

2021-2026年中国家纺行业投资分析及发展战略研究咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国家纺行业投资分析及发展战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/light/663192.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

2020年315晚会曝光了河北保定高阳的毛巾生产企业使用“黑心棉”生产每天与亲密接触使用的毛巾，甚至是婴幼儿的衣服。引起了社会各界的广泛关注，其中毛巾行业这一小众却市场需求广泛的产业也逐渐进入市场的视野。长期以来毛巾由于附加值偏低以及生产简单因而不受到市场的重视，特别是毛巾本身在过去的消费频率不高，即使是现在我国毛巾人均年消费量仅为西方国家的五分之一。通常由于毛巾价值较小，又为日用消耗品，消费者选购时对质量的关注不高，但是在家纺领域毛巾的地位依然较为重要，以出口数据为例，2019我国家纺出口七大类产品中毛巾占出口总额的6.28%。

2019年我国家纺行业产品出口结构

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。

报告目录：

第一章 家纺行业发展概述

第一节 家纺定义及分类

- 一、家纺的定义及分类
- 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形成原因剖析
- 五、中国应加强传统艺术在家纺设计中的应用
- 六、家纺设计知识产权的保护对策

第二章 世界家纺产业运行态势分析

第一节 2016-2020年世界家纺产业发展概况分析

- 一、世界家纺行业发展现状分析
- 二、世界家纺市场需求情况分析
- 三、世界家纺品六大趋势预测

第二节 2016-2020年世界主要国家家纺市场发展状况分析

一、美国家纺消费出现新动向

二、法国家纺生产状况概述

三、韩国家纺流行趋势预测

四、日本家纺市场发展概况

第三节 2021-2026年世界家纺产业趋势预测分析

第三章 2016-2020年中国家纺行业发展环境解析

第一节 中国经济环境分析

第二节 中国家纺政策法规分析

一、纺织行业标准

二、《家纺》标准

三、家纺行业相关政策

四、家纺进出口政策

第三节 中国家纺社会环境分析

第四章 2016-2020年中国家纺行业市场发展现状分析

第一节 2016-2020年中国家纺行业发展现状分析

一、家纺行业发展概况

二、家纺市场生产

三、家纺消费现状调研

第二节 2016-2020年中国家纺行业运行态势分析

一、众多家纺企业加入轻纺城纺织创意行业

二、家纺企业自我调节

三、家纺企业必须建立长期的发展规划

第三节 2016-2020年中国家纺行业发展面临问题及对策分析

第五章 2016-2020年中国家纺市场供需分析

第一节 2016-2020年中国家纺市场发展动态分析

一、家纺产品竞争格局分析

与国外相比国内的毛巾更换频率在过去一直偏低，国内对毛巾使用的淘汰过程也比较漫长，一条优质毛巾的使用寿命能长达二三年，消费者甚至在毛巾损坏不能洗脸时还要将之改为抹布用。在国外，毛巾则被视为是日常快速易耗消费品，一般而言国外的人均使用量是国内的五倍以上。这就导致实际上本应该做到“薄利多销 葫 鮠 蜆 k疊黻仿 舌跽 念 年上游原材料价格上升的影响，2018-2019年我国毛巾行业利润率从4.72%下降到0.77%，整个毛巾行业几乎面临无利可图的境地。

2018-2019年家纺行业内细分市场企业利润率变化

二、家纺业旅游习惯转变催生新商机

三、家纺产品缺乏设计影响市场拓展

四、家纺市场新品流行看点展示

第二节 2016-2020年中国主要地区家纺发展格局分析

一、安徽

二、浙江温州

三、浙江海宁

四、江苏南通

五、大连

六、长沙

第三节 2016-2020年中国其他地区家纺产业发展状况分析

一、山东滨州家纺工业发展情况分析

二、山东文登家纺行业发展的优势分析

三、浙江余杭积极建设国际家纺基地

四、浙江绍兴家纺的品牌化进展

第六章 2016-2020年中国家纺行业市场营销战略分析

第一节 家纺企业营销分析

一、家纺市场营销现状调研

二、家纺成功品牌三种动力

三、家纺企业营销战略研究

1、产品策略

2、定价策略

3、分销渠道策略

4、促销策略

第二节 家纺营销渠道分析

一、家纺销售渠道构成

二、家纺营销渠道选择和问题

第三节 家纺营销策略分析

一、连锁经营的“集中一点”策略

二、连锁经营的促销策略

三、连锁经营的渠道策略

四、连锁经营物流配送与管理实施策略

第四节 家纺企业网络营销分析

一、网络营销策划分析

二、网络新闻发布分析

三、网络活动宣传/品牌招商分析

四、搜索引擎优化分析

五、危机家纺管理分析

第五节 2016-2020年中国家纺企业成功营销策略解读

一、专卖店营销：最传统务实的营销方法

二、广告营销：美丽女星用什么品牌的家纺产品

三、体育营销：健康文化与情感共鸣

四、电子商务营销：最省钱最具趋势预测的营销方法

五、主题营销：放大商品的卖点

六、整体家居营销：新型销售模式，一站式购物的完美体验

七、路演营销：提高品牌美誉度

第六节 2016-2020年中国家纺企业市场新营销模式解析

一、美得妮家纺实现蓝海战略分析

二、路演营销：家纺品牌突围的又一探索

三、罗莱家纺多渠道模式分析

第七章 2020年中国家纺消费市场运营状况分析及销售模式分析

第一节 2020年中国家纺消费者特征分析

一、性别结构分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

四、职业结构分析

五、收入结构分析

第二节 2020年中国家纺消费者对家纺的选择分析

一、消费者对家纺种类的选择

二、消费者对家纺色彩的选择

三、消费者对家纺面料的选择

第三节 2020年中国家纺行业影响消费者选购因素分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、时尚创新的影响程度

第四节 2020年中国家纺市场消费者费渠道分析

一、大型商场、百货公司

三、批发市场

四、网络商店

第八章 2016-2020年中国纺织行业主要数据监测分析

第一节 2016-2020年中国纺织行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2020年中国纺织行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2016-2020年中国纺织行业产值分析

一、产成品增长分析

1、服装行业

2、无纺布（无纺织物）行业

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2016-2020年中国纺织行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2016-2020年中国纺织行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

1、销售毛利率

2、销售利润率

3、资产收益率

第九章 2016-2020年中国家纺及相关产品进出口数据分析

第一节 2016-2020年中国地毯及纺织材料的其他铺地制品进出口贸易分析

一、地毯及纺织材料的其他铺地制品进出口量值

1、进口

2、出口

二、地毯及纺织材料的其他铺地制品进出口单价

1、进口

2、出口

三、地毯及纺织材料的其他铺地制品主要进出口国家及地区

1、进口

2、出口

四、地毯及纺织材料的其他铺地制品进出口省市分析

1、进口

2、出口

第二节 2016-2020年中国毛巾织物及类似的毛圈布；簇绒织物进出口贸易分析

一、毛巾织物及类似的毛圈布；簇绒织物进出口量值

1、进口

2、出口

二、毛巾织物及类似的毛圈布；簇绒织物进出口单价

1、进口

2、出口

三、毛巾织物及类似的毛圈布；簇绒织物主要进出口国家及地区

1、进口

2、出口

四、毛巾织物及类似的毛圈布；簇绒织物进出口省市分析

1、进口

2、出口

第三节 2016-2020年中国纺织材料与胎料组合制被褥状纺织品进出口贸易分析

一、纺织材料与胎料组合制被褥状纺织品进出口量值

1、进口

2、出口

二、纺织材料与胎料组合制被褥状纺织品进出口单价

1、进口

2、出口

三、纺织材料与胎料组合制被褥状纺织品主要进出口国家及地区

1、进口

2、出口

四、纺织材料与胎料组合制被褥状纺织品进出口省市分析

1、进口

2、出口

第十章 中国家纺行业细分产品行业市场发展概况解析

第一节 婚庆家纺

一、婚庆家纺市场日渐火热

二、婚庆床品颜色日益丰富

三、影响婚庆家纺消费的因素

四、家纺忽略中低档婚庆产品的设计开发

第二节 儿童家纺

一、儿童家纺成为市场新宠

二、儿童家纺市场的问题

三、婴幼儿家纺市场有待开发

四、婴幼儿家纺市场消费空间巨大

第三节 功能性家纺

一、中国功能性家纺开发情况分析

二、功能性家纺产品有虚假宣传的嫌疑

三、发展功能性家纺注意的事项

四、功能性家纺产品的市场开发策略

第十一章 2020年中国床上用品行业市场供需分析

第一节 2020年床上用品市场发展情况分析

一、国内床品市场现有品牌概述

二、床上用品消费观念的更新

三、床上用品的需求分析

1、影响床上用品需求的两大根本因素

2、床上用品需求的发展趋势预测分析

四、中国床上用品销售渠道分析

1、大型百货商场里的店中店

2、品牌专卖店

第二节 2020年中国床上用品竞争状况分析

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

第三节 2021-2026年中国床上用品发展的前景及趋势预测分析

一、国内床上用品渠道发展趋势预测分析

二、床上用品的流行趋势预测

三、中国床上用品的开发方向

第十二章 中国毛巾市场运行情况分析

第一节 国际毛巾市场概况

一、国际毛巾市场产品的新变化

二、法国毛巾市场消费情况分析

三、俄罗斯毛巾市场发展情况分析

第二节 2016-2020年中国毛巾行业发展情况分析

一、中国毛巾行业发展迅速

二、中国毛巾行业发展的有利因素

三、国内毛巾市场消费的主要特点

四、中国涉足美国棉质毛巾高端产品市场

第三节 中国毛巾出口状况分析

一、中国毛巾出口数量及金额分析

1、出口数量

2、出口金额

二、中国毛巾主要出口市场分析

三、国内主要地区毛巾出口情况分析

四、中国不同所有制毛巾企业出口状况比较

第四节 2016-2020年中国毛巾行业存在的问题及对策

一、劣质毛巾存在安全隐患

二、毛巾行业发展中面临的问题

三、毛巾外销市场的困局

四、毛巾品牌导入和市场细分策略

1、毛巾进入品牌导入期

2、毛巾需求进入创新细分时代

五、加强毛巾市场竞争力的策略

第五节 2021-2026年中国毛巾市场前景及趋势预测分析

一、中国毛巾市场发展潜力巨大

二、消费观念升级将带动毛巾市场发展

三、毛巾市场的发展趋势预测

1、绿色环保

2、产品应具有较高的品质

3、注重产品的功能性

4、产品的装饰性

第十三章 2016-2020年中国家纺行业市场竞争格局分析

第一节 2020年中国家纺行业竞争集中度分析

一、家纺生产企业集中度分析

二、家纺市场集中度分析

第二节 2020年中国家纺行业竞争结构分析

一、家纺种类品牌竞争

二、家纺技术创新竞争

三、家纺销售渠道竞争

第三节 2020年中国家纺区域市场格局分析

一、北京家纺市场竞争状况分析

二、上海家纺市场竞争状况分析

三、广东家纺市场竞争状况分析

第四节 2016-2020年中国家纺企业提升竞争力策略分析

第十四章 中国家纺部分企业分析

第一节 孚日集团股份有限公司

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

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 罗莱生活科技股份有限公司

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

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 上海水星家用纺织品股份有限公司

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 宁波博洋控股集团有限公司

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 湖南梦洁家纺股份有限公司

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 紫罗兰家纺科技股份有限公司

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 江苏凯盛家用纺织品有限公司

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 常熟富安娜家饰用品有限公司

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 宁波人丰家纺有限公司

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

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 江苏堂皇家纺有限公司

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

第十五章 2021-2026年中国家纺行业趋势预测及趋势预测分析

第一节 2021-2026年中国家纺行业市场运行趋势预测

一、家纺行业发展趋势预测

二、家纺细分市场发展趋势预测

第二节 2021-2026年中国家纺行业市场预测分析

一、行业现状分析

二、产品进出口预测分析

1、进口预测分析

2、出口预测分析

三、市场竞争格局预测分析

第三节 2021-2026年中国家纺行业市场盈利预测分析

第十六章 2021-2026年中国家纺行业投资机会与风险预警

第一节 2021-2026年中国家纺投资机会分析

一、家纺产业投资吸引力分析(AKLSW)

二、家纺产业投资区域分析

第二节 2021-2026年中国家纺投资前景预警

一、行业竞争风险预警

二、市场环境风险预警

三、原材料风险预警

四、进入退出风险预警

第三节 行业建议

图表目录：

图表1：2016-2020年中国国内生产总值统计分析

图表2：2016-2020年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表3：2016-2020年中国社会消费品零售总额分析

图表4：2016-2020年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表5：2016-2020年中国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表6：2016-2020年固定资产投资到位资金同比增速

图表7：影响家纺消费的主要因素

图表8：2020年中国家纺消费者性别结构分析

图表9：2020年中国家纺消费者年龄结构分析

图表10：2020年中国家纺消费者学历结构分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/light/663192.html>