2013-2017年中国家纺市场 监测及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司 www.cction.com

一、报告报价

《2013-2017年中国家纺市场监测及投资方向研究报告》信息及时,资料详实,指导性强,具有独家,独到,独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势,获得优质客户信息,准确、全面、迅速了解目前行业发展动向,从而提升工作效率和效果,是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址:http://www.cction.com/report/201306/94641.html

报告价格:纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人: 李经理

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、说明、目录、图表目录

家纺即家用纺织品,又叫装饰用纺织品,与服装用纺织品、产业用纺织品共同构成纺织业的三分天下。作为纺织品中重要的一个类别,家用纺织产品在居室装饰配套中被称为" 软装饰&rdguo;, 它在营造与环境转换中有着决定性的作用。

纵观我国家纺行业发展历程,共经历了三个阶段:原始期、起步期、井喷期,目前正进入稳定增长期。经过多年鏖战,家纺行业的竞争格局开始悄然变化,品牌家纺正在崛起。在这个阶段,随着家纺行业消费与竞争的不断升级,家纺行业正处在起步阶段向发展阶段过渡的时期,即市场的最大变化是已进入高速发展中的结构性调整周期。

"十一五"时期,我国家纺行业成功应对全球金融危机、人民币汇率升值、生产成本大幅上涨等诸多不利因素的影响,在"十五"快速发展基础上,保持了稳定向上的运行态势。进一步加大了资源优化整合力度,在生产、经营、品牌建设等领域均取得了较大进步。加强国际接轨,促进了行业国际竞争力与比较优势的较大提升,基本实现了家纺大国的发展目标。

2011年作为"十二五"的开局之年,我国家纺行业形势良好。2011年家纺行业1548家规模以上企业累计完成工业总产值2097.65亿元,出口交货值539.11亿元,实现利润总额122.40亿元,产销率达97.97%。

目前我国服装类纺织品消费约占纺织品消费总量的65%,家用纺织品消费仅占23%,且家用纺织品的人均消费所占消费性支出还不足1%。从国内外家纺用品消费的现实差距以及未来发展趋势看,中国家纺行业有着巨大的发展空间。

"大家纺"格局和"软装饰"文化的建立以及家纺行业低碳环保的趋势,加速了我国现代家纺产业的形成、完善与提升。"十二五"时期,家纺产业发展的主要任务是引导消费,积极扩大内需;创新渠道,促进企业做强做大;提倡家纺文化,加强品牌建设;优化产业布局,促进梯度发展;整合资源,提高科技贡献率;加强人才培养,夯实强国基础;践行低碳环保,实现可持续发展;完善公共服务平台,创造良好产业环境

中企顾问网发布的《2013-2017年中国家纺市场监测及投资方向研究报告》共十一章。首先介绍了家纺的定义、分类、设计等,接着分析了家纺行业的现状和市场运行情况,然后具体介绍了婚庆家纺、儿童家纺、功能家纺、床上用品、毛巾、布艺、窗帘、地毯的发展。随后,报告对家纺市场做了区域发展分析、营销分析和重点企业运营状况分析,最后分析了家纺行业的发展前景和未来趋势。您若想对家纺市场有个系统的了解或者想投资家用纺织品生产,本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

- 第一章 家纺概述
- 第一节 家纺相关介绍
- 一、家纺的含义及分类
- 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成因
- 五、中国家纺设计应走民族化道路
- 六、家纺设计知识产权的保护对策
- 第二章 家纺行业发展分析
- 第一节 中国家纺行业发展概况
- 一、中国家纺行业的发展历程
- 二、我国家纺行业的发展特征
- 三、"十一五"期间中国家纺业总体概况
- 四、中国家纺业步入奢侈品时代
- 五、中国首个家纺行业指数正式发布
- 六、中国家纺业开始向西部地区迁移
- 第二节 中国家纺行业运行情况
- 一、我国家用纺织品行业发展回顾
- 二、我国家纺业发展的关键词
- 四、中国家纺行业发展状况透析
- 第三节、家纺产业集群发展透析
- 一、我国家纺产业集群的形成与分类

- 二、中国家纺产业集群区域发展概况
- 三、"十一五"期间家纺产业集群加快发展
- 四、2011年家纺产业集群现状及2012年形势分析
- 五、中国家纺产业集群存在的不足及对策

第四节、家纺行业相关标准发展分析

- 一、中国家纺行业标准建设现状分析
- 二、2010年家纺业《蚕丝被》国家标准开始生效
- 三、2011年家纺业四新规将规范市场更好发展
- 四、新旧《国家纺织产品基本安全技术规范》的比较
- 五、变革中国家纺行业标准的举措

第五节、家纺行业的环保分析

- 一、国内家纺业低碳环保现状
- 二、中国家纺业向低碳转型是必然趋势
- 三、2012年春季家纺展环保风盛行
- 四、家纺业在材料和生产环节的环保分析
- **万、竹纤维成家纺业环保热点**

第六节、家纺行业存在的问题分析

- 一、中国家纺行业存在的五大不足
- 二、中国家纺行业面临的主要挑战
- 三、我国家纺业发展存在的不健康因素
- 四、我国家纺企业发展的制约因素

第七节、家纺行业的发展策略探讨

- 一、家纺企业突围的三大法宝
- 二、家纺业提升国际市场竞争力的策略
- 三、中国家纺业的发展突破口
- 四、中小家纺企业的发展对策

第三章 家纺市场发展分析

第一节 国际家纺市场概述

- 一、国际家纺市场发展综况
- 二、法国家用纺织品市场浅析
- 三、日本家纺市场发展状况

- 四、2011年美国家用纺织品进口状况分析
- 五、2012年美国家纺原料供应出现问题
- 六、土耳其拟涉足我国家用纺织品市场
- 第二节 中国家纺市场发展状况
- 一、家纺市场消费者群体分析
- 二、家纺市场消费层次浅析
- 三、中国家纺市场消费规模
- 四、家纺市场的需求点透析
- 五、家纺产品开发的新特点
- 六、2012年家纺产品关注度简析
- 第三节 家纺市场品牌发展概况
- 一、中国家纺市场品牌发展现状
- 二、家纺市场的高端品牌发展解析
- 三、中国家纺业网络品牌危机升级
- 四、中国家纺业品牌立体化发展分析
- 五、中国家纺市场各级品牌的策略探析
- 六、家纺企业建立品牌文化的重要性及建议
- 第四节 中国家纺市场竞争分析
- 一、我国家纺市场竞争局势
- 二、中国家纺企业竞争态势的转变
- 三、家纺企业竞争应注意的问题
- 四、家纺业避免同质化竞争策略探析
- 五、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

第一节 婚庆家纺

- 一、婚庆家纺市场发展概况
- 二、影响婚庆家纺消费的因素
- 三、中低档婚庆家纺市场亟待开发
- 四、婚庆家纺市场消费趋向简析
- 五、传统婚俗文化与婚庆家纺的设计结合
- 第二节 儿童家纺

- 一、我国儿童家纺业发展现状
- 二、儿童家纺市场的需求点分析
- 三、中国婴幼家纺市场有待挖掘
- 四、儿童家纺市场未来发展方向

第三节 功能性家纺

- 一、功能性家纺的消费年龄层分析
- 二、功能性家纺更关注材料及效果
- 三、功能性床品推广需解决的难题
- 四、体验营销在功能性家纺市场的运用
- 五、功能性家纺产品的市场开发策略
- 六、老年人或成功能性家纺消费主流

第五章 床上用品

- 第一节 中国床上用品行业概述
- 一、中国床上用品行业的发展状况
- 二、中国床上用品行业的特点
- 三、中国床上用品行业的产品结构
- 四、我国床上用品业的品牌发展状况
- 五、床上用品行业存在的问题
- 第二节 床上用品市场发展状况
- 一、床上用品消费观念发生转变
- 二、时装化成床上用品市场新潮流
- 三、2012年床上用品市场的流行趋势
- 四、中国床上用品销售渠道构成
- 五、中国床上用品市场重视品牌化营销
- 第三节 中国床上用品出口数据统计
- 一、针织或钩编的床上用织物制品出口情况
- 二、化纤制其他印花床上用织物制品出口情况
- 三、棉制其他非针织或钩编的床上用织物制品出口情况
- 四、针织或钩编的床罩出口情况
- 第四节 床上用品行业竞争状况
- 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

第五节 中国床上用品行业的投资特性

- 一、季节性
- 二、投资少收效快
- 三、原材料丰富和低廉
- 四、利润大及风险相对比较小

第六节、床上用品市场发展的趋势分析

- 一、床上用品市场的需求趋势
- 二、床上用品市场品牌消费展望
- 三、一次性床上用品发展空间大
- 四、中国床上用品渠道发展趋势

第六章 毛巾

- 第一节 中国毛巾行业发展概况
- 一、我国毛巾行业持续快速发展
- 二、中国毛巾市场消费状况分析
- 三、影响毛巾市场需求因素分析
- 四、毛巾市场产品的新变化分析
- 五、我国毛巾企业跨领域营销成亮点
- 第二节 中国毛巾市场品牌分析
- 一、我国毛巾市场品牌状况
- 二、我国毛巾市场品牌竞争格局
- 三、品牌毛巾与非品牌毛巾的竞争
- 四、创新成为毛巾品牌制胜法宝
- 第三节 中国毛巾行业出口状况
- 一、中国毛巾出口市场特征分析
- 二、2011年中国毛巾制品出口状况简析
- 三、2011年中国毛巾产品出口大幅增长
- 四、2012年中国棉制毛巾产品出口简况
- 五、中国毛巾出口中东市场状况
- 第四节 中国毛巾行业存在的问题

- 一、毛巾行业发展中面临的问题
- 二、制约毛巾市场发展壮大的因素
- 三、劣质毛巾存在安全隐患

第五节 中国毛巾行业发展对策探讨

- 一、毛巾品牌导入和市场细分策略
- 二、加强毛巾市场竞争力的策略
- 三、国内毛巾企业打造品牌竞争力的途径
- 四、小微型毛巾企业发展战略措施分析

第六节 毛巾行业前景及趋势分析

- 一、中国毛巾行业未来前景展望
- 二、消费观念升级将带动毛巾发展
- 三、毛巾行业的发展趋势分析

第七章 其他家纺产品发展状况

第一节 布艺

- 一、布艺的概念和内容
- 二、中国布艺业发展的三个阶段
- 三、我国布艺行业的品牌发展分析
- 四、国内布艺市场发展面临的挑战
- 五、布艺行业的市场定位及营销策略
- 六、知名布艺企业发展的成功经验
- 七、我国布艺行业未来发展趋势

第二节 窗帘

- 一、国内窗帘市场的基本情况
- 二、窗帘业与婴童用品融合趋势渐显
- 三、中国窗帘行业陷入同质化泥潭
- 四、中国窗帘行业创新发展策略
- 五、中国窗帘行业发展方向解析
- 六、智能窗帘业发展空间大

第三节 地毯

- 一、我国地毯及挂毯业出口状况
- 二、我国藏毯行业发展状况综述

- 三、通过展会透视2012年地毯行业动向
- 四、国内地毯行业存在的问题
- 五、地毯企业做大内销市场的思路
- 六、地毯行业发展前景及趋势
- 七、地毯行业的技术研究方向

第八章 重点地区家纺业发展状况

- 第一节、浙江绍兴
- 一、绍兴家纺产业发展概况
- 二、绍兴家纺行业应加强自主品牌的建设
- 三、绍兴鼓励家纺行业发展电子商务
- 四、绍兴家纺业形成区域品牌
- 五、绍兴家纺专卖店发展势头迅猛

第二节、浙江温州

- 一、温州家纺行业发展概况
- 二、温州家纺业的销售模式分析
- 三、温州家纺业持续发展的瓶颈
- 四、温州家纺市场存在的问题及不足

第三节、浙江余杭

- 一、2010年余杭家纺行业发展概况
- 二、2011年余杭家纺行业发展状况
- 三、2012年余杭家纺业发展现况
- 四、余杭家纺企业积极调整战略方向
- 五、余杭家纺业存在的主要问题
- 六、促进余杭家纺业发展的建议

第四节、浙江海宁

- 一、海宁家纺行业发展回顾
- 二、海宁家纺业发展势头良好
- 三、海宁家纺产业发展思路

第五节、江苏南通

- 一、南通家纺行业发展概况
- 二、南通家纺产业发展特点分析

- 三、2011年南通叠石桥家纺城发展快速
- 四、南通家纺产业发展存在的问题
- 五、南通家纺产业发展的重要举措

第六节、辽宁沈阳

- 一、沈阳市家纺市场发展特点
- 二、沈阳中高档品牌家纺的销售渠道
- 三、五爱市场在沈阳家纺业的地位与作用
- 四、沈阳家纺行业发展的政策建议

第七节、山东滨州

- 一、滨州家纺行业发展现况
- 二、滨州家纺市场发展优势浅析
- 三、滨州家纺产业集群竞争力分析
- 四、"十二五"期间滨州家纺行业发展重点

第八节、其他地区

- 一、湖南长沙家纺市场基本概况
- 二、山东高密市家纺行业发展概况
- 三、安徽岳西县手工家纺业发展态势
- 四、湖北荆门市家纺业实现零突破
- 第九章 家纺市场的营销分析
- 第一节 家纺市场的营销概述
- 一、概念营销提升家纺品牌影响力
- 二、色彩在家纺市场营销的重要性
- 三、2011年我国家纺业营销渠道创新分析
- 四、中国家纺品牌的影视营销发展探析
- 五、家纺营销呈现行业融合趋势
- 第二节 家纺销售渠道发展分析
- 一、国内家纺渠道的发展阶段分析
- 二、中国家纺市场销售渠道现状分析
- 三、家纺企业销售渠道选择及主流趋势
- 四、家纺品牌"大家居"模式发展分析
- 五、2011年家纺业开启工厂式销售渠道
- 六、家纺业三四线城市渠道开发策略探讨

第三节 家纺业电子商务发展状况

- 一、家纺行业发展电子商务具有重要意义
- 二、我国家纺行业进军电子商务领域现状分析
- 三、我国家纺业B2C电子商务显现多样化
- 四、高品质成家纺电子商务核心竞争力
- 五、家纺电子商务亟待解决的难题
- 六、不同类型家纺企业的电子商务策略分析
- 七、未来我国家纺业电子商务发展展望

第四节 家纺市场营销的问题及策略

- 一、家纺行业营销模式存在的问题
- 二、家纺企业亟待转变的两大营销观念
- 三、家纺企业市场导入期的营销分析
- 四、提高家纺市场营销能力的三大措施
- 五、我国中小家纺企业市场营销六大思路

第十章 重点家纺企业分析

第一节 阿芙萝

- 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

第二节 富安娜

- 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

第三节 罗莱

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 孚日集团

- 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 梦洁

- 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 博洋

- 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 南方寝饰

- 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 上海水星家纺
- 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 洁丽雅

- 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

第十节 紫罗兰

- 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
- 第十一章 家纺行业投资前景及趋势分析
- 第一节、家纺行业投资分析
- 一、家纺行业存在的机会点
- 二、投资家纺业的利好因素
- 三、进入家纺行业的主要障碍
- 四、投资家纺业的注意事项
- 五、投资家纺行业的建议
- 第二节、家纺行业的前景趋势预测
- 一、未来中国家纺市场的增长动因
- 二、"十二五"期间家纺行业发展目标及任务

- 三、2013-2017年中国家纺行业预测分析
- 四、未来家纺专业市场的发展变化分析
- 五、家纺礼品化发展前景广阔

详细请访问:http://www.cction.com/report/201306/94641.html