

2021-2027年中国家纺产品 市场深度研究与投资战略报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国家纺产品市场深度研究与投资战略报告》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.chinairr.org/report/R12/R1202/202103/13-391779.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国家纺产品市场深度研究与投资战略报告》共十八章。首先介绍了家纺产品相关概念及发展环境，接着分析了中国家纺产品规模及消费需求，然后对中国家纺产品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家纺产品面临的机遇及发展前景。您若想对中国家纺产品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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局数据，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。

报告目录：

第一章 家纺概述

1.1 家纺相关介绍

1.1.1 家纺产业涵盖及分类

1.1.2 床上用品分类

1.1.3 毛巾的分类

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 家纺设计对中国家纺行业的作用

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形成原因分析

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 2019年国际家纺产业市场发展分析

2.1 国际家纺市场状况分析

2.1.1 国际家纺产业市场运行环境

2.1.2 国际家纺产业发展新形态

2.1.3 国际家纺市场发展综述

- 2.1.4 国际家纺市场品牌发展与竞争分析
- 2.2 国际家纺市场状况分析
 - 2.2.1 美国家纺用品市场分析
 - 2.2.2 欧洲家纺业是这次经济危机中的主要赢家
 - 2.2.3 日本家纺市场发展状况分析
- 2.3 2021-2027年国际家纺市场前景预测

第三章 2019年中国家纺业运行环境分析

- 3.1 2019年中国宏观经济环境分析
 - 3.1.1 国民经济运行情况GDP
 - 3.1.2 消费价格指数CPI、1PPI
 - 3.1.3 全国居民收入情况
 - 3.1.4 恩格尔系数
 - 3.1.5 工业发展形势
 - 3.1.6 固定资产投资情况
 - 3.1.7 社会消费品零售总额
 - 3.1.8 对外贸易&进出口
- 3.2 2019年中国家纺业政策环境分析
 - 3.2.1 中国家纺产业政策、标准分析
 - 3.2.2 中国家纺进出口贸易政策分析
- 3.3 家纺行业相关标准发展分析
 - 3.3.1 中国家纺行业标准建设现状分析
 - 3.3.2 家纺业《蚕丝被》国家标准发布
 - 3.3.3 中国家纺产品标准与发达国家标准的差距
 - 3.3.4 变革中国家纺行业标准的举措
- 3.4 2019年中国家纺业社会环境分析
 - 3.4.1 人口环境分析
 - 3.4.2 生态环境分析
 - 3.4.3 文化环境分析
 - 3.4.4 居民的各种消费观念和习惯
 - 3.4.5 人们生活品质的提高

第四章 2019年国际家纺产业发展态势分析

4.1 中国家纺产业发展总况

4.1.1 解析中国家纺行业现状

4.1.2 我国家纺业快速发展的三大原因

4.1.3 我国家纺企业的差异化发展

4.1.4 我国家纺行业发展的四个走向

4.1.5 全球经济震荡对家纺行业的影响

4.1.6 我国首个家纺行业指数正式发布

4.2 家纺产业集群发展透析

4.2.1 我国家纺产业集群发展概况

4.2.2 中国家纺主要产业集群地浅析

4.2.3 我国家纺产业集群发展状况分析

4.2.4 我国家纺产业集群发展存在的问题及对策

4.3 家纺行业品牌发展概况

4.3.1 中国家纺行业品牌发展现状

4.3.2 国家推进服装家纺自主品牌建设

4.3.3 家纺企业遭遇品牌空心化问题

4.3.4 品牌的实施要注重实用价值

4.3.5 家纺企业应不断创新提升品牌贡献率

4.3.6 家纺企业建立品牌文化的重要性及建议

4.4 家纺行业的问题分析

4.4.1 设计

4.4.2 生产

4.4.3 营销

4.5 家纺行业的发展策略

4.5.1 家纺企业突围的三大法宝

4.5.2 家纺业提升国际市场竞争力的策略

4.5.3 “微利”时代家纺企业发展思路探析

4.5.4 家纺企业应从设计和渠道突破发展

4.5.5 中国家纺业的发展突破口

4.5.6 家纺企业应对全球化浪潮的几点建议

第五章 2015-2019年中国家纺所属行业主要数据监测分析

5.1 2015-2019年中国家纺所属行业规模分析

5.1.1 企业数量增长分析

5.1.2 从业人数增长分析

5.1.3 资产规模增长分析

5.2 2019年中国家纺所属行业结构分析

5.2.1 企业数量结构分析

5.2.2 销售收入结构分析

5.3 2015-2019年中国家纺所属行业产值分析

5.3.1 产成品增长分析

5.3.2 工业销售产值分析

5.3.3 出口交货值分析

5.4 2015-2019年中国家纺所属行业成本费用分析

5.4.1 销售成本分析

5.4.2 费用分析

5.5 2015-2019年中国家纺所属行业盈利能力分析

5.5.1 主要盈利指标分析

5.5.2 主要盈利能力指标分析

第六章 2019年中国家纺市场运营状况分析

6.1 中国家纺市场消费分析

6.1.1 家纺市场消费者群体分析

6.1.2 家纺市场消费层次分析

6.1.3 家纺市场消费心理

6.1.4 家纺市场消费心理

6.2 中国家纺市场新产品开与设计流行看点

6.2.1 家纺新产品开发

6.2.2 中国家纺市场设计与流行看点

6.3 中国家纺市场销售状况分析

6.3.1 中国家纺精品正打造全球市场超级平台

6.3.2 中国家纺市场规模及结构分析

6.3.3 家纺产品在超市销售情况分析

- 6.3.4 全国家纺批发市场分析
- 6.3.5 我国家纺市场发展新形势分析
- 6.3.6 中国家纺市场的主流发展态势分析
- 6.3.7 中国家纺市场面临的主要问题

第七章 2019年中国家纺市场营销解析

- 7.1 家纺市场营销分析
 - 7.1.1 我国家纺市场营销特点
 - 7.1.2 家纺行业市场营销模式研究
 - 7.1.3 家纺企业市场导入期的营销分析
 - 7.1.4 家纺营销呈现行业融合趋势
 - 7.1.5 家纺企业开展电子商务营销剖析
 - 7.1.6 中国家纺品牌的影视营销发展探析
 - 7.1.7 对家纺行业经销商的建议
 - 7.1.8 三线家纺品牌开拓三四级市场策略分析
- 7.2 家纺销售渠道发展分析
 - 7.2.1 国内家纺渠道的发展阶段分析
 - 7.2.2 中国家纺市场渠道建设及变革状况
 - 7.2.3 家纺企业销售渠道选择及主流趋势
 - 7.2.4 我国家纺业亟需打造差异化营销渠道
 - 7.2.5 家纺行业营销渠道的多元化分析
 - 7.2.6 家纺品牌“大家居”模式发展分析
 - 7.2.7 打造家纺行业渠道的策略
 - 7.2.8 家纺渠道的发展趋势

第八章 2019年中国家纺细分市场探析

- 8.1 婚庆家纺
 - 8.1.1 婚庆床品颜色日益丰富
 - 8.1.2 婚庆床品特征变迁
 - 8.1.3 影响婚庆家纺消费的因素
 - 8.1.4 家纺忽略中低档婚庆产品的设计开发
 - 8.1.5 个性化成婚庆家纺市场潮流

8.2 儿童家纺

8.2.1 儿童家纺成为市场新宠

8.2.2 中国婴幼儿家纺市场发展现况分析

8.2.3 儿童家纺市场的问题

8.2.4 儿童家纺产品开发需深入了解消费者需求

8.2.5 中国儿童家纺市场发展前景乐观

8.2.6 婴幼儿家纺市场有待开发

8.3 功能性家纺

8.3.1 功能性床品的分类

8.3.2 功能家纺市场需求有待挖掘

8.3.3 功效是消费者购买功能床品的决定性因素

8.3.4 功能性家纺产品有虚假宣传的嫌疑

8.3.5 功能性床品推广需解决的难题

8.3.6 发展功能性家纺注意的事项

8.3.7 功能性家纺产品的市场开发策略

第九章 床上用品

9.1 中国床上用品行业概述

9.1.1 中国床上用品行业的发展状况

9.1.2 中国床上用品行业的特点

9.1.3 中国床上用品行业的产品结构

9.1.4 我国中档床上用品市场发展空间大

9.2 床上用品市场发展状况

9.2.1 国内床品市场现有品牌概述

9.2.2 床上用品消费观念的更新

9.2.3 中国床上用品消费者的需求及其发展

9.2.4 中国床上用品销售渠道构成

9.2.5 中国床上用品市场重视品牌化营销

9.3 中国床上用品行业的国际化发展分析

9.3.1 中国床上用品出口保持良好增长态势

9.3.2 中国床上用品技术标准化迈出国际化步伐

9.3.3 中国床上用品出口景气度分析

9.4 床上用品竞争状况

9.4.1 床上用品企业的竞争方式及选择

9.4.2 床上用品企业的竞争策略

9.4.3 床上用品行业的竞争趋势探析

9.5 中国床上用品行业的投资特性

9.5.1 季节性

9.5.2 投资少收效快

9.5.3 原材料丰富和低廉

9.5.4 利润大及风险相对比较小

9.6 床上用品发展的前景及趋势

9.6.1 国内床上用品渠道发展趋势

9.6.2 床上用品需求的发展趋势

9.6.3 中国床上用品的开发方向

第十章 毛巾

10.1 国际毛巾市场概况

10.1.1 国际毛巾市场产品的新变化

10.1.2 法国毛巾市场消费状况回顾

10.1.3 俄罗斯毛巾市场发展状况

10.1.4 美国起绒毛巾市场需求较大

10.2 中国毛巾行业发展状况

10.2.1 我国毛巾行业持续快速发展

10.2.2 中国毛巾行业实施新国标

10.2.3 中国毛巾行业发展的有利因素

10.2.4 国内毛巾市场的竞争格局

10.2.5 国内毛巾市场消费的主要特点

10.2.6 国内毛巾产业技术装备现状浅析

10.3 中国毛巾出口状况

10.3.1 中国毛巾出口市场特征分析

10.3.2 国内毛巾领军企业出口逆市增长

10.3.3 我国毛巾产品出口情况简析

10.3.4 中国毛巾出口面临壁垒

10.4 中国毛巾行业存在的问题

10.4.1 毛巾行业发展中面临的问题

10.4.2 制约毛巾市场发展壮大的因素

10.4.3 劣质毛巾存在安全隐患

10.5 毛巾市场发展对策

10.5.1 我国毛巾市场发展战略分析

10.5.2 毛巾品牌导入和市场细分策略

10.5.3 加强毛巾市场竞争力的策略

10.5.4 国内毛巾企业打造品牌竞争力的途径

10.6 毛巾市场前景及趋势

10.6.1 未来我国毛巾产品市场前景展望

10.6.2 中国毛巾市场发展潜力巨大

10.6.3 消费观念升级将带动毛巾市场发展

10.6.4 毛巾市场的发展趋势分析

第十一章 其他家纺产品发展状况

11.1 布艺

11.1.1 布艺的概念和内容

11.1.2 中国布艺业发展的三个阶段

11.1.3 中国布艺行业总体发展状况

11.1.4 国内布艺市场发展面临的挑战

11.1.5 布艺行业的市场定位及营销策略

11.1.6 我国布艺行业未来发展趋势

11.2 窗帘市场发展分析

11.2.1 绿色窗帘的分类及特点

11.2.2 家居装饰的兴盛带动窗帘市场

11.2.3 中国窗帘行业发展综述

11.2.4 婴幼儿窗帘市场潜力巨大

11.2.5 窗帘行业创新发展策略

11.2.6 中国窗帘行业发展方向解析

11.3 地毯业发展状况

11.3.1 世界地毯业发展回顾

- 11.3.2 我国地毯发展历史简述
- 11.3.3 中国地毯行业概况
- 11.3.4 家用地毯市场亟待发掘
- 11.3.5 国内地毯行业存在的问题
- 11.3.6 地毯行业发展前景及趋势
- 11.3.7 地毯行业的技术研究方向

第十二章 中国家纺产品进出口分析

- 12.1 中国家纺行业进出口概况
 - 12.1.1 中国家纺行业出口状况回顾
 - 12.1.2 我国主要家纺产品出口特点分析
 - 12.1.3 家纺产品出口景气度分析
 - 12.1.4 欧美家纺绿色壁垒对中国家纺的制约及应对策略
- 12.2 中国家纺出口国际市场的空间及策略分析
 - 12.2.1 进军俄罗斯家纺市场商机巨大
 - 12.2.2 印度家纺进口状况及产品价位分析
 - 12.2.3 欧洲家纺市场特点及开发策略
 - 12.2.4 进入美国家纺市场的建议

第十三章 2015-2019年中国床上用品细分产品进出口数据监测

- 13.1 2015-2019年中国毯子及旅行毯进出口贸易分析
 - 13.1.1 毯子及旅行毯进出口数量分析
 - 13.1.2 毯子及旅行毯进出口金额分析
 - 13.1.3 毯子及旅行毯进出口国家及地区分析
- 13.2 2015-2019年中国床上餐桌盥洗及厨房用的织物制品进出口贸易分析
 - 13.2.1 床上餐桌盥洗及厨房用的织物制品进出口数量分析
 - 13.2.2 床上餐桌盥洗及厨房用的织物制品进出口金额分析
 - 13.2.3 床上餐桌盥洗及厨房用的织物制品进出口国家及地区分析
- 13.3 2015-2019年中国窗帘（包括帷帘）及帐幔；帘帷或床帷进出口贸易分析
 - 13.3.1 窗帘（包括帷帘）及帐幔；帘帷或床帷进出口数量分析
 - 13.3.2 窗帘（包括帷帘）及帐幔；帘帷或床帷进出口金额分析
 - 13.3.3 窗帘（包括帷帘）及帐幔；帘帷或床帷进出口国家及地区分析

第十四章 2015-2019年中国毛巾进出口贸易数据统计分析

14.1 2015-2019年中国棉制毛巾进出口数据监测分析

14.1.1 棉制毛巾进出口数量分析

14.1.2 棉制毛巾进出口金额分析

14.1.3 棉制毛巾进出口国家及地区分析

14.2 2015-2019年中国亚麻毛巾进出口数据监测分析

14.2.1 亚麻毛巾进出口数量分析

14.2.2 亚麻毛巾进出口金额分析

14.2.3 亚麻毛巾进出口国家及地区分析

第十五章 2019年中国家纺产业竞争新格局透析

15.1 2019年中国家纺市场竞争总况

15.1.1 中国家纺市场竞争环境

15.1.2 中国家纺行业竞争相当激烈

15.1.3 中国家纺企业竞争态势的转变

15.1.4 家纺企业竞争应注意的问题

15.1.5 家纺业避免同质化竞争策略探析

15.1.6 未来家纺市场的竞争势力及特点分析

15.2 2019年中国家纺市场集中度分析

15.3 中国家纺业品牌竞争趋势深度解析

15.3.1 品牌规模效应的竞争

15.3.2 品牌集约区域性的竞争

15.3.3 国内外家纺品牌竞争力同比

15.4 2021-2027年中国家纺市场竞争趋势预测分析

第十六章 2019年中国主要地区家纺发展状况

16.1 安徽

16.1.1 安徽家纺市场发展势头强劲

16.1.2 金融危机下安徽家纺行业积极拓展市场

16.1.3 安徽家纺行业存在的问题分析

16.1.4 安徽家纺业在发展机遇期的策略分析

- 16.1.5 安徽家纺产业发展前景解析
- 16.2 浙江绍兴
 - 16.2.1 绍兴家纺行业积极打造区域名牌
 - 16.2.2 绍兴家纺产业发展现状
 - 16.2.3 绍兴家纺企业积极拓展海外市场
 - 16.2.4 绍兴家纺行业应加强自主品牌的建设
- 16.3 浙江温州
 - 16.3.1 温州家纺产业概况
 - 16.3.2 温州家纺的销售模式分析
 - 16.3.3 温州家纺业持续发展的瓶颈
 - 16.3.4 温州家纺市场存在的问题及不足
- 16.4 浙江海宁
 - 16.4.1 海宁家纺产业的发展概况
 - 16.4.2 海宁家纺专业市场推动产业快速发展
 - 16.4.3 海宁家纺行业迎来新一轮腾飞
 - 16.4.4 海宁家纺企业经济运行情况
 - 16.4.5 海宁家纺城经营状况分析
 - 16.4.6 海宁家纺的发展模式亟待改变
- 16.5 江苏南通
 - 16.5.1 南通家纺业的优势分析
 - 16.5.2 南通家纺产业发展成就
 - 16.5.3 南通家纺产业发展特点概述
 - 16.5.4 南通家纺产业发展存在的问题
 - 16.5.5 南通家纺产业发展的重要举措
- 16.6 山东滨州
 - 16.6.1 滨州崛起家纺产业集群
 - 16.6.2 滨州家纺产业集群形成的原因
 - 16.6.3 滨州家纺产业集群竞争力分析
 - 16.6.4 滨州家纺产业集群发展战略
- 16.7 大连
 - 16.7.1 大连家纺业发展的宏观经济环境
 - 16.7.2 大连家纺市场零售业态分析

16.7.3 大连家纺市场品牌分析

16.7.4 大连家纺的市场空间广阔

16.8 长沙

16.8.1 长沙家纺市场基本概况

16.8.2 长沙家纺市场竞争品牌状况

16.8.3 长沙家纺市场终端商场分析

16.9 中国其他地区家纺产业发展状况

16.16.1 山东青岛家纺产业市场空间广阔

16.16.2 山东文登家纺行业发展的优势分析

16.16.3 浙江余杭积极建设国际家纺基地

第十七章中国重点家纺企业发展分析

17.1 阿芙萝

17.1.1 公司概况

17.1.2 阿芙萝市场竞争能力分析

17.1.3 阿芙萝在中国市场的发展策略

17.2 富安娜

17.2.1 公司概况

17.2.2 自主研发是富安娜成功的关键

17.2.3 富安娜掌控销售终端的举措

17.2.4 富安娜与罗莱的渠道战升级

17.2.5 富安娜经营状况分析

17.2.6 富安娜家纺公司扩张情况及未来发展思路

17.3 罗莱家纺

17.3.1 公司概况

17.3.2 罗莱的发展历程回顾

17.3.3 罗莱成功把握家纺市场的结构性机会

17.3.4 罗莱家纺销售渠道灵活多变

17.3.5 罗莱的盈利模式分析

17.3.6 罗莱家纺经营状况分析

17.3.7 罗莱家纺渠道和品牌建设状况及未来业绩展望

17.4 孚日集团

- 17.4.1 公司概况
- 17.4.2 孚日集团借力全运会打造家纺品牌
- 17.4.3 孚日集团加大市场开拓力度
- 17.4.4 孚日股份经营状况分析
- 17.5 梦洁家纺
 - 17.5.1 公司概况
 - 17.5.2 梦洁家纺品牌升级发展概况
 - 17.5.3 梦洁营销模式转型升级简述
- 17.6 红豆股份
 - 17.6.1 公司概况
 - 17.6.2 红豆家纺在婚庆市场的发展状况
 - 17.6.3 红豆家纺品牌群建设成绩显著
 - 17.6.4 红豆家纺以创新开辟转型升级道路
- 17.7 博洋
 - 17.7.1 企业概况
 - 17.7.2 博洋家纺的经营概况
 - 17.7.3 博洋家纺引领家居时尚
 - 17.7.4 博洋家纺的逆势扩张战略解析
 - 17.7.5 博洋家纺大举进军网络销售领域
- 17.8 南方寝饰
 - 17.8.1 公司概况
 - 17.8.2 南方寝饰发展历程
 - 17.8.3 南方寝饰发展的优势浅析
 - 17.8.4 南方寝饰在逆境中求突破
- 17.9 上海水星家纺
 - 17.9.1 公司概况
 - 17.9.2 水星家纺品牌诠释
 - 17.9.3 水星家纺借势奥运营销打造金牌品质
 - 17.9.4 水星家纺公司发展战略变化
- 17.10 洁丽雅
 - 17.10.1 公司概况
 - 17.10.2 洁丽雅品牌战略保增长

17.10.3 洁丽雅集团新品研发成效显著

17.10.4 洁丽雅未来5年发展计划

17.11 其他家纺公司概况

17.11.1 安徽鸿润（集团）股份有限公司

17.11.2 江苏紫罗兰家用纺织品有限公司

17.11.3 福建佳丽斯家纺有限公司

17.11.4 纪梵喜家纺公司

17.11.5 江苏凯盛家用纺织品有限公司

第十八章 2021-2027年中国家纺行业发展前景及趋势分析（）

18.1 家纺行业投资分析

18.1.1 家纺行业投资价值及环境分析

18.1.2 进入家纺行业的主要障碍

18.1.3 家纺业面临的投资风险

18.1.4 家纺业面临的投资机遇

18.1.5 家纺行业存在的机会点分析

18.2 家纺行业前景趋势分析

18.2.1 中国家纺行业发展前景广阔

18.2.2 家纺产业发展趋势

18.2.3 中国家纺设计与流行趋势预测

18.2.4 2021-2027年中国家纺行业前景预测

18.2.5 2021-2027年中国家纺市场盈利预测

图表目录：

图表：2015-2019年我国家纺行业企业数量增长趋势图

图表：2015-2019年我国家纺行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2015-2019年我国家纺行业从业人数增长趋势图

图表：2015-2019年我国家纺行业资产规模增长趋势图

图表：2019年我国家纺行业不同类型企业数量分布图

图表：2019年我国家纺行业不同所有制企业数量分布图

图表：2019年我国家纺行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2019年我国家纺行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2015-2019年我国家纺行业产成品增长趋势图

图表：2015-2019年我国家纺行业工业销售产值增长趋势图

图表：2015-2019年我国家纺行业出口交货值增长趋势图

图表：2015-2019年我国家纺行业销售成本增长趋势图

图表：2015-2019年我国家纺行业费用使用统计图

图表：2015-2019年我国家纺行业主要盈利指标统计图

图表：2015-2019年我国家纺行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2015-2019年中国毯子及旅行毯进出口数量分析

图表：2015-2019年中国毯子及旅行毯进出口金额分析

图表：2015-2019年中国毯子及旅行毯进出口平均单价分析

图表：2015-2019年中国毯子及旅行毯进出口国家及地区分析

图表：2015-2019年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口数量分析

图表：2015-2019年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口金额分析

图表：2015-2019年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口平均单价分析

图表：2015-2019年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口国家及地区分析

图表：2015-2019年中国窗帘（包括帷帘）及帐幔；帘帷或床帷进出口数量分析

图表：2015-2019年中国窗帘（包括帷帘）及帐幔；帘帷或床帷进出口金额分析

图表：2015-2019年中国窗帘（包括帷帘）及帐幔；帘帷或床帷进出口平均单价分析

图表：2015-2019年中国窗帘（包括帷帘）及帐幔；帘帷或床帷进出口国家及地区分析

图表：2015-2019年中国棉制毛巾进出口数量分析

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/202103/13-391779.html>