

2018年中国家用纺织品市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国家用纺织品市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/347885347885.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

家用纺织品原指装饰织物，近年来装饰织物通过强调居家使用而产生了家用纺织品的概念。它包括除服装和工程用纺织品以外的所有纺织品。与服装、产业用纺织品比较，家用纺织品门幅相对宽大，注重色彩与花型，织造工艺多样，在风格与设计上注重色彩与花型的设计，强调家饰统一协调。家用纺织产品在居室装饰配套中被称为“软装饰”，它在营造氛围与环境转换中有着决定性的作用。

作为民生工业的家用纺织品行业在我国已有百年历史，几经兴衰，从 2000 年进入快速发展时期，全社会家纺行业产值年增长率在 20% 以上。

按照行业发展的阶段划分，2002 年之前属于起步阶段，进入门槛和技术含量低、供给单一、款式简单；2013 年至今家纺行业进入快速成长阶段，该阶段供应链与营销网络粗放式管理，市场集中度仍较低，形成了相关品牌，但数量有限。

家用纺织品业的基本原材料为棉花和化学纤维，其中化学纤维以涤纶为主，行业直接原材料为坯布、成品布和填充料，故上游行业为面、辅料行业及相关产品的生产加工行业

家用纺织品行业的产业链 资料来源：观研天下数据中心整理

当前，家纺用品已开始从功能单一的日常生活必需品，逐渐成为人们改善生活质量、美化家居环境的重要手段，消费者对家纺用品的品牌、设计等产品附加价值给予更多的关注，也更加重视产品所带来的时尚潮流、感官体验等心理性要素。家纺用品的平均使用年限开始缩短，消费者逐渐习惯根据季节、气候、家饰搭配、家居风格等方面的因素对家纺用品进行定期的更新换代，结合住房条件的改善、婚庆市场的发展、旅游行业的兴盛等多因素的作用，家纺用品市场容量迅速扩容，特别是广大二、三线城市市场发展迅猛，行业发展前景广阔。

我国家用纺织品行业市场发展潜力较大，但仍需进一步优化行业结构，未来一段时间内，行业发展阶段将逐步从快速发展阶段向稳定发展阶段过渡，在该进程中，家用纺织品行业的发展趋势可概括为以下几个方面：

（1）行业集中度上升

从整个行业的角度看，中国家纺行业的行业集中度非常低，整个行业有近 2 万家企业，但是众多企业中有创新、产品研发能力强、资本优势强、人才素质高、多品牌、多渠道运营

的企业少之又少。而美国家纺市场行业相对比较集中，零售市场主要集中在 Wal-Mart、JC Penney、Target、BedBath & Beyond、Macys、Costco、Bloomingdale s 等渠道中，美国百货零售业存在很多专业的买手，这种采购模式使得产品的个性风格、品牌定位、价格高低由采购商自己确定，极大限度地避免了家纺市场上的同质化竞争。消费者根据自身的需求，选择适合自己的设计风格、不同价位、方便快捷的渠道来购买产品。而目前的中国家纺市场，单一渠道系统基本都是由 10 个左右的相同品牌聚成的，市场上流行的产品，品牌风格雷同，设计相似，互相抄袭严重，价格战惨烈，绝大多数品牌都是每季甚至是每天都在做促销活动，不能满足不同消费者的需求差异。

中国家纺产品设计研发不能体现自身文化追求，创新思维的中国家纺企业和产品更是凤毛麟角。可以预见的是，未来 5~10 年，更多的家纺品牌面临被洗牌、被兼并、被收购、被迫转型或关停。

（2）线上线下渠道相结合

在我国家纺行业，渠道为王已成为不争的事实，目前来看，主要家纺品牌均已实现全国布局，专卖店覆盖国内主要的一线、二线甚至三、四线城市，然而相对于线下成熟的市场格局，线上市场则处于渠道建设初期，这成为我国家纺行业进一步整合和跃迁的关键。家纺企业需把握行业渠道蜕变的关键期，借助电子商务，优化渠道布局，实现跨越式发展。

电商销售、线上与线下优势结合（O2O），随着移动商务技术、大数据技术的日益成熟和推广，家纺产品可能会迎来更新更大的销售增长机会。

电子商务作为对传统销售渠道的一个重要补充，越来越多的消费者，特别是80后、90后的年轻消费群体成为这一新渠道的消费主力。从家纺产品在网络市场的销售状况来看，电商渠道成为蚕食传统家纺渠道的重要力量。

（3）功能化、时尚化

所谓功能化家纺产品是指具有特殊功能的纺织品，比如安全阻燃功能、自动调节温湿度的功能、吸湿透气的人性化功能以及卫生保健功能等等。实际上，目前我国的功能性家纺主要还是集中在卫生保健功效方面，比如抗菌、防臭、抗螨的产品以及健康睡眠寝室用品等。与此同时，家纺自主品牌的产品属性也在发生变化，从最初强调单一的实用性转向融合功能、时尚和健康等元素的更为丰富、多元的特征。

观研天下发布的《2018年中国家用纺织品市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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。

第一章 家纺行业相关概述

第一节 家纺相关介绍

- 一、家纺的含义及分类分析
- 二、毛巾的定义及分类分析
- 三、床上用品的定义及分类

第二节 功能性家纺相关介绍

- 一、功能性家纺概念
- 二、功能性家纺分类
 - （一）防螨抗菌类家用纺织品
 - （二）药物保健类家用纺织品
 - （三）芳香家用纺织品

第三节 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、家纺设计对家纺品牌的影响分析

四、家纺设计存在的问题及形成原因

五、加强传统艺术在家纺设计中应用

六、家纺设计知识产权保护对策分析

第四节 家纺行业特征分析

一、家纺行业产业链分析

二、家纺行业技术水平分析

三、家纺行业经营特点分析

四、家纺行业进入壁垒分析

第二章 2016-2018年中国家纺行业发展环境分析

第一节 2016-2018年功能性家纺行业经济环境分析

一、2016-2018年中国GDP增长情况分析

二、2016-2018年工业经济发展形势分析

三、2016-2018年社会固定资产投资分析

四、2016-2018年全社会消费品零售总额

五、2016-2018年对外贸易发展形势分析

第二节 功能性家纺行业政策发展环境分析

一、家用纺织业监管部门及体制

二、家用纺织行业相关国家标准

（一）纺织品基本安全规范

（二）家纺纺织品床品标准

（三）家纺纺织品布艺标准

（四）家纺纺织品毛巾标准

第三节 功能性家纺行业社会发展环境分析

一、人口总数及增长情况

二、城乡居民收入与消费

三、城镇化率的发展进程

四、房地产市场运行情况

第四节 功能性家纺行业技术发展环境分析

一、纺织技术发展分析

（一）纺织技术发展特点

（二）纺织技术发展方向

二、家纺用品功能整理技术

（一）家纺用品芳香整理技术

- (二) 家纺品远红外整理技术
- (三) 家纺用品纳米整理技术

第三章 2016-2018年中国家纺行业发展分析

第一节 中国家纺行业运行概况

- 一、家纺行业发展历程回顾
- 二、家纺行业发展现状分析
- 三、家纺行业竞争格局分析
- 四、中国家纺现有品牌概述
- 五、家纺品牌运行态势分析

第二节 2016-2018年中国家纺行业发展规模统计

- 一、家用纺织品行业概况
- 二、企业数量增长分析
- 三、资产规模增长分析
- 四、销售规模增长分析
- 五、利润规模增长分析

第三节 中国家纺产业集群调研分析

- 一、家纺业集群调研概况
- 二、2016-2018年集群运行态势
- 三、集群产业发展问题分析
- 四、集群产业发展策略分析

第四节 中国家纺行业发展问题及对策

- 一、家纺行业发展问题分析
- 二、家纺企业发展问题分析
- 三、家纺产品技术创新问题
- 四、家纺产品竞争力的问题
- 五、家纺行业健康发展对策

第四章 功能性家纺行业发展运行分析

第一节 功能性家纺产品基本情况

- 一、中国功能性家纺开发状况
- 二、功能性家纺产品原料功效
- 三、功能性床上用品分类情况

第二节 功能性家纺市场发展现状分析

- 一、功能化是家纺产品的根本

二、功能性家纺市场发展现状

三、功能性面料市场应用情况

四、功能性家纺市场销售情况

五、功能性床上用品热卖单品

第三节 功能性家纺产品竞争分析

一、功能性家纺品牌竞争现状

二、功能性家纺产品竞争结构

（一）行业现有企业间的竞争

（二）行业新进入者威胁分析

（三）替代产品或服务的威胁

（四）上游供应商讨价还价能力

（五）下游用户讨价还价的能力

三、功能性家纺产品竞争策略

（一）功能性家纺产品竞争根本

（二）功能性家纺产品竞争侧重

第四节 功能性家纺业问题及对策

一、功能性家纺行业现存问题

二、功能性家纺企业问题解决之道

三、功能性家纺企业发展建议

第五章 功能性家纺行业消费者调研分析

第一节 家纺消费者消费总体情况

一、影响家纺消费个人因素

二、影响家纺消费外部因素

三、家纺消费群体行为分析

四、家纺店消费者购物心理

第二节 功能性家纺消费者调研基本情况

一、本次调研的基本说明

二、调研消费者性别比例

三、调研消费者年龄分布

四、调研消费者收入情况

第三节 功能性家纺消费者消费需求调研

一、不健康睡眠现象分布

二、不健康睡眠解决意向

三、功能性家纺消费需求

四、功能性家纺购买因素

五、功能性家纺主流消费群体

第四节 功能性床上用品消费者消费调研

一、功能性床上用品的消费群体

二、功能性床上用品购买经历调查

三、对功能性床上用品的认知情况

四、获取功能性床上用品信息的途径

五、对功能性床上用品的需求情况

第六章 功能性家纺行业市场营销分析

第一节 功能性家纺市场营销渠道分析

一、百货商场

二、专卖店

三、超市

四、网购

第二节 功能性家纺营销问题及策略

一、功能性家纺营销现存问题

二、功能性家纺产品营销策略

（一）功能性家纺的营销模式

（二）功能性家纺的体验营销

（三）功能性家纺体验式平台搭建

第三节 功能性家纺企业营销发展趋势

一、战略营销

二、精确营销

三、服务营销

四、网络营销

第七章 2016-2018年中国功能性家纺重点企业分析

第一节 孚日集团股份有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业发展前景分析

第二节 罗莱家纺股份有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业发展前景分析

第三节 湖南梦洁家纺股份有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业发展前景分析

第四节 宁波维科精华集团股份有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业发展前景分析

第五节 深圳市富安娜家居用品股份有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业发展前景分析

第六节 山东济宁如意毛纺织股份有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业发展前景分析

第七节 南方寝饰用品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业最新发展动态

第八节 香港雅兰集团

一、公司基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业销售网络分析

第九节 杭州艺之龙纺织有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业销售网络分析

第十节 宁波博洋家纺有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售网络分析
- 第十一节 紫罗兰家纺
- 一、公司基本情况概述
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业竞争优势分析
- 五、企业营销网络分析

第八章 2018-2024年功能性家纺行业前景及投资建议

第一节 2018-2024年家纺行业发展前景预测

- 一、中国家纺行业前景展望
- 二、家纺产品发展趋势分析
- 三、家用纺织“十三五”规划
- （一）发展目标
- （二）主要任务

第二节 2018-2024年功能性家纺行业发展前景预测

- 一、功能性家纺未来发展机会和威胁
- （一）功能性家纺市场机会
- （二）功能性家纺发展威胁
- 二、功能性家纺产品市场发展潜力
- 三、功能性家纺产品发展趋势预测

第三节 2018-2024年功能性家纺行业投资机会及建议

- 一、中国家纺行业投资环境分析
- 二、中国家纺行业投资前景分析
- 三、功能性家纺行业投资吸引力
- 四、功能性家纺行业投资建议（FSW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/347885347885.html>