

# 2021年中国纺织产业分析报告- 市场深度分析与投资商机研究

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《2021年中国纺织产业分析报告-市场深度分析与投资商机研究》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/531938531938.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

2019年，世界经济经历重大挑战，贸易环境恶化，制造业活动减弱，多数经济指标创下2008年国际金融危机以来新低。我国国民经济运行总体仍保持在合理区间，但困难和挑战明显增多，下行压力持续增大。在市场需求趋弱和贸易风险上升的背景下，纺织行业保持平稳运行的压力明显加大，供需两端增长均持续放缓，投资增长动力不足，效益水平下滑。

根据中国纺织工业联合会产业经济研究院纺织企业景气指数报告，2019年，我国纺织行业景气度总体保持在50以上的扩张区间。随着国内外市场需求不足，中美贸易摩擦等压力逐步向生产及投资领域传导，我国纺织行业前三季度景气指数呈现稳中趋降态势。四季度受传统节假日临近、中美贸易摩擦阶段性缓和以及出口订单略有好转等因素影响，企业信心有所回暖。2019年四季度纺织行业景气指数为55.2，较三季度回升3.3个点，达到全年最高值。

2019年，受宏观经济运行压力加大、居民消费结构调整等因素影响，我国纺织服装内销增速较2018年有所放缓。根据国家统计局数据2019年，全国限额以上服装鞋帽、针纺织品类商品零售额同比增长2.96%，增速较2018年放缓5.1个百分点，低于同期限额以上单位商品零售增速0.8个百分点。社交平台、短视频直播带货等新型商业模式方兴未艾、网络下沉市场空间较大，带动服装线上渠道销售仍然保持两位数增长。但与2018年相比较增速仍有所下降。2019年，全国网上穿着类商品零售额同比增长15.4%，增速较2018年放缓6.6个百分点。

由于全球经济复苏动力减弱，贸易环境不确定性增多等因素，我国纺织行业出口压力较2018年明显加大。根据中国海关数据，2019年我国纺织品服装出口总额为2807亿美元，同比减少1.5%，增速较2018年放缓5.3个百分点。纺织行业出口呈现“价跌量稳”态势，2019年我国纺织品服装出口价格同比降低1.9%，主要是受到人民币兑美元汇率走低影响；出口数量同比微增0.3%，表明在贸易环境风险上升的情况下，出口产品竞争力大体保持稳定。

纺织行业出口产品结构加速调整。受成本提升影响，我国服装出口呈现下降态势，2019年出口额为1534.5亿美元，同比减少4%，占纺织品服装出口总额的比重从2018年55.9%下降至54.7%。纱线、织物、制成品出口竞争力不断提升，成为纺织行业出口增长主动力，2019年出口额达1272.5亿美元，同比增长1.4%，占纺织品服装出口总额的比重提高到45.3%。我国纺织品服装出口市场多元化趋势仍在延续，对传统市场出口规模下降，对新兴市场出口表现更为积极。2019年，我国对美国、欧盟、日本纺织品服装出口金额同比分别下降6.6%、4.4%和4.6%，三大传统主销市场在出口总额中所占比重已下降至41.9%，低于2018年1

.7个百分点。我国对“一带一路”沿线国家和地区纺织品服装出口额同比增长3.7%，占我国纺织品服装出口总额的比重为35.6%，较2018年提高1.7个百分点。

在内外市场销售放缓的情况下，我国纺织行业生产总体保持低速增长态势。根据国家统计局数据2019年，全国规模以上纺织企业工业增加值同比增长2.46，增速较2018年放缓0.5个百分点。产业链大部分环节生产增速放缓，终端行业由于内外市场需求疲弱而承压更为明显。毛纺织、丝绸行业由于2018年基数较低，2019年工业增加值增速有所回升，同比增速分别为1.96和3.9%，分别高于2018年3.2和7.4个百分点。化纤行业由于新增产能较多，2019年工业增加值增速达到11.9%，较2018年提高4.3个百分点。

2019年我国纺织规模以上企业分行业工业增加值增速 数据来源：国家统计局

主要大类产品中，纱、布及服装产量同比有所减少，其他产品产量均实现增长。根据国家统计局数据，2019年全社会纱产量为2892.1万吨，同比下降6.1%，但增速较2018年回升1.2个百分点；布产量为575.6亿米，同比下降17.6%，增速较2018年下滑12.7个百分点；全社会化纤产量为5952.8万吨，同比增长9.9%，增速较2018年加快7.2个百分点；规模以上企业服装产量为244.7亿件，同比下降3.3%，增速较2018年略回升0.1个百分点。

2019年，在市场需求疲弱、贸易环境风险上升的情况下，我国纺织行业经营压力加大，经济效益出现下滑。根据国家统计局数据，2019年全国3.5万户规模以上纺织企业实现营业收入49436.4亿元，同比减少1.5%，增速较2018年放缓4.4个百分点，实现利润总额2251.4亿元，同比减少11.6%，增速较2018年下降19.6个百分点；亏损企业亏损额达298.8亿元，同比增加45.3%，纺织各子行业中，在全产业链利润分布占比较高的棉纺织、化纤及服装行业利润总额下降明显，同比分别减少19.2%、19.8和9.8%。上述三个子行业利润减少金额占全行业利润减少金额的比重达到90%。印染、针织以及麻纺织行业利润总额实现增长，同比增速分别为5.86、0.2%和8.4%，印染和麻纺织行业利润增速分别较2018年提升5.6和12.8个百分点，针织行业增速较2018年放缓0.2个百分点。在外部压力加大的情况下，纺织企业保持运行质量稳定的难度明显增加。2019年，全国规模以上纺织企业营业收入利润率为4.6%，较2018年回落0.5个百分点；产成品库存周转率为14.9次/年，总资产周转率为1.2次/年，同比分别放缓1.8%和2.3%；三费比例为6.9%，略高于2018年0.1个百分点。行业资产负债率水平呈稳中趋降态势，2019年为55.1%，较2018年下降0.2个百分点，这一方面与企业加强财务风险防控有关，另一方面也与企业投资规模缩减、负债需求下降有关。

河南新野纺织股份有限公司是国家大型纺织骨干企业，全国520家和河南省50家重点支持企业之一，2000年通过ISO9002质量体系认证，2006年11月实现股票上市，全国功能性产品开发基地。公司共有4个生产分厂，9个直属生产车间，1个新疆原料供应基地，拥有从

德国、日本、瑞士、比利时、意大利等国引进的清梳联、精梳机、自动络筒机、转杯纺纱机、无梭织机等国际一流纺织设备和技术检测设备2000多台(套)，占公司装备总量的80%以上。主要生产和经营纯棉及混纺纱线、纯棉和混纺坯布、色织布、家用纺织品等四大系列100多个品种，年产高档织物用纱15万吨、服装面料1.5亿米。产品远销广东、江苏、福建等20多个省市和美国、欧盟、日本、韩国、香港等12个国家和地区。公司主要经济技术指标领先全国同行业先进水平，综合实力居全国同行业前10位，先后荣获“全国纺织工业先进集体”、“全国棉纺织行业竞争力前二十强企业”、“全国纺织和谐企业”等荣誉称号并被评定为“全国农业产业化龙头企业”。

公司主营业务是从事中高档棉纺织品的生产与销售，主要产品包括纱线系列产品等、坯布及面料系列产品。是国内高端棉纺织品领域的制造商之一，已逐步形成强大的技术和品牌优势。

## 1、主要产品

目前公司生产的主要产品分为纱线系列产品和坯布面料系列产品等。具体划分情况如下：

(1) 纱线系列产品：特高支纱系列（60s—200s）；功能性混纺纱线系列（16s—120s）；新型纺纱系列：包括紧密纺纱（40s—200s）、赛络纺纱（6s—60s）、紧密赛络纺纱（10s—60s）、竹节纱（6s—60s）、氨纶包芯纱（10s—80s）、气流纺纱（5s—32s）。

(2) 坯布面料系列产品：分为服装面料和家纺面料两大类。服装面料包括混纺交织系列，弹力贡缎系列，提花交织系列，纯棉府绸系列，纯棉混纺纱卡系列等（幅宽为63"—93"）；家纺面料包括高密府绸、斜纹、缎纹、缎条、缎格、提花、功能性面料产品等。

## 1、主要经济指标情况

2020年上半年河南新野纺织股份有限公司营业收入构成情况

2020/6/30

主营构成

主营收入(元)

收入比例

按行业分类

纺织行业

24.13亿

100.00%

按产品分类

纱线

15.39亿

63.77%

坯布及面料

5.57亿

23.08%

棉花

3.09亿

12.83%

其他(补充)

782.21万

0.32%

按地区分类

国内

23.07亿

95.63%

国外

1.05亿

4.37% 数据来源：公司财报

2020年三季度河南新野纺织股份有限公司主要经济指标分析

经济指标

2020-09-30

资产-摊薄/期末股数

5.2302元

每股现金流

-0.0227元

每股资本公积金

1.6483元

固定资产合计

流动资产合计

5,272,310,000.00元

资产总计

9,183,190,000.00元

长期负债合计

273,291,000.00元

主营业务收入

3,855,090,000.00元

财务费用

129,072,000.00元

净利润

163,222,000.00元 数据来源：公司财报      2、企业盈利能力分析

## 2020年三季度河南新野纺织股份有限公司盈利能力分析

盈利能力

2020-09-30

总资产利润率（%）

1.7774

主营业务利润率（%）

14.369

总资产净利润率（%）

1.7421

成本费用利润率（%）

5.4515

营业利润率（%）

4.8627

主营业务成本率（%）

85.2609

销售净利率（%）

4.2339

股本报酬率（%）

19.9833

净资产报酬率（%）

3.7506

资产报酬率（%）

1.7774

销售毛利率（%）

--

三项费用比重

6.7602

非主营比重

3.4545

主营利润比重

285.285

股息发放率（%）

--

投资收益率（%）

--

主营业务利润（元）

553937703

净资产收益率（%）

3.98

加权净资产收益率（%）

4.05

扣除非经常性损益后的净利润（元）

153595409.2 数据来源：公司财报

### 3、企业偿债能力分析

2020年三季度河南新野纺织股份有限公司偿债能力分析

偿债能力

2020-09-30

流动比率

1.1567

速动比率

0.6543

现金比率（%）

15.8242

利息支付倍数

250.4356

长期债务与营运资金比率（%）

0.0491

股东权益比率（%）

47.3899

长期负债比率（%）

0.3816

股东权益与固定资产比率（%）

--

负债与所有者权益比率（%）

111.0156

长期资产与长期资金比率（%）

89.1482

资本化比率（%）

0.7987

固定资产净值率（%）

--

资本固定化比率（%）

89.866

产权比率（%）

105.541

清算价值比率（%）

182.7388

固定资产比重（%）

--

资产负债率（%）

52.6101

总资产（元）

9183188802 数据来源：公司财报

#### 4、企业运营能力分析

2020年三季度河南新野纺织股份有限公司运营能力分析

运营能力

2020-09-30

应收账款周转率（次）

4.9051

应收账款周转天数（天）

55.0447

存货周转天数（天）

205.4013

存货周转率（次）

1.3145

固定资产周转率（次）

--

总资产周转率（次）

0.4115

总资产周转天数（天）

656.1361

流动资产周转率（次）

0.6999

流动资产周转天数（天）

385.7694

股东权益周转率（次）

0.9002 数据来源：公司财报

## 5、企业成长能力分析

2020年三季度河南新野纺织股份有限公司成长能力分析

成长能力

2020-09-30

主营业务收入增长率（%）

-8.7494

净利润增长率（%）

-16.5449

净资产增长率（%）

5.4767

总资产增长率（%）

-2.386 数据来源：公司财报

经过50年的发展，公司现已拥有棉花、纺纱、织造、染整等较为完整的产业链，在品牌影响力、研发能力、营销网络管理、装备水平、质量管理等方面形成了核心竞争力。

### 1、公司具有品牌影响力和较强的研发能力

公司坚持自主创新，依托国家级企业技术中心、河南省工程技术研究中心等技术平台，加强与科研院所、高校、战略客户和重要供应商的技术合作，长期致力于纺织前沿技术研

究，由攻克关键技术难关向掌握技术原理、制定行业标准升级转变，加强低碳、绿色、循环发展，增强企业发展的动力和活力，提升科技进步对产业发展的贡献，推动产业升级。在2019年度，中国针织工业协会授予我公司“汉凤”牌JC40s紧密赛络纺“针织用纱线推荐产品”称号。中国棉纺织行业协会授予我公司精梳纯棉紧赛纺Ne40“优质色织布用纱精品奖”称号，中国棉纺织行业协会授予我公司华珠牌纯棉本色布“最具影响力产品品牌”称号。

截至2019年12月31日公司共计获得发明专利5项，获得实用新型专利72项，获得外观设计专利39项。公司积极参与国家和行业标准的起草和制定29项，已公开发布15项（其中国家标准3项，行业标准12项）。

2、公司具有持续提升的营销网络管理能力，公司不断推进营销能力的提升，2019年启动了营销管理优化项目，进一步建立和完善以市场为导向、以消费者和客户为中心的营销体系。加大和巩固与高端客户的合作力度，重点开发潜力大的专业市场，积极推动与战略客户的合作共赢。

3、公司拥有良好的综合管理能力和高标准的质量管理体系公司自1995年起依次通过了ISO9000质量管理体系、ISO14000环境管理体、OHSAS18000职业健康安全管理体系，2007年至今公司通过了OE100和GOTS有机棉体系的认证以及CNAS国家实验室认可，OEKO-TEXSTANGARD100生态纺织品认证、BCI良好棉花注册会员，实现了公司管理的国际化、标准化和规范化。为追求卓越绩效的经营管理，更好的提高公司的绩效和能力，公司构建了“大质量”体系，推动管理创新，以确保公司的经营质量，报告期内公司推进精细化生产模式和智能工厂建设，持续优化质量管理体系，显著提升了质量管理。

#### 4、公司具有先进的生产装备优势

公司坚持实施结构调整、推动产业升级，淘汰落后生产能力，注重新技术、新装备对传统纺织业的改造和渗透，高档针织面料项目采用国际一流的印染、后整理设备及工艺，实现替代进口目标，企业的信息化、自动化水平大幅提升，为企业产业链延伸和进一步提高企业综合竞争力提供了新的动力。

#### 5、具有完善的纺织产业链和产业布局

公司拥有棉花收购加工、纺纱、织布、染整的完善产业链，并因此拥有高档纺织品生产各环节的成本优势。公司业已在河南新野、新疆等地建设高档纺织品生产基地，在全国各纺织品集散地设立了市场服务机构，充分发挥综合优势，巩固公司在棉纺织子行业的龙头地

位。在国家一带一路战略的框架下，公司相继在新疆投资20多亿元，整合了新疆的棉花收购、棉花加工、纺纱产业链，带动公司产能达到170余万锭，国家、自治区的政策优势、一带一路的区位优势给公司带来了叠加的投资效应。

纺织行业是我国的主要支柱产业，目前，我国已具有世界上规模最大、产业链较为完善的纺织工业体系，从纺织原料生产开始（包括天然和化学纤维），纺纱、织布、染整到服装及其他纺织品加工，形成了上下游衔接和配套生产，成为全球纺织品服装的第一生产国、出口国。当前，棉纺织行业进入了一个新的发展时期，这个时期是纺织行业产业升级的关键时期，行业的发展核心是推动转型升级，改变对投资驱动、要素驱动的依赖，转为依靠科技、品牌、管理、体制、机制及经营模式的创新来促进整个行业的发展。一批优势企业通过不断创新来提升竞争力。创新意识、品牌影响、新技术革命、创造力等等这些现代企业的要素正在深刻影响纺织行业的发展。从国际市场竞争环境来看，我国棉纺织行业整体水平与国际发达国家相比还存在一定差距，而且面临其他发展中国家的竞争。未来，我国纺织工业将面临发达国家在产业链高端、发展中国家在产业链低端的双重竞争。发达国家凭借技术、品牌和供应链整合的优势，占据着市场的主动地位。其他发展中国家凭借劳动力成本、资源、贸易环境等比较优势，纺织工业将会得到快速发展。

在过去20年里，全球对纺织品的需求都是呈持续增长的态势，从量上来看，在2000年，全球的60亿人口，人均纺织品消费量为8.7公斤/年；而到2019年，人均纺织品消费量则达到了14.8公斤/年，平均20年来看，世界纤维消费每年增长高达3%。随着生活水平的提高，人们对纺织行业的需求是非常大的，但传统的纺织已经不能满足人们生活发展的需求，而且人们也对产品提出了新要求，在未来，纺织行业的发展趋势主要体现在几方面：

1、原材料方向：新型化纤及天然纤维升级。从国际发展趋势及各国(美国、日本等)所研发的知识产权成果来看，新型化纤研发及天然纤维的升级利用是纺织原料研发的重点。高性能、多功能、生态化、纳米化、的复合型材料将成为主要研发方向。目前美国及日本等国家应开始了再生材料的研发，在未来，绿色环保的新型生物基纤维材料，以及纺织资源的回收和再循环利用将成为主要研发方向。

2、纺织产品方向：服饰、家纺、产业用纺织品将成为主要产品。随着我国经济的飞速发展，人们生活水平日新月异的提高，差异化、个性化，舒适度高的产品将成为主流。目前来看，我国在服饰、家纺、产业用纺织品领域都有很大发展空间，淤积在未来十年中，我国的服装类纺织品的增长速度将达到3%-5%，家用纺织品将增速6%-7%，而产业用纺织品增速将达到10%左右，目前我国纺织行业下游产品主要在于服装，家用纺织品和产业用纺织品有很大的增长空间。

3、企业方向：国际化、品牌化。随着世贸组织的加入，我国的经济与世界经济进一步接轨，参与全球的纺织产品竞争，将是我国企业的发展方向。随着国外的各种名牌产品涌入中国市场，我国的产品不再有优势，想要发展，就必须进入国际市场，目前我国的纺织品已经有三分之一进入了国际市场，这一趋势将越来越明显。但要进入国际市场，就要求我国企业提升企业自身实力，一方面需要加大企业的科技创新能力，提升企业管理水平，让企业能够拥有核心竞争力，能在市场竞争中占有一席之地；另一方面要建立自有品牌，加强品牌建设，提高企业的影响力，提高企业产品的附加值，生产高价值产品。

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国纺织产业分析报告-市场深度分析与投资商机研究》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。

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家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 2017-2020年中国纺织行业发展概述

## 第一节 纺织行业发展情况概述

- 一、纺织行业相关定义
- 二、纺织行业基本情况介绍
- 三、纺织行业发展特点分析
- 四、纺织行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、纺织行业需求主体分析

## 第二节 中国纺织行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、纺织行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - 1、沟通协调机制
  - 2、风险分配机制
  - 3、竞争协调机制
- 四、中国纺织行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

## 第三节 中国纺织行业生命周期分析

- 一、纺织行业生命周期理论概述
- 二、纺织行业所属的生命周期分析

## 第四节 纺织行业经济指标分析

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

## 第五节 中国纺织行业进入壁垒分析

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

## 第二章 2017-2020年全球纺织行业市场发展现状分析

### 第一节 全球纺织行业发展历程回顾

## 第二节 全球纺织行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲纺织行业地区市场分析

- 一、亚洲纺织行业市场现状分析
- 二、亚洲纺织行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲纺织行业市场前景分析

### 第四节 北美纺织行业地区市场分析

- 一、北美纺织行业市场现状分析
- 二、北美纺织行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美纺织行业市场前景分析

### 第五节 欧洲纺织行业地区市场分析

- 一、欧洲纺织行业市场现状分析
- 二、欧洲纺织行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲纺织行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界纺织行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球纺织行业市场规模预测

## 第三章 中国纺织产业发展环境分析

### 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、全社会消费品纺织总额
- 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 中国纺织行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国纺织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 中国纺织行业运行情况

### 第一节 中国纺织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 中国纺织行业市场规模分析

### 第三节 中国纺织行业供应情况分析

### 第四节 中国纺织行业需求情况分析

### 第五节 我国纺织行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

#### 三、其它细分市场

### 第六节 中国纺织行业供需平衡分析

### 第七节 中国纺织行业发展趋势分析

## 第五章 中国纺织所属行业运行数据监测

### 第一节 中国纺织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 中国纺织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 中国纺织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 2017-2020年中国纺织市场格局分析

### 第一节 中国纺织行业竞争现状分析

#### 一、中国纺织行业竞争情况分析

#### 二、中国纺织行业主要品牌分析

## 第二节 中国纺织行业集中度分析

### 一、中国纺织行业市场集中度影响因素分析

### 二、中国纺织行业市场集中度分析

## 第三节 中国纺织行业存在的问题

## 第四节 中国纺织行业解决问题的策略分析

## 第五节 中国纺织行业钻石模型分析

### 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 2017-2020年中国纺织行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国纺织行业消费市场动态情况

### 第二节 中国纺织行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 纺织行业成本结构分析

### 第四节 纺织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 中国纺织行业价格现状分析

### 第六节 中国纺织行业平均价格走势预测

#### 一、中国纺织行业价格影响因素

#### 二、中国纺织行业平均价格走势预测

#### 三、中国纺织行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国纺织行业区域市场现状分析

### 第一节 中国纺织行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区纺织市场分析

#### 一、华东地区概述

## 二、华东地区经济环境分析

## 三、华东地区纺织市场规模分析

## 四、华东地区纺织市场规模预测

### 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、华中地区纺织市场规模分析

#### 四、华中地区纺织市场规模预测

### 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、华南地区纺织市场规模分析

#### 四、华南地区纺织市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国纺织行业竞争情况

### 第一节 中国纺织行业竞争结构分析（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 中国纺织行业SCP分析

#### 一、理论介绍

#### 二、SCP范式

#### 三、SCP分析框架

### 第三节 中国纺织行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 纺织行业企业分析（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
- 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
- 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
- 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
- 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国纺织行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国纺织行业未来发展前景分析

- 一、纺织行业国内投资环境分析
- 二、中国纺织行业市场机会分析
- 三、中国纺织行业投资增速预测

### 第二节 中国纺织行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国纺织行业市场发展预测

- 一、中国纺织行业市场规模预测
- 二、中国纺织行业市场规模增速预测
- 三、中国纺织行业产值规模预测
- 四、中国纺织行业产值增速预测
- 五、中国纺织行业供需情况预测
- 第四节 中国纺织行业盈利走势预测
- 一、中国纺织行业毛利润同比增速预测
- 二、中国纺织行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国纺织行业投资风险与营销分析

### 第一节 纺织行业投资风险分析

- 一、纺织行业政策风险分析
- 二、纺织行业技术风险分析
- 三、纺织行业竞争风险
- 四、纺织行业其他风险分析

### 第二节 纺织行业应对策略

- 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 2021-2026年中国纺织行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国纺织行业品牌战略分析

- 一、纺织企业品牌的重要性
- 二、纺织企业实施品牌战略的意义
- 三、纺织企业品牌的现状分析
- 四、纺织企业的品牌战略
- 五、纺织品牌战略管理的策略

### 第二节 中国纺织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 中国纺织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

第四节 纺织行业竞争力提升策略

一、纺织行业产品差异性策略

二、纺织行业个性化服务策略

三、纺织行业的促销宣传策略

四、纺织行业信息智能化策略

五、纺织行业品牌化建设策略

六、纺织行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国纺织行业发展策略及投资建议

第一节 中国纺织行业产品策略分析

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 中国纺织行业营销渠道策略

一、纺织行业渠道选择策略

二、纺织行业营销策略

第三节 中国纺织行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国纺织行业重点投资区域分析

二、中国纺织行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/531938531938.html>