

# 2018年中国家纺市场分析报告- 行业深度分析与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国家纺市场分析报告-行业深度分析与发展前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/340472340472.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

我国《家用纺织品行业“十三五”发展指导意见》明确指出，十三五期间要实施增品种、提品质、创品牌为内容的“三品战略”。未来的家用纺织品发展，内容（产品+服务）本身的强化和转化产出是必由之路，赋予产品新的品质意义，精细化分析消费需求、精准营销，完善产业链前端、后端服务，在新零售新消费趋势下，不断夯实品牌基石，不断提高产品品牌生命力。

### 一、产品品牌化：需求导向，品质为先

经济发展、可支配收入提高，消费代际更迭、消费需求改变，多重因素带动整个消费文化和消费社会的进步。消费者对商品的要求，从起初的生存必须到参与社会生活所需，到差异化、表现自我再到自我探寻、充实内心。

在产品面料、材质的选择上，棉、麻、丝、毛等天然纤维的市场将更加广阔，更亲肤、更舒适的产品将更受青睐。家纺企业的主要产品套件、芯类，近年来单价提升，除了消费升级以及设计、工艺水平提高之外，原材料升级也是因素之一。

图表：天然纤维面料、材质优势

图表来源：公开资料整理

对于家用纺织品的消费，使用是显性需求，随着科技社会的发展和环保意识的深入普及，消费者将更关心通过产品传递出的隐性价值，是否健康、是否安全环保、能否交流交互、是否符合商业伦理。未来在家用纺织品的消费中，物质本身带来的愉悦感将弱化，而产品背后的生活方式输出、文化输出、价值输出才能进一步满足消费者自我探寻、自我充实的需求。目前市场上已有相关产品践行了这一趋势。

科技融合方面，2017 年度纺织十大创新产品之一的“植觉生活”生态毛巾，是生态感应技术成功产业化的产物，其采用多组份复合技术，将天然植物提取物附着在棉纤维上，运用清洁可视化的技术，避免过度使用、降低疾病感染风险。再如梦百合开发的人体健康监测床垫，内衬高灵敏度感应传感器，可实时监控睡眠过程中的心率、呼吸、体动等多个生理指标参数，并整理生成数据报告。时尚融合、文化输出方面，传统家纺企业富安娜 2017 年开启三次创业，在前期时尚艺术女装发布秀广受好评后宣布进军高端女装市场，原创艺术设计品牌调性扩展并输出。而国际奢侈品巨头 GUCCI、国际时尚品牌 Pierre Frey、Jim Thompson 等也推出东方风格家居产品。

图表：2017 年度纺织十大创新产品之一生态毛巾

图表来源：公开资料整理

图表：纺织品家居陈设

图表来源：公开资料整理

### 二、服务商品化：洞察消费全周期价值

家用纺织品市场规模在 2020 年预计将达 2424 亿元左右，同时我国 27%左右的家用

纺织品占比与发达国家 35%左右的占比还有较大差距，未来整个家用纺织品市场还有较大发展空间。由于进入门槛较低，市场参与者众多，整个家用纺织品行业的整体集中度仍不高。洞察、分析、引导消费者需求，在产品营销的基础上，通过提供家纺前周期、后周期的增值服务，输出新生活方式等方式，挖掘整个消费周期的价值，由生产型制造转型为服务型制造。

目前家用纺织品企业里，窗帘、布艺类企业竞争极为分散，鲜有市场认知度较高的品牌，产品品质参差不齐。消费者对窗帘布艺的消费习惯仍多定位为耐用品而非快消品，品牌认知度较低加上行业标准、产品规格不统一，导致消费者挑选、使用、更换等消费体验较差。目前，行业及相关企业已自定制化、成品帘、O2O 破局，推进采用柔性化装备、推进成品窗帘布艺，探索产业化、规模化经营。而床品类企业，也就是传统的家纺公司，CR10相对稳定，目前通过推进大家居业态，在已有的规模化基础上继续巩固品牌壁垒。如家纺上市公司罗莱生活的“家居生活一站式品牌零售商”战略、富安娜的“全屋艺术美家配置”战略、梦洁股份的推出的家居、居家等家纺后周期服务等。

图表：窗帘 O2O 垂直品牌万家帘品

图表来源：公开资料整理

图表：梦洁家纺后周期服务

图表来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国家纺市场分析报告-行业深度分析与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发

展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国家纺行业发展概述

#### 第一节 家纺行业发展情况概述

- 一、家纺行业相关定义
- 二、家纺行业基本情况介绍
- 三、家纺行业发展特点分析

#### 第二节 中国家纺行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家纺行业产业链条分析
- 三、中国家纺行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

#### 第三节 中国家纺行业生命周期分析

- 一、家纺行业生命周期理论概述
- 二、家纺行业所属的生命周期分析

#### 第四节 家纺行业经济指标分析

- 一、家纺行业的赢利性分析
- 二、家纺行业的经济周期分析
- 三、家纺行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 国中家纺行业进入壁垒分析

- 一、家纺行业资金壁垒分析
- 二、家纺行业技术壁垒分析
- 三、家纺行业人才壁垒分析
- 四、家纺行业品牌壁垒分析
- 五、家纺行业其他壁垒分析

### 第二章 2016-2018年全球家纺行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球家纺行业发展历程回顾

#### 第二节 全球家纺行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲家纺行业地区市场分析

- 一、亚洲家纺行业市场现状分析
- 二、亚洲家纺行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲家纺行业市场前景分析

#### 第四节 北美家纺行业地区市场分析

- 一、北美家纺行业市场现状分析

## 二、北美家纺行业市场规模与市场需求分析

### 三、北美家纺行业市场前景分析

## 第五节 欧盟家纺行业地区市场分析

### 一、欧盟家纺行业市场现状分析

### 二、欧盟家纺行业市场规模与市场需求分析

### 三、欧盟家纺行业市场前景分析

## 第六节 2018-2024年世界家纺行业分布走势预测

## 第七节 2018-2024年全球家纺行业市场规模预测

## 第三章 中国家纺产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

#### 三、社会固定资产投资分析

#### 四、全社会消费品家纺总额

#### 五、城乡居民收入增长分析

#### 六、居民消费价格变化分析

#### 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国家纺行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国家纺产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

## 第四章 中国家纺行业运行情况

### 第一节 中国家纺行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国家纺行业市场规模分析

### 第三节 中国家纺行业供应情况分析

### 第四节 中国家纺行业需求情况分析

### 第五节 中国家纺行业供需平衡分析

## 第六节 中国家纺行业发展趋势分析

### 第五章 中国家纺所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国家纺所属行业总体规模分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、行业资产规模分析

#### 第二节 中国家纺所属行业产销与费用分析

##### 一、流动资产

##### 二、销售收入分析

##### 三、负债分析

##### 四、利润规模分析

##### 五、产值分析

#### 第三节 中国家纺所属行业财务指标分析

##### 一、行业盈利能力分析

##### 二、行业偿债能力分析

##### 三、行业营运能力分析

##### 四、行业发展能力分析

### 第六章 2016-2018年中国家纺市场格局分析

#### 第一节 中国家纺行业竞争现状分析

##### 一、中国家纺行业竞争情况分析

##### 二、中国家纺行业主要品牌分析

#### 第二节 中国家纺行业集中度分析

##### 一、中国家纺行业市场集中度分析

##### 二、中国家纺行业企业集中度分析

#### 第三节 中国家纺行业存在的问题

#### 第四节 中国家纺行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国家纺行业竞争力分析

##### 一、生产要素

##### 二、需求条件

##### 三、支援与相关产业

##### 四、企业战略、结构与竞争状态

##### 五、政府的作用

### 第七章 2016-2018年中国家纺行业需求特点与价格走势分析

#### 第一节 中国家纺行业消费特点

#### 第二节 中国家纺行业消费偏好分析

##### 一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 家纺行业成本分析

第四节 家纺行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国家纺行业价格现状分析

第六节 中国家纺行业平均价格走势预测

一、中国家纺行业价格影响因素

二、中国家纺行业平均价格走势预测

三、中国家纺行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国家纺行业区域市场现状分析

第一节 中国家纺行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区家纺市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家纺市场规模分析

四、华东地区家纺市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区家纺市场规模分析

四、华中地区家纺市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区家纺市场规模分析

第九章 2016-2018年中国家纺行业竞争情况

第一节 中国家纺行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析



四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国家纺行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国家纺行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 家纺行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

## 二、主营产品

## 三、运营情况

### 1、主要经济指标情况

### 2、企业盈利能力分析

### 3、企业偿债能力分析

### 4、企业运营能力分析

### 5、企业成长能力分析

## 四、公司优劣势分析

## 第四节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

## 四、公司优劣势分析

## 第五节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

## 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2018-2024年中国家纺行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国家纺行业未来发展前景分析

#### 一、家纺行业国内投资环境分析

#### 二、中国家纺行业市场机会分析

#### 三、中国家纺行业投资增速预测

### 第二节 中国家纺行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国家纺行业市场发展预测

一、中国家纺行业市场规模预测

二、中国家纺行业市场规模增速预测

三、中国家纺行业产值规模预测

四、中国家纺行业产值增速预测

五、中国家纺行业供需情况预测

第四节中国家纺行业盈利走势预测

一、中国家纺行业毛利润同比增速预测

二、中国家纺行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国家纺行业投资风险与营销分析

第一节 家纺行业投资风险分析

一、家纺行业政策风险分析

二、家纺行业技术风险分析

三、家纺行业竞争风险分析

四、家纺行业其他风险分析

第二节 家纺行业企业经营发展分析及建议

一、家纺行业经营模式

二、家纺行业销售模式

三、家纺行业创新方向

第三节 家纺行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国家纺行业发展策略及投资建议

第一节 中国家纺行业品牌战略分析

一、家纺企业品牌的重要性

二、家纺企业实施品牌战略的意义

三、家纺企业品牌的现状分析

四、家纺企业的品牌战略

五、家纺品牌战略管理的策略

第二节 中国家纺行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

## 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国家纺行业战略综合规划分析

#### 一、战略综合规划

#### 二、技术开发战略

#### 三、业务组合战略

#### 四、区域战略规划

#### 五、产业战略规划

#### 六、营销品牌战略

#### 七、竞争战略规划

## 第十四章 2018-2024年中国家纺行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国家纺行业产品策略分析

#### 一、服务产品开发策略

#### 二、市场细分策略

#### 三、目标市场的选择

### 第二节 中国家纺行业定价策略分析

### 第三节 中国家纺行业营销渠道策略

#### 一、家纺行业渠道选择策略

#### 二、家纺行业营销策略

### 第四节 中国家纺行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国家纺行业重点投资区域分析

#### 二、中国家纺行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/340472340472.html>