

# 中国家纺市场专项调查及未来五年市场商机分析 报告

## 报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国家纺市场专项调查及未来五年市场商机分析报告》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趋势、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://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/213208213208.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

### 第一章 家纺概述

#### 1.1 家纺相关介绍

##### 1.1.1 家纺的含义及分类

##### 1.1.2 床上用品的定义及分类

##### 1.1.3 毛巾的定义及分类

##### 1.1.4 功能性家纺的概念及开发意义

#### 1.2 家纺设计分析

##### 1.2.1 家纺设计的层面及各环节的关系

##### 1.2.2 家纺设计对国家家纺行业的作用

##### 1.2.3 设计对家纺品牌的影响

##### 1.2.4 中国家纺设计存在的问题及成因

##### 1.2.5 中国家纺设计应走民族化道路

##### 1.2.6 家纺设计知识产权的保护对策

### 第二章 家纺行业发展分析

#### 2.1 中国家纺行业发展概况

##### 2.1.1 中国家纺行业的发展历程

##### 2.1.2 我国家纺行业的发展特征

##### 2.1.3 期间中国家纺业总体概况

##### 2.1.4 中国家纺业步入奢侈品时代

##### 2.1.5 中国首个家纺行业指数正式发布

##### 2.1.6 中国家纺业开始向西部地区迁移

#### 2.2 中国家纺行业运行情况

##### 2.2.1 中国家纺行业发展状况透析

##### 2.2.2 我国家纺行业发展态势

##### 2.2.3 中国家纺行业运行状况

#### 2.3 家纺产业集群发展透析

##### 2.3.1 我国家纺产业集群的形成与分类

##### 2.3.2 中国家纺产业集群区域发展概况

##### 2.3.3 家纺产业集群加快发展

##### 2.3.4 我国家纺产业集群现状

##### 2.3.5 中国家纺产业集群存在的不足及对策

#### 2.4 家纺行业相关标准发展分析

##### 2.4.1 中国家纺行业标准建设现状分析

- 2.4.2 家纺业《蚕丝被》国家标准开始生效
- 2.4.3 家纺业四新规将规范市场更好发展
- 2.4.4 新旧《国家纺织产品基本安全技术规范》的比较
- 2.4.5 变革中国家纺行业标准的举措
- 2.5 家纺行业的环保分析
  - 2.5.1 国内家纺业低碳环保现状
  - 2.5.2 中国家纺业向低碳转型是必然趋势
  - 2.5.3 春季家纺展环保风盛行
  - 2.5.4 家纺业在材料和生产环节的环保分析
  - 2.5.5 竹纤维成家纺业环保热点
- 2.6 家纺行业存在的问题分析
  - 2.6.1 中国家纺行业存在的五大不足
  - 2.6.2 中国家纺行业面临的主要挑战
  - 2.6.3 我国家纺业发展存在的不健康因素
  - 2.6.4 我国家纺企业发展的制约因素
- 2.7 家纺行业的发展策略探讨
  - 2.7.1 家纺企业突围的三大法宝
  - 2.7.2 家纺业提升国际市场竞争力的策略
  - 2.7.3 中国家纺业的发展突破口
  - 2.7.4 中小家纺企业的发展对策

第三章 家纺市场发展分析

- 3.1 国际家纺市场概述
  - 3.1.1 国际家纺市场发展综况
  - 3.1.2 法国家用纺织品市场浅析
  - 3.1.3 日本家纺市场发展状况
  - 3.1.4 美国家用纺织品进口状况
  - 3.1.5 美国家纺原料供应出现问题
  - 3.1.6 土耳其拟涉足我国家用纺织品市场
- 3.2 中国家纺市场发展状况
  - 3.2.1 家纺市场消费者群体分析
  - 3.2.2 家纺市场消费层次浅析
  - 3.2.3 中国家纺市场消费规模
  - 3.2.4 家纺市场的需求点透析
  - 3.2.5 家纺产品开发的新特点
  - 3.2.6 家纺产品关注度简析

3.3 家纺市场品牌发展概况  
3.3.1 中国家纺市场品牌发展现状  
3.3.2 家纺市场的高端品牌发展解析  
3.3.3 中国家纺业网络品牌危机升级  
3.3.4 中国家纺业品牌立体化发展分析  
3.3.5 中国家纺市场各级品牌的策略探析  
3.3.6 家纺企业建立品牌文化的重要性及建议

3.4 中国家纺市场竞争分析  
3.4.1 我国家纺市场竞争局势  
3.4.2 中国家纺企业竞争态势的转变  
3.4.3 家纺企业竞争应注意的问题  
3.4.4 家纺业避免同质化竞争策略探析  
3.4.5 未来家纺市场的竞争势力及特点分析

#### 第四章 中国家纺细分市场

4.1 婚庆家纺  
4.1.1 婚庆家纺市场发展概况  
4.1.2 影响婚庆家纺消费的因素  
4.1.3 中低档婚庆家纺市场亟待开发  
4.1.4 婚庆家纺市场消费趋向简析  
4.1.5 传统婚俗文化与婚庆家纺的设计结合

4.2 儿童家纺  
4.2.1 我国儿童家纺业发展现状  
4.2.2 儿童家纺市场的需求点分析  
4.2.3 中国婴幼家纺市场有待挖掘  
4.2.4 儿童家纺市场未来发展方向

4.3 功能性家纺  
4.3.1 功能性家纺的消费年龄层分析  
4.3.2 功能性家纺更关注材料及效果  
4.3.3 功能性床品推广需解决的难题  
4.3.4 体验营销在功能性家纺市场的运用  
4.3.5 功能性家纺产品的市场开发策略  
4.3.6 老年人或功能性家纺消费主流

#### 第五章 床上用品行业发展分析

5.1 中国床上用品行业概述  
5.1.1 中国床上用品行业的发展状况

- 5.1.2 中国床上用品行业特点
- 5.1.3 中国床上用品行业的产品结构
- 5.1.4 我国床上用品业的品牌发展状况
- 5.1.5 床上用品行业存在的问题
- 5.2 床上用品市场发展状况
  - 5.2.1 床上用品消费观念发生转变
  - 5.2.2 时装化成床上用品市场新潮流
  - 5.2.3 床上用品市场的流行趋势
  - 5.2.4 中国床上用品销售渠道构成
  - 5.2.5 中国床上用品市场重视品牌化营销
- 5.3 中国床上用品行业竞争状况
  - 5.3.1 床上用品企业的竞争方式及选择
  - 5.3.2 床上用品企业的竞争策略
  - 5.3.3 床上用品行业的竞争趋势探析
- 5.4 中国床上用品行业的投资特性
  - 5.4.1 季节性
  - 5.4.2 投资少收效快
  - 5.4.3 原材料丰富和低廉
  - 5.4.4 利润大及风险相对比较小
- 5.5 床上用品市场发展的趋势分析
  - 5.5.1 床上用品市场的需求趋势
  - 5.5.2 床上用品市场品牌消费展望
  - 5.5.3 一次性床上用品发展空间大
  - 5.5.4 中国床上用品渠道发展趋势
- 第六章 毛巾行业发展分析
- 6.1 中国毛巾行业发展概况
  - 6.1.1 我国毛巾行业持续快速发展
  - 6.1.2 中国毛巾市场消费状况分析
  - 6.1.3 影响毛巾市场需求因素分析
  - 6.1.4 毛巾市场产品的新变化分析
  - 6.1.5 我国毛巾企业跨领域营销成亮点
- 6.2 中国毛巾市场品牌分析
  - 6.1 我国毛巾市场品牌状况
  - 6.2 我国毛巾市场品牌竞争格局
  - 6.3 品牌毛巾与非品牌毛巾的竞争

6.4 创新成为毛巾品牌制胜法宝

6.3 中国毛巾行业存在的问题

6.3.1 毛巾行业发展中面临的问题

6.3.2 制约毛巾市场发展壮大的因素

6.3.3 劣质毛巾存在安全隐患

6.4 中国毛巾行业发展对策探讨

6.4.1 毛巾品牌导入和市场细分策略

6.4.2 加强毛巾市场竞争策略的策略

6.4.3 国内毛巾企业打造品牌竞争力的途径

6.4.4 小微型毛巾企业发展战略措施分析

6.5 毛巾行业前景及趋势分析

6.5.1 中国毛巾行业未来前景展望

6.5.2 消费观念升级将带动毛巾发展

6.5.3 毛巾行业的发展趋势分析

第七章 其他家纺产品发展状况

7.1 布艺

7.1.1 布艺的概念和内容

7.1.2 中国布艺业发展的三个阶段

7.1.3 我国布艺行业的品牌发展分析

7.1.4 国内布艺市场发展面临的挑战

7.1.5 布艺行业的市场定位及营销策略

7.1.6 知名布艺企业发展的成功经验

7.1.7 我国布艺行业未来发展趋势

7.2 窗帘

7.2.1 国内窗帘市场的基本情况

7.2.2 窗帘业与婴童用品融合趋势渐显

7.2.3 中国窗帘行业陷入同质化泥潭

7.2.4 中国窗帘行业创新发展策略

7.2.5 中国窗帘行业发展方向解析

7.2.6 智能窗帘业发展空间大

7.3 地毯

7.3.1 我国地毯及挂毯业出口状况

7.3.2 我国藏毯行业发展状况综述

7.3.3 通过展会透视地毯行业动向

7.3.4 国内地毯行业存在的问题

7.3.5 地毯企业做大内销市场的思路

7.3.6 地毯行业发展前景及趋势

7.3.7 地毯行业的技术研究方向

## 第八章 中国家纺进出口分析

8.1 中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口分析

8.1.1 中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进口来源国分析

8.1.2 中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品出口目的国分析

8.1.3 不同省份床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进口数据分析

8.1.4 不同省份床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品出口数据分析

8.2 中国手帕进出口数据分析

8.2.1 中国手帕主要进口来源国分析

8.2.2 中国手帕主要出口目的国分析

8.2.3 不同省份手帕进口数据分析

8.2.4 不同省份手帕出口数据分析

8.3 中国窗帘（包括帷帘）及帐幔;帘帷或床帷进出口分析

8.3.1 中国窗帘（包括帷帘）及帐幔;帘帷或床帷进口来源国分析

8.3.2 中国窗帘（包括帷帘）及帐幔;帘帷或床帷出口目的国分析

8.3.3 不同省份窗帘（包括帷帘）及帐幔;帘帷或床帷进口数据分析

8.3.4 不同省份窗帘（包括帷帘）及帐幔;帘帷或床帷出口数据分析

8.4 中国家纺出口国际市场空间及策略分析

8.4.1 进军俄罗斯家纺市场商机巨大

8.4.2 印度家纺进口状况及产品价位分析

8.4.3 欧洲家纺市场开发策略

8.4.4 进入美国家纺市场的建议

## 第九章 重点地区家纺业发展状况

9.1 浙江绍兴

9.1.1 绍兴家纺产业发展概况

9.1.2 绍兴家纺行业应加强自主品牌的建设

9.1.3 绍兴鼓励家纺行业发展电子商务

9.1.4 绍兴家纺业形成区域品牌

9.1.5 绍兴家纺专卖店发展势头迅猛

9.2 浙江温州

9.2.1 温州家纺行业发展概况

9.2.2 温州家纺业的销售模式分析

9.2.3 温州家纺业持续发展的瓶颈

9.2.4 温州家纺市场存在的问题及不足

9.3 浙江余杭

9.3.1 余杭家纺行业发展概况

9.3.2 余杭家纺行业发展状况

9.3.3 余杭家纺业发展现况

9.3.4 余杭家纺企业积极调整战略方向

9.3.5 余杭家纺业存在的主要问题

9.3.6 促进余杭家纺业发展的建议

9.4 浙江海宁

9.4.1 海宁家纺业发展势头良好

9.4.2 海宁家纺业发展状况简析

9.4.3 海宁家纺业发展状况分析

9.4.4 海宁家纺产业发展思路

9.5 江苏南通

9.5.1 南通家纺行业发展概况

9.5.2 南通家纺产业发展特点分析

9.5.3 南通叠石桥家纺城发展快速

9.5.4 南通家纺产业发展存在的问题

9.5.5 南通家纺产业发展的重要举措

9.6 辽宁沈阳

9.6.1 沈阳市家纺市场发展特点

9.6.2 沈阳中高档品牌家纺的销售渠道

9.6.3 五爱市场在沈阳家纺业的地位与作用

9.6.4 沈阳家纺行业发展的政策建议

9.7 山东滨州

9.7.1 滨州家纺业发展现况

9.7.2 滨州家纺市场发展优势浅析

9.7.3 滨州家纺产业集群竞争力分析

9.7.4 未来五年滨州家纺行业发展重点

9.8 其他地区

9.8.1 湖南长沙家纺市场基本概况

9.8.2 山东高密市家纺行业发展概况

9.8.3 安徽岳西县手工家纺业发展态势

9.8.4 湖北荆门市家纺业实现零突破

第十章 家纺市场的营销分析

- 10.1 家纺市场的营销概述
  - 10.1.1 概念营销提升家纺品牌影响力
  - 10.1.2 色彩在家纺市场营销的重要性
  - 10.1.3 我国家纺业营销渠道创新分析
  - 10.1.4 中国家纺品牌的影视营销发展探析
  - 10.1.5 家纺营销呈现行业融合趋势
- 10.2 家纺销售渠道发展分析
  - 10.2.1 国内家纺渠道的发展阶段分析
  - 10.2.2 中国家纺市场销售渠道现状分析
  - 10.2.3 家纺企业销售渠道选择及主流趋势
  - 10.2.4 家纺品牌“大家居”模式发展分析
  - 10.2.5 家纺业开启工厂式销售渠道分析
  - 10.2.6 家纺业三四线城市渠道开发策略探讨
- 10.3 家纺业电子商务发展状况
  - 10.3.1 家纺行业发展电子商务具有重要意义
  - 10.3.2 我国家纺行业进军电子商务领域现状分析
  - 10.3.3 我国家纺业B2C电子商务显现多样化
  - 10.3.4 高品质成家纺电子商务核心竞争力
  - 10.3.5 家纺电子商务亟待解决的难题
  - 10.3.6 不同类型家纺企业的电子商务策略分析
  - 10.3.7 未来我国家纺业电子商务发展展望
- 10.4 家纺市场营销的问题及策略
  - 10.4.1 家纺行业营销模式存在的问题
  - 10.4.2 家纺企业亟待转变的两大营销观念
  - 10.4.3 家纺企业市场导入期的营销分析
  - 10.4.4 提高家纺市场营销能力的三大措施
  - 10.4.5 我国中小家纺企业市场营销六大思路

第十一章 家纺行业重点企业分析

- 11.1 阿芙萝
  - 11.1.1 公司简介
  - 11.1.2 阿芙萝的品牌来源
  - 11.1.3 阿芙罗的竞争力分析
  - 11.1.4 阿芙萝进入中国家纺业的对策
- 11.2 富安娜
  - 11.2.1 公司简介

11.2.2 富安娜经营状况分析  
11.2.3 富安娜经营状况分析  
11.2.4 富安娜经营状况分析  
11.2.5 富安娜首度实现跨界发展

11.3 罗莱  
11.3.1 公司简介  
11.3.2 罗莱家纺经营状况分析  
11.3.3 罗莱家纺经营状况分析  
11.3.4 罗莱家纺经营状况分析  
11.3.5 罗莱家纺近期目标与中远期布局

11.4 孚日集团  
11.4.1 公司简介  
11.4.2 孚日股份经营状况分析  
11.4.3 孚日股份经营状况分析  
11.4.4 孚日股份经营状况分析  
11.4.5 孚日家纺开辟线上销售平台  
11.4.6 孚日家纺未来发展战略简析

11.5 梦洁  
11.5.1 公司简介  
11.5.2 梦洁家纺经营状况分析  
11.5.3 梦洁家纺经营状况分析  
11.5.4 梦洁家纺经营状况分析  
11.5.5 梦洁家纺积极应对行业景气下滑

11.6 博洋  
11.6.1 公司简介  
11.6 博洋家纺的经营策略  
11.6.3 博洋家纺积极推进电子商务模式  
11.6.4 博洋家纺发展目标

11.7 南方寝饰  
11.7.1 公司简介  
11.7.2 南方寝饰发展的优势浅析  
11.7.3 南方寝饰大力开拓国际市场  
11.7.4 南方寝饰婚庆产品受市场青睐  
11.7.5 南方寝饰着力提升品牌形象  
11.8 上海水星家纺

11.8.1 公司简介

11.8.2 水星家纺的品牌文化与产品理念

11.8.3 水星家纺的电影营销策略解析

11.8.4 未来水星家纺的市场定位分析

11.9 洁丽雅

11.9.1 公司简介

11.9.2 洁丽雅集团新品研发成效显著

11.9.3 洁丽雅集团发布5年发展计划

11.9.4 洁丽雅打造首个毛巾品牌文化博物馆

11.10 紫罗兰

11.10.1 公司简介

11.10.2 紫罗兰成功经营的六大步骤

11.10.3 紫罗兰销售渠道定位分析

11.10.4 未来紫罗兰家纺发展趋向

11.11 凯盛

11.11.1 公司简介

11.11.2 凯盛棉产品获美国认可

11.11.3 凯盛家纺进入电子商务销售渠道

11.11.4 凯盛家纺进驻赣州核心商圈

第十二章 家纺行业投资前景及趋势分析

12.1 家纺行业投资分析

12.1.1 家纺行业存在的机会点

12.1.2 投资家纺业的利好因素

12.1.3 进入家纺行业的主要障碍

12.1.4 投资家纺业的注意事项

12.1.5 投资家纺行业的建议

12.2 家纺行业的前景趋势预测

12.2.1 未来中国家纺市场的增长动因

12.2.2 未来五年家纺行业发展目标及任务

12.2.3 未来五年中国家纺行业预测

12.2.4 未来家纺专业市场的发展变化分析

12.2.5 家纺礼品化发展前景广阔

图表详见正文 • • • • •

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/213208213208.html>