售收入前50名		364
图表19-38	2005年中国棉纺织行业销售收入前50名		366
图表19-39	2005年中国纺机行业销售收入前50名		368
图表19-40	2005年中国纺织各行业竞争力排名		369
图表21-1	余杭区家纺行业实现产值表	单位：亿元	397
图表21-2	海宁市家纺行业总产值	单位：亿元	403
图表22-1	消费者通常购买的家用纺织品价格调查结果		407
图表22-2	家纺产品消费量调查		410
图表22-3	家纺产品满意度调查		411
图表22-4	家纺产品重视度调查		412
图表22-5	家纺产品担忧度调查		412
图表22-6	家纺产品一次性投入调查		413
图表22-7	家纺产品消费者购买计划调查		414
图表22-8	家纺产品购买场所调查		414
图表22-9	能够接受产品价格的各地区消费者比较		415
图表22-10	各地区消费者对家纺产品舒适度比较		416
图表22-11	各地区消费者对家纺产品健康观念比较		417
图表22-12	消费者购买家纺产品时辨别品牌的要素		417

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47632.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专业提供投资咨询报告、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。