

中国家纺行业“企业十二五”规划制定参考报告

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

《中国家纺行业“企业十二五”规划制定参考报告》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/R1202/201011/07-56846.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

2010年是中国十一五收官之年，起草和编制下一个五年发展规划已列入今年政府工作的重要议事日程。从国务院多部门前期调研透露的信息看，未来五年中国将开启经济与社会的双重转型，以转变发展方式和调整经济结构为主线，部署中国经济社会从外需向内需、从高碳向低碳，从强国向富民的三大转型。

十一五结构调整目标料难实现，转变发展方式进展缓慢，投资和出口仍是中国经济的主要推动力，经济增长严重依赖要素投入，增长效益提高不明显。贸易顺差巨大，国际收支失衡，庞大的外汇占款导致货币发行量激增，引发资产价格泡沫风险。此次国际金融危机后，国际经济环境发生了自二战以来最深刻的变化，外需难以恢复到危机前水平。因此，十二五期间必须有效扩大国内需求，特别是消费需求，减少经济增长对外部需求的过多依赖。同时工业占GDP的比重也达到极限，十二五期间工业化亦很难再提速，规模扩张的工业化模式必然要让位于质量提升的增长模式。

随着人们生活质量的提高，对家用纺织品在数量上、品种上、质量上的需求不断增长。对家用纺织品的消费已从单一品种的实用性消费逐步向多品种、系列化消费过渡。家用纺织品作为室内软装饰的文化内涵比服饰文化的内涵还要广。也像服装一样每年都有流行趋势。我国从2000年才开始发布家用纺织品的流行趋势。我国在消费上还处于初级阶段，但近几年发展的热头很快，盲目性也较大。这就需要对家用纺织品的消费进行宣传和引导，弘扬“家纺文化”，提高家用纺织品的消费品味。使家用纺织品真正成为纺织行业的一个新的经济增长点。提高技术装备水平，赶超国际先进水平，增强国际市场竞争能力。国际家用纺织品产业发展很快，各种新型纺织品和电子等先进技术普遍应用在家纺设计生产中。如喷墨印花、电脑花型设计、新型原料及各种复合工艺技术等等，并与相关的产业如建材、家具、园林等密切关联，相互促进，从而使家纺产品的深度和广度发生了巨大变化。我国必须尽快提高家纺行业的技术、装备水平，使产品尽快赶上国际水平。提高国际竞争力，扩大家用纺织品的出口比例。

中国产业研究报告网发布的《中国家纺行业“企业十二五”规划制定参考报告》共十二章。首先介绍了中国家纺行业相关概述，接着分析了中国家纺行业全球市场发展状况，然后对中国家纺行业市场运行环境及运行现状进行了重点分析，最后分析了中国家纺行业的发展趋势及投资前景，并提出相应投资策略。您若想对中国家纺行业有个系统的了解，透视行业发展现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础，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。

第一章 家纺行业相关概述

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、功能性家纺的分类

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、中国家纺设计应走民族化道路
- 六、家纺设计变革的思路和方法

第二章 “十一五”期间家纺行业全发展分析

第一节 国际家纺市场概述

- 一、国际家纺行业市场发展现状分析
- 二、2009年美国家纺用品市场分析
- 三、欧洲家纺业是这次经济危机中的主要赢家
- 四、日本家纺市场发展状况分析

第二节 中国家纺行业发展分析

- 一、家纺行业整体发展态势良好
- 二、消费习惯转变支撑家纺行业长远发展
- 三、我国家纺企业的差异化发展
- 四、我国家纺行业发展的四个走向
- 五、全球经济危机对家纺行业的影响
- 六、2009年我国首个家纺行业指数正式发布

第三节 2007-2010年中国家纺行业发展情况

- 一、2007年家纺行业发展状况分析

- 二、2008年家纺行业特点分析回顾
- 三、2009年中国家纺行业发展状况分析
- 四、2010年中国家纺行业发展状况分析

第四节 家纺产业集群发展透析

- 一、我国家纺产业集群发展概况
- 二、中国家纺主要产业集群地浅析
- 三、2009年我国家纺产业集群发展状况分析
- 四、我国家纺产业集群发展存在的问题及对策
- 五、家纺业西移进入产业布局新时代

第五节 家纺行业品牌发展概况

- 一、金融危机中的家纺品牌效应
- 二、家纺企业遭遇品牌空心化问题
- 三、品牌的实施要注重实用价值
- 四、家纺企业应不断创新提升品牌贡献率
- 五、家纺企业建立品牌文化的重要性及建议

第三章 “十一五”期间中国家纺行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济情况分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国家纺行业政策环境分析

- 一、家纺行业监管体制分析
- 二、家纺行业相关政策分析

第四章 “十一五”期间我国家纺行业发展现状分析

第一节 家纺行业发展基本情况

- 一、我国家纺行业发展现状分析
- 二、我国家纺行业供需情况分析
- 三、我国家纺行业技术发展状况

第二节 我国家纺行业存在问题及发展限制分析

- 一、主要问题与发展受限

二、基本应对的策略

第五章 “十一五”家纺细分市场分析

第一节 婚庆家纺

- 一、国内婚庆家纺市场商机巨大
- 二、婚庆床品特征变迁
- 三、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、个性化婚庆家纺市场潮流
- 六、80后婚庆床品市场潜力巨大

第二节 儿童家纺

- 一、儿童家纺成为市场新宠
- 二、中国婴幼家纺市场发展现况分析
- 三、儿童家纺市场的问题
- 四、婴幼儿家纺市场有待开发
- 六、儿童家纺市场缺口依然存在

第三节 功能性家纺

- 一、功能性床品的分类
- 二、功能家纺市场需求有待挖掘
- 三、功效是消费者购买功能床品的决定性因素
- 四、功能性家纺产品有虚假宣传的嫌疑
- 五、功能性床品推广需解决的难题
- 六、发展功能性家纺注意的事项

第六章 家纺行业“十一五”规划期间行业运行监测数据分析

第一节 2008-2010年中国家纺行业总体数据分析

- 一、2008年中国家纺行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国家纺行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国家纺行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国家纺行业不同规模企业数据分析

- 一、2008年中国家纺行业不同规模企业数据分析
- 二、2009年中国家纺行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国家纺行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国家纺行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国家纺行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国家纺行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国家纺行业不同所有制企业数据分析

第七章 家纺行业“十二五”规划基本思路分析

第一节 家纺行业面临的主要问题

第二节 家纺行业面临的发展形势分析

第三节 家纺行业“十二五”规划基本思路及基本原则

第四节 家纺行业“十二五”规划主要目标及主要任务

第五节 家纺行业“十二五”规划保障措施分析

第八章 集团企业制定“十二五”规划指导

第一节 集团企业制定“十二五”规划主要内容

一、“十一五”战略规划回顾和效果评估

二、“十二五”规划编制的指导思想和发展思路

三、“十二五”规划编制的基本出发点

四、“十二五”规划编制的流程

五、“十二五”规划编制的基础和方法

六、“十二五”规划编制的成果体现

七、“十二五”规划编制的内容

第二节 制订战略规划后的战略管理

一、战略规划的质询、批准与公布

二、战略规划的执行

三、战略执行效果的评估

四、战略检讨与调整

第九章 家纺行业“十二五”区域竞争格局研究

第一节 “十二五”家纺行业区域格局变化预测

第二节 家纺行业重点区域市场研究

一、重点区域市场发展现状

二、重点区域市场未来演变趋势

第三节 家纺行业“十二五”潜在兼并及重组机会预测

一、行业兼并重组趋势

二、主要企业及地区兼并重组动向预测

第十章 家纺行业“十二五”规划期重点企业竞争力分析

第一节 阿芙萝

一、公司简介

二、阿芙萝家纺 后来居上后发先至

三、阿芙萝市场竞争能力分析

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、2009-2010年富安娜经营情况

五、公司财务数据分析

六、2010年富安娜全力打造“第二品牌”

第三节 罗莱

一、公司简介

二、罗莱的发展历程回顾

三、罗莱成功把握家纺市场的结构性机会

四、罗莱家纺销售渠道灵活多变

五、罗莱最新发展动态

六、罗莱家纺加快渠道和品牌建设

第四节 孚日集团

一、公司简介

二、孚日引领中国毛巾探寻科技增长极

三、孚日大家纺全面渠道建设助力品牌快速发展

四、2009-2010年孚日集团经营状况分析

五、公司财务数据分析

六、低碳搭乘世博快车 孚日引领行业潮流

七、孚日三年规划 品牌建设是关键

第五节 红豆

- 一、公司简介
- 二、红豆家纺在婚庆市场的发展状况
- 三、红豆家纺品牌群建设成绩显著
- 四、红豆家纺以创新开辟转型升级道路

第六节 博洋

- 一、企业简介
- 二、博洋家纺引领家居时尚
- 三、博洋家纺：“危”“机”转换术
- 四、博洋家纺的逆势扩张战略解析
- 五、博洋家纺与喜羊羊合作 打造“喜羊羊”乐园
- 六、博洋家纺大举进军网络销售领域

第七节 南方寝饰

- 一、公司简介
- 二、南方寝饰发展历程
- 三、南方寝饰提升品牌效应的十大策划
- 四、2009年南方寝饰在逆境中求突破
- 五、2010年南方寝饰开展“大招商”战略

第八节 上海水星家纺

- 一、公司简介
- 二、水星家纺品牌诠释
- 三、水星家纺建立信息管理体系
- 四、水星网络营销跳出同质化竞争
- 五、2010年上海“水星家纺”全棉被套抽查不合格
- 六、2010水星家纺营销策略：品牌整合推广

第九节 洁丽雅

- 一、公司简介
- 二、2009年洁丽雅毛巾销售额同比增长65%
- 三、洁丽雅集团品牌战略是企业形象的推手
- 四、品牌为纲成洁丽雅核心战略
- 五、2010年洁丽雅新品牌战略规划全面铺开
- 六、洁丽雅计划发挥网络的重要作用

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

第十一章 家纺行业“十二五”发展预测分析

第一节 家纺行业“十二五”供需格局预测

一、家纺行业“十二五”供给形式预测分析

- 1、主要供给指标预测
- 2、影响供给重大因素

二、家纺行业“十二五”需求形式预测分析

- 1、主要需求指标预测
- 2、影响需求重大因素
- 3、需求格局构成研究

第二节 家纺行业“十二五”进出口形势预测

- 一、进口形式预测
- 二、出口形式预测
- 三、进出口影响因素分析

第三节 家纺行业“十二五”价格走势预测

- 一、主要价格指标预测
- 二、影响价格变化主要因素分析

第十二章 家纺行业“十二五”重点项目及投资机会研究

第一节 家纺行业“十二五”规划重大项目情况

第二节 家纺行业“十二五”发展趋势分析

- 一、技术发展预测研究
- 二、市场发展预测研究

第三节 家纺行业“十二五”投资重点分析

第四节 家纺行业“十二五”投资机会分析

第五节 家纺行业“十二五”投资策略研究

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年末国家外汇储备

中国产业研究报告网发布的《中国纺织行业“十二五”规划制定参考报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年上半年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：……

更多图表详见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/201011/07-56846.html>