

2009-2010年中国家纺行业市场调研与投资分析报告

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《2009-2010年中国家纺行业市场调研与投资分析报告》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/5533855338.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6000元 电子和纸介版: 6200

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

家用纺织品属于家居装饰中主要的“软装饰”品种。包括床上用品、窗帘窗幔、洗涤织物、餐厨织物等。

随着近年来家居业“重装饰，轻装修”的潮流，家用纺织品越来越由实用性的作用提升到装饰性的作用，家纺行业被前所未有的“激活”了。

美国的金融危机造成全球性消费市场萎缩，发达国家和新兴市场相继出现需求下降。我国家纺企业外销订单减少，订单周期变短，市场预期难度增加，出口结汇风险加大，市场格局正在潜移默化地发生变化。外销的萎靡，使得众多家纺企业将目光对准国内，国内市场压力进一步加大，市场竞争激烈，行业面临新的调整。

因受国际经济形势影响，2009年1~2月国内家纺行业主要经济指标增幅大幅回落，出口增幅首次出现负增长，效益同比仍保持增长，利润率高于全纺织行业平均水平。

据海关统计，2009年1~2月家纺产品出口26.3亿美元，同比下降了17.56%；进口1.43亿美元，同比下降8.03%。出口产品情况。2009年1~2月家纺产品出口受国际市场疲软的影响较大，出口增幅比2008年下降了32.87%。但据海关统计，相关产品出口前20强企业，出口状况表现良好，特别是窗帘、毛巾前20强企业出口金额增长超过了45%，床上用织物制品出口前20强企业出口金额增长达28%。

家纺产业发展前景光明。首先，以居民住房、宾馆饭店、旅游交通、医疗卫生等为代表的投资型和公共服务型消费热点，都将成为促进中国家纺市场不断扩大的因素。其次，中国人生活质量的提高对家纺产品的需求不断扩大；最后，当前中国每年有近1000万对新人结婚，因结婚产生的家纺产品的消费额将十分可观。

未来几年，中国家纺市场预计将净增加2000亿-3000亿元的市场。作为纺织行业重点发展的三大板块之一的家纺行业面貌，正在悄然改变着人们的生活和市场的格局。

目 录

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形成原因分析

五、中国应加强传统艺术在家纺设计中的应用

六、家纺设计知识产权的保护对策

第二章 2008-2009年全球家纺行业发展现状分析

第一节 2008-2009年全球家纺市场概述

一、国际家纺产品发展状况

二、从家纺展会看国际家纺类型

三、国外重点市场进口家纺产品状况及需求分析

第二节 2008-2009年全球主要国家家纺市场运行情况分析

一、美国家用纺织品市场发展状况

二、日本

三、意大利

四、法国家纺市场解析

五、泰国

第三章 2008-2009年中国家纺行业发展分析

第一节 2008-2009年中国家纺行业发展分析

一、2008年中国家纺特点分析

二、2009年从华交会家纺企业生存现状

三、2009年1-2月家纺行业经济运行分析

四、2009年中国家纺产业环境及对策

五、2009年家纺行业现状分析

第二节 2008-2009年中国家纺内销外销市场分析

一、内销存在的问题

二、外销存在的问题

三、2009年内销现状

四、2009年外销现状

五、家纺企业内销对策

第三节 2008-2009年中国家纺行业的问题分析

一、家纺业的困境分析

二、家纺企业危机中变革的软肋分析

三、家纺业遭遇品牌危机

四、解决家纺业库存的困境与出路

五、中国家纺渠道尚需变革

第四节 家纺品牌对比分析

一、圣路易丝家纺品牌分析

二、迪梦莎家纺品牌分析

三、北极绒家纺品牌分析

四、施诺家纺品牌分析

五、紫罗兰家纺品牌分析

六、太湖雪家纺品牌分析

七、盛宇家纺品牌分析

八、愉悦家纺品牌分析

九、巾品世家家纺品牌分析

十、洁丽雅家纺品牌分析

第五节 2008-2009年中国区域家纺市场比较分析

一、广东：行业的标杆

二、上海：无愧的“家纺城”

三、江苏：产业集群大户

四、浙江：产业发展的典范

五、山东：工艺家纺胜地

第六节 家纺品牌同质化突围对策

一、商业模式创新，建立品牌差异

二、轻公司模式，轻量级挑战重量级

三、反其道而行，颠覆服装传统渠道

四、挖掘产品功能性卖点，建立品牌差异

五、以细分人群为导向的品牌差异

第七节 金融风暴下家纺行业发展对策

一、外销

二、内销

三、设计

第八节 家纺企业应对危机的对策

一、调整步伐 明确定位

二、追逐利润 拓展市场

第四章 2008-2009年中国家纺产品进出口分析

第一节 2008-2009年中国家纺行业进出口概况

一、2008年家纺行业出口状况

二、2009年家纺行业出口状况

三、欧美家纺绿色壁垒对中国家纺的制约及应对策略

第二节 中国家纺出口国际市场的空间及策略分析

一、进军俄罗斯家纺市场商机巨大

二、印度家纺进口状况及产品价位分析

三、欧洲家纺市场特点及开发策略

四、进入美国家纺市场的建议

第三节 2001-2009年中国毯子及旅行毯进出口数据分析

一、2001-2009年中国毯子及旅行毯进出口总体数据

二、2008-2009年中国毯子及旅行毯主要省市进出口数据

第四节 2001-2009年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口数据分析

一、2001-2009年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口总体数据

二、2008-2009年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品主要省市进出口数据

第五节 2001-2009年中国窗帘（包括帷帘）及帐幔；帘帷或床帷进出口数据分析

一、2001-2009年中国窗帘（包括帷帘）及帐幔；帘帷或床帷进出口总体数据

二、2008-2009年中国窗帘（包括帷帘）及帐幔；帘帷或床帷主要省市进出口数据

第六节 2001-2009年中国地毯及纺织材料的其他铺地制品进出口数据分析

一、2001-2009年中国地毯及纺织材料的其他铺地制品进出口总体数据

二、2008-2009年中国地毯及纺织材料的其他铺地制品主要省市进出口数据

第七节 2001-2009年中国毛巾织物及类似的毛圈布；簇绒织物进出口数据分析

一、2001-2009年中国毛巾织物及类似的毛圈布；簇绒织物进出口总体数据

二、2008-2009年中国毛巾织物及类似的毛圈布；簇绒织物主要省市进出口数据

第五章 2008-2009年中国家纺市场营销分析

第一节 家纺消费者群体分析

一、消费者年龄层次

二、消费者购买特征

三、床品购买特征

第二节 家纺细分时代的消费分析

一、品牌时代迎来细分

二、细分时代的消费新特点

三、国外家纺专业品牌的终端表现

第三节 家纺市场营销组合分析

一、产品

二、价格

三、渠道

四、促销

第四节 家纺企业营销分析

一、圈地运动成就家纺营销成功

二、中国床上用品行业品牌化营销趋势明显

二、家纺成功品牌三种动力

三、家纺企业营销战略分析

第五节 2009年家纺营销分析

- 一、2009年营销渠道及服务的背景
- 二、2009年营销渠道建设的重点
- 三、2009年渠道服务的重点

第六节 中国家纺营销模式变革突围对策

- 一、现状：大众消费没有深度激活
- 二、问题：服装业营销模式的桎梏
- 三、2009年家纺行业趋势

第六章 2008-2009年中国家纺细分市场运行走势分析

第一节 婚庆家纺

- 一、婚庆家纺市场日渐火热
- 二、影响婚庆家纺消费的因素
- 四、家纺忽略中低档婚庆产品的设计开发
- 五、2009婚庆家纺研发方向

第二节 儿童家纺

- 一、儿童家纺成为市场新宠
- 二、儿童家纺市场缺口依然存在
- 三、婴幼儿家纺在家纺行业中的地位与发展
- 四、婴幼儿家纺的销售模式转变
- 五、婴幼儿家纺进入高速发展期

第三节 功能性家纺

- 一、功能性家纺推广与调研分析
- 二、功能性家纺销势坚挺
- 三、功能性家纺发展需要注意的问题
- 四、家纺业提升功能性产品的前景

第七章 毛巾

第一节 国际毛巾市场概况

- 一、国际毛巾市场产品的新变化
- 二、印度浴巾、毛巾市场分析
- 三、日本毛巾制品进口数量分析

第二节 2008-2009年中国毛巾行业发展状况

- 一、2008年毛巾领军企业出口分析
- 二、毛巾业提升利润增长的有效方法
- 三、2009年毛巾市场发展趋势

四、网络成为特色毛巾销售突破口

五、高阳建成国内最大毛巾市场

六、玉沙集团毛巾销量分析

第三节 我国毛巾行业品牌发展分析

一、机遇分析

二、问题分析

三、变革和发展

第四节 增强中国毛巾产品市场竞争力对策

一、图案和色彩设计，紧跟国际潮流

二、工艺设计是产品质量实现的基础

三、合理使用和更新设备

第五节 毛巾行业市场趋势

一、外销市场危机重重

二、毛巾行业将进入洗牌期

三、毛巾进入品牌导入期

四、毛巾需求进入创新细分时代

第八章 2008-2009年中国床上用品行业市场运行态势分析

第一节 我国床上用品行业的发展现状

一、发展速度情况

二、与发达国家相比的差距状况

三、新的需求

四、我国新的床上用品系列标准开始实施

第二节 我国床上用品市场发展分析

一、酒店床上用品市场发展情况

二、床上用品市场质量情况

三、2008年12月中国织里棉布城床上用品布价格情况

四、2009年1-3月我国床上用品出口分析

五、高档床上用品市场商机巨大

第三节 床上用品竞争格局分析

一、企业竞争环境

二、床上用品区域市场竞争格局

第四节 床上用品消费需求及发展趋势分析

一、消费者的需求及其发展

二、影响床上用品需求的两大根本因素

三、床上用品需求的发展趋势

第五节 中小型床品企业发展困境及对策

- 一、床上用品的产品及行业特点
- 二、中小床品企业目前的经营状况和困局
- 三、中小企业经营战略选择
- 四、“以战养战”的市场竞争策略

第九章 2008-2009年其他家纺产品发展状况

第一节 布艺

- 一、布艺概况
- 二、中国布艺业发展的三个阶段
- 三、布艺行业的现状和问题
- 四、布艺行业发展的策略及方向

第二节 窗帘市场发展分析

- 一、家居窗帘分类及功能分析
- 二、家纺产业集群带动窗帘出口增长
- 三、窗帘行业经营新模式
- 四、窗帘行业创新发展策略

第三节 地毯业发展状况

- 一、中国地毯行业概况
- 二、中国机制地毯行业发展特点
- 三、国内地毯行业的问题
- 四、地毯行业发展前景及趋势
- 五、地毯行业的技术研究方向

第十章 2008-2009年中国家纺行业市场竞争力分析

第一节 2008-2009年中国家纺产业集群发展透析

- 一、家纺产业集群迅速崛起优势显现
- 二、家纺集群面临高成本高风险的挑战
- 三、家纺集群发展措施及方向

第二节 2008-2009年中国家纺行业竞争分析

- 一、避免陷入低端无序竞争是关键
- 二、家纺行业竞争日趋激烈
- 三、家纺企业走出价格竞争泥沼
- 四、家纺市场是创新与品牌的竞争

第三节 2008-2010年中国家纺行业市场竞争格局分析

- 一、机会分析
- 二、产品的竞争阶段

三、跑马圈地

第四节 未来家纺市场的竞争分析

- 一、家纺行业将真正迎来它的品牌竞争阶段
- 二、家纺行业将进入追求渠道质量的阶段
- 三、家纺行业将进入规模竞争的红海
- 四、家纺行业未来是模式和供应链的竞争

第十一章 2008-2009年中国主要地区家纺发展状况

第一节 安徽家纺产业分析

- 一、安徽家纺产业的市场定位
- 二、安徽家纺行业存在的问题分析
- 三、安徽家纺产业发展建议分析
- 四、安徽家纺产业发展潜力巨大
- 五、金融危机下安徽家纺发展分析

第二节 浙江温州家纺产业分析

- 一、温州家纺产业概况
- 二、温州家纺的销售模式分析
- 三、温州家纺品牌纷杂市场竞争无序
- 四、开发设计是温州家纺产品的灵魂
- 五、温州家纺业发展战略

第三节 浙江海宁家纺产业分析

- 一、海宁家纺产业概况
- 二、海宁家纺业转变经济增长方式
- 三、海宁家纺在需求中制胜
- 四、海宁将制定3年家纺提升规划
- 五、海宁家纺成为亮点
- 六、海宁家纺谋划经营新策略

第四节 江苏南通家纺产业分析

- 一、南通家纺产业发展概况
- 二、南通家纺优势分析
- 三、南通家纺行业瓶颈分析
- 四、锻造产业发展链

第五节 大连家纺产业分析

- 一、大连家纺业发展的宏观经济环境
- 二、大连家纺市场零售业态分析
- 三、大连家纺市场品牌分析

四、大连家纺的市场空间广阔

第六节 长沙家纺产业分析

- 一、长沙家纺市场基本概况
- 二、长沙家纺市场竞争品牌状况
- 三、长沙家纺市场终端商场分析
- 四、长沙家纺终端促销方式探析
- 五、长沙家纺市场的趋势分析

第七节 郑州家纺产业分析

- 一、郑州家纺市场概况
- 二、郑州家纺市场品牌布局
- 三、郑州家纺市场销售因素
- 四、郑州家纺市场发展趋势

第八节 中国其他地区家纺产业发展状况

- 一、山东滨州家纺工业发展状况
- 二、山东文登家纺行业发展空间巨大
- 三、浙江余杭家纺走向世界
- 四、浙江绍兴家纺的品牌化进展

第十二章 中国重点家纺企业发展分析

第一节 阿芙萝

- 一、公司简介
- 二、阿芙萝市场竞争能力分析
- 三、阿芙萝在中国市场的发展策略

第二节 富安娜

- 一、公司简介
- 二、自主研发是富安娜成功的关键
- 三、富安娜掌控销售终端的举措
- 四、经营业绩分析

第三节 罗莱

- 一、公司简介
- 二、经营业绩分析
- 三、罗莱成功把握家纺市场的结构性机会
- 四、罗莱产品市场综合占有率分析
- 五、罗莱探寻品牌突围之路
- 六、罗莱家纺的渠道分析

第四节 孚日集团

- 一、公司简介
- 二、2008-2009年经营业绩分析
- 三、公司成长性分析
- 四、公司经营能力分析
- 五、公司偿债能力及盈利能力分析
- 六、发展前景分析

第五节 红豆

- 一、公司简介
- 二、红豆家纺投资转型分析
- 三、红豆家纺在婚庆市场的发展状况
- 四、红豆家纺品牌群建设成绩显著
- 五、红豆家纺创新分析

第六节 博洋

- 一、企业简介
- 二、博洋家纺的经营概况
- 三、博洋家纺引领家居时尚
- 四、博洋家纺创新分析

第七节 南方寝饰

- 一、公司简介
- 二、南方寝饰经营业绩分析
- 三、南方寝饰提升品牌效应的十大策划

第八节 上海水星家纺

- 一、公司简介
- 二、水星家纺核心竞争力分析
- 三、2008年水星家纺借势奥运营销打造金牌品质

第九节 洁丽雅

- 一、公司简介
- 二、洁丽雅产销分析
- 三、洁丽雅的创新发展战略

第十节 其他家纺公司简介

- 一、湖南梦洁家纺有限公司
- 二、安徽鸿润（集团）股份有限公司
- 三、江苏紫罗兰家用纺织品有限公司
- 四、福建佳丽斯家纺有限公司
- 五、纪梵喜家纺公司

第十三章 2009-2010年中国家纺行业发展及投资分析

第一节 2009-2010年中国家纺行业前景展望

- 一、中国家纺消费需求的前景广阔
- 二、家纺类礼品消费市场的现状及未来的发展趋势
- 三、2009-2010年中国家纺产品流行趋势

第二节 2009-2010年家纺发展趋势与未来

- 一、消费需求趋势
- 二、品牌演变趋势
- 三、渠道模式趋势
- 四、终端创新趋势

第三节 2009-2010年中国家纺行业投资分析

- 一、中国家纺行业投资环境分析
- 二、中国家纺行业投资机会分析
- 三、中国家纺行业投资建议分析

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/5533855338.html>