

2024-2029年中国家纺行业发展前景预测分析报告

产品名称	2024-2029年中国家纺行业发展前景预测分析报告
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

产品详情

第1章：中国家纺行业发展综述1.1 家纺行业定义及分类1.1.1 行业概念及定义1.1.2 行业主要产品大类1.1.3 行业数据来源和统计口径1.2 家纺行业产业链简析1.2.1 家纺行业产业链简介1.2.2 产业链上游市场分析（1）棉花市场分析（2）合成纤维市场分析1.2.3 产业链下游市场分析（1）我国人口结构分析（2）居民收入及消费支出分析1.3 家纺行业市场环境分析1.3.1 行业政策环境分析（1）行业主管部门与监管体制（2）家纺行业发展政策分析1.3.2 行业经济环境分析（1）国民经济运行综述（2）工业经济运行良好（3）宏观经济展望（4）经济环境对家纺行业发展影响分析1.3.3 行业外贸环境分析（1）行业外贸环境发展现状（2）行业外贸环境发展趋势1.3.4 行业社会环境分析（1）消费方式转变（2）消费诉求的转变第2章：全球家纺行业发展情况分析2.1 全球家纺行业发展概况分析2.1.1 国际家纺行业发展历程分析2.1.2 国际家纺行业发展特征分析2.1.3 国际家纺行业发展现状分析2.1.4 国际家纺市场竞争格局状况2.2 主要国家家纺行业发展状况2.2.1 美国家纺行业发展状况（1）美国家纺行业概况（2）美国家纺行业主要品牌分析2.2.2 法国家纺行业发展状况（1）法国家纺市场概况（2）法国家纺产品贸易状况2.2.3 土耳其家纺行业发展状况（1）土耳其家纺产品特点（2）土耳其家纺产品出口状况2.3 跨国公司在华市场的投资布局2.3.1 美国E-SPRIT在华投资布局2.3.2 美国CK在华投资布局2.3.3 意大利TRUSSARDY在华投资布局2.3.4 美国Unifi公司在华投资布局2.3.5 英威达在华投资布局第3章：中国家纺行业发展情况分析3.1 中国家纺行业经营总况分析3.1.1 中国家纺行业发展总体概况3.1.2 中国家纺行业发展主要特点3.1.3 中国家纺行业发展历程分析3.1.4 中国家纺行业市场规模分析3.2 中国家纺行业经营情况分析3.2.1 家纺行业经营效益分析3.2.2 家纺行业盈利能力分析3.2.3 家纺行业运营能力分析3.2.4 家纺行业偿债能力分析3.2.5 家纺行业发展能力分析3.3 家纺行业竞争状况分析3.3.1 国内家纺行业品牌分析3.3.2 国内家纺行业五力竞争模型分析（1）家纺企业间的竞争分析（2）上游供应商的议价能力分析（3）下游消费者的议价能力分析（4）家纺行业潜在进入者威胁分析（5）家纺行业潜在替代品威胁分析（6）家纺行业竞争情况总结3.4 中国家纺行业进出口市场分析3.4.1 家纺行业进出口状况综述3.4.2 家纺行业出口市场分析（1）行业出口整体情况（2）行业出口产品结构（3）行业出口前景及建议3.4.3 家纺行业进口市场分析（1）行业进口整体情况（2）行业进口产品结构（3）行业进口前景及建议第4章：中国家纺行业细分产品分析4.1 中国家纺行业细分产品总体分析4.2 床上家纺用品市场分析4.2.1 床上家纺用品行业发展历程4.2.2 床上家纺用品产品描述4.2.3 床上家纺用品发展现状4.2.4 床上家纺用品竞争分析4.2.5 床上家纺用品趋势分析4.3 毛巾类家纺用品市场分析4.3.1

毛巾家纺用品行业概述4.3.2 毛巾家纺用品发展现状4.3.3 毛巾家纺用品竞争分析4.3.4
毛巾家纺用品趋势分析4.4 窗帘布艺类家纺用品市场分析4.4.1 窗帘布艺类家纺用品行业概述4.4.2
窗帘布艺类家纺用品发展现状4.4.3 窗帘布艺类家纺用品竞争分析(1) 企业间的竞争分析(2) 上游供应商的议价能力分析(3) 下游消费者的议价能力分析(4) 窗帘布艺行业潜在进入者威胁分析(5) 窗帘布艺行业潜在替代品威胁分析(6) 窗帘布艺行业竞争情况总结4.4.4 窗帘布艺类家纺用品趋势分析4.5
其他家用纺织品市场分析4.5.1 其他家用纺织品行业概述4.5.2 其他家用纺织品发展现状4.5.3
其他家用纺织品竞争分析4.5.4 其他家用纺织品趋势分析第5章：中国家纺行业营销发展分析5.1
中国家纺行业营销渠道现状分析5.1.1 家纺行业传统分销渠道分析5.1.2 家纺行业传统直销渠道分析5.1.3
家纺行业网络销售渠道分析5.1.4 中国家纺行业营销渠道存在的问题5.2
中国家纺行业营销渠道策略分析5.2.1
家纺行业营销渠道成员的选择(1) 能力选择标准(2) 渠道成员选择的方法5.2.2
家纺行业营销渠道成员的激励5.2.3
家纺行业营销渠道的权利和控制(1) 提高直营门店比例增强渠道控制力(2) 增强渠道控制力的策略5.2.4
4 家纺行业营销渠道冲突的解决(1) 传统渠道与网络渠道的冲突处理(2) 传统渠道品牌的冲突处理5.2.5
家纺行业渠道连锁经营模式的完善5.3 中国传统家纺企业上线策略分析5.3.1
家纺行业电子商务渠道发展背景5.3.2 家纺行业上线策略之产品选择5.3.3
家纺行业上线策略之人员选择5.3.4
家纺行业上线策略之加盟商策略(1) 线上线下产品差异化(2) 给加盟商让利5.3.5
家纺行业上线策略之分销商策略(1) 统一分销商价格(2) 分销商激励机制5.4
中国典型家纺企业营销渠道分析5.4.1 罗莱家纺：营销网络强大5.4.2 富安娜：视电商为国际化通道5.4.3
水星家纺：销售网络规模化第6章：家纺行业重点企业生产经营状况分析6.1
家纺企业发展总体状况分析6.1.1 中国家纺企业发展状况6.1.2 中国家纺企业经营模式6.2
中国家纺行业企业个案分析6.2.1 孚日集团股份有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析
(3) 企业产品结构及新产品动向(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析(6) 企业新发展动向分析6.2.2 罗莱生活科技股份有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构及新品动向(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析(6) 企业新发展动向分析
6.2.3 深圳市富安娜家居用品股份有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构及新产品动向(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析(6) 企业新发展动向分析6.2.4 上海水星家用纺织品股份有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构及新产品动向(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析(6) 企业新发展动向分析6.2.5 湖南梦洁家纺股份有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构及新产品动向(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析(6) 企业新发展动向分析6.3
中国家纺行业企业个案分析6.3.1 多喜爱集团股份有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析
(3) 企业产品结构(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析(6) 企业新发展动向分析6.3.2 宁波博洋控股集团有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析(6) 企业新发展动向分析6.3.3 yafang婷布艺实业(深圳)有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析(6) 企业新发展动向分析6.3.4 江苏梦兰集团有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析6.3.5 雅兰实业(深圳)有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析6.3.6 青岛喜盈门集团有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析6.3.7 紫罗兰家纺科技股份有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析6.3.8 浙江洁丽雅纺织集团有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析6.3.9 上海红富士家纺有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析6.3.10 泰丰纺织集团有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构(4) 企业销售渠道与网络(5) 企业经营状况优劣势分析第7章：中国家纺行业前景预测与投资建议7.1 中国家纺市场发展趋势与前景7.1.1
家纺行业生命周期分析7.1.2 中国家纺市场发展趋势分析7.1.3 中国家纺市场发展前景预测7.2
中国家纺行业投资风险7.2.1 家纺行业宏观经济波动风险7.2.2 家纺行业产品结构风险7.2.3

家纺行业渠道竞争风险7.2.4 家纺行业关联产业风险7.3 中国家纺行业投资建议7.3.1
家纺行业投资进入时机7.3.2 家纺行业投资建议分析