

# 2017-2022年中国家纺行业电子商务行业发展趋势 及投资战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国家纺行业电子商务行业发展趋势及投资战略研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201611/466815.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

根据我们的测算，家纺行业前三季度收入/净利润分别+3.53%/-12.83%，Q3分别+4.10%/-13.00%，与上半年趋势基本一致。罗莱生活和富安娜收入增幅不大，净利润则呈现出负增长的状态，梦洁股份收入、净利均为负增长，多喜爱收入增速12%，但利润端压力较大，净利下滑45%。

家纺类企业收入增速13年之后基本维持在0-5%的区间，净利润增速在14年达到20%的峰值，之后随着消费市场的低迷不振，增速开始迅速下降，16年前三季度降至-13%。目前行业内公司也在积极探索，只是短期内业绩贡献有限。富安娜大家居业务首个旗舰店已于7月营业，同时计划开设若干直营店，深圳龙华店预计11月开业，梦洁提升增值服务内容、加强功能性产品的开发及婚庆市场布局，罗莱布局家居生态圈，多喜爱则推出HBDIY互联网平台计划以及“知名IP 衍生品”计划。

### 2012-2016年家纺业历年收入、净利润增长情况

智研咨询发布的《2017-2022年中国家纺行业电子商务行业发展趋势及投资战略研究报告》共七章。首先介绍了家纺行业电子商务产业相关概念及发展环境，接着分析了中国家纺行业电子商务行业规模及消费需求，然后对中国家纺行业电子商务行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家纺行业电子商务行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国家纺行业电子商务行业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 中国电子商务行业发展分析 11

#### 第一节 电子商务基本概况 11

##### 一、电子商务基本定义 11

##### 二、电子商务发展阶段 11

##### 三、电子商务基本特征 12

##### 四、电子商务支撑环境 13

##### 五、电子商务基本模式 16

###### （一）电子商务分类 16

###### （二）电子商务功能 17

###### （三）电子商务运营模式 19

#### 第二节 中国电子商务发展规模分析 22

##### 一、电子商务交易规模分析 22

2015年中国电子商务市场交易规模16.4万亿元，增长22.7%。其中网络购物增长36.2%，成为推动电子商务市场发展的重要力量。另外，在线旅游39.9%、本地生活服务O2O38.3%的增长共同拉动电商增长。

## 2011-2018年中国电子商务市场交易规模

### 二、电子商务市场结构分析 22

#### （一）电子商务市场结构 22

#### （二）电子商务区域结构 23

### 三、电子商务从业人员规模 24

### 四、电子商务相关融合产业 25

## 第三节 中国电子商务细分行业分析 26

### 一、B2B电子商务发展分析 26

#### （一）B2B市场规模 26

#### （二）B2B企业规模 27

#### （三）B2B市场营收 28

#### （四）B2B市场份额 29

#### （五）B2B用户规模 31

#### （六）B2B发展趋势 31

### 二、网络零售市场发展分析 32

#### （一）网络零售交易规模 32

#### （二）网络零售市场占比 33

#### （三）网络零售企业规模 33

#### （四）网络零售市场份额 34

#### （五）网络零售用户规模 35

#### （六）网络零售网店规模 36

#### （七）移动电商市场规模 36

#### （八）移动电商用户规模 37

#### （九）海外代购市场规模 37

### 三、网络团购市场发展分析 38

#### （一）网络团购交易规模 38

#### （二）网络团购网站规模 39

#### （三）网络团购市场份额 40

## 第二章 家纺行业电子商务发展环境分析 41

### 第一节 家纺行业电子商务政策环境分析 41

#### 一、家纺电子商务相关政策分析 41

#### 二、《家纺十三五发展规划》 42

### 三、《电子商务十三五发展规划》 42

#### 第二节 家纺行业电子商务社会环境分析 43

##### 一、人均床上用品消费情况 43

##### 二、全社会消费品零售总额 43

##### 三、中国人口环境分析 45

##### 四、房地产市场发展分析 46

#### 第三节 中国网民规模和结构特征 48

##### 一、网民规模 48

###### (一) 总体网民规模 48

2015年，中国互联网产业继续蓬勃发展。至2015年末，我国网民规模为6.88亿，同比增长6.1%，互联网渗透率已达50%，网民数量稳居全球第一。互联网发展的主要推动力正逐渐从PC端向手机端转移。根据数据显示，2015年，我国新增手机端网民6303万，总人数达6.2亿。而放弃PC端，仅通过手机等移动端上网的网民人数已达1.27亿，占中国全部互联网用户的18.5%。随着移动互联网功能和应用的不断完备和智能手机的进一步普及，仅使用手机互联网用户占比有望快速攀登。

2005-2015年中国网民规模和互联网普及率 单位：万人/%

###### (二) 手机网民规模 49

中国手机网民规模（万人）及占网民比例（%）

###### (三) 农村网民规模 50

###### (四) 分省网民规模 51

##### 二、网民结构特征 53

###### (一) 性别结构 53

###### (二) 年龄结构 53

###### (三) 学历结构 54

###### (四) 职业结构 54

###### (五) 收入结构 55

#### 第三章 中国家纺行业营销渠道发展分析 57

##### 第一节 家纺行业销售渠道特点分析 57

###### 一、家纺行业直营店特点 57

###### 二、家纺行业加盟店特点 57

###### 三、家纺一体两翼渠道模式 57

###### 四、家纺电子商务营销模式 58

##### 第二节 家纺行业销售渠道对比分析 58

###### 一、家纺行业直营店渠道 58

###### 二、家纺行业加盟店渠道 59

- 三、家纺行业网络销售渠道 60
- 第三节 家纺行业实体店营销分析 60
  - 一、家纺行业营销特征 60
    - (一)“慢速”供应链 60
    - (二)零售平效很低 61
    - (三)销售渠道突围 62
  - 二、家纺重点企业门店数 64
    - (一)罗莱家纺 64
    - (二)梦洁家纺 65
    - (三)富安娜 65
    - (四)多喜爱家纺 66
- 第四节 家纺行业营销策略分析 67
  - 一、目标市场差异化 67
  - 二、产品差异化 67
  - 三、营销手段差异化 67
- 第四章 中国家纺行业电子商务营销状况分析 69
  - 第一节 纺织服装电子商务发展分析 69
    - 一、纺织服装电商交易规模 69
    - 二、纺织服装专业市场规模 69
    - 三、服装家纺网络零售规模 70
    - 四、纺织服装电商从业人员 71
  - 第二节 家纺行业电子商务发展分析 71
    - 一、家纺行业电子商务概况 71
    - 二、家纺电子商务交易规模 71
    - 三、家纺电商销售需求分析 72
    - 四、家纺电商“双十一”战绩 73
      - (一)淘宝天猫“双十一”销售 73
      - (二)家纺品牌“双十一”销售 75
    - 五、中国家纺电商服务中心 76
  - 第三节 家纺电子商务营销市场竞争 77
    - 一、家纺电子商务竞争分析 77
    - 二、家纺电子商务竞争策略 78
  - 第四节 家纺电子商务营销存在问题 80
    - 一、家纺巨头“微信门”分析 80
    - 二、家纺电子商务O2O模式问题 82

三、家纺电商或不利行业良性发展	82
第五章 中国家纺电子商务营销平台建立分析	84
第一节 家纺电子商务营销平台建立环境	84
一、家纺电子商务营销优势分析	84
二、家纺电子商务营销存在问题	84
(一) 渠道冲突问题	84
(二) 专业化人才缺乏	84
(三) 中小型家纺企业电商诉求难满足	85
第二节 家纺电子商务营销平台建立定位	85
一、家纺电商严控产品质量	85
二、服务中小型家纺企业	87
三、综合信息化网站发展	87
第三节 家纺电子商务营销平台可行性分析	88
第四节 家纺企业电商网站建设分析	89
一、家纺电商网站建设流程	89
(一) 域名的申请	89
(二) 网站运行模式选择	89
(三) 网站开发规划	91
(四) 网站需求规划	92
二、网站系统功能说明	92
三、网站建设工具及技术	93
四、网站安全措施维护	93
五、网站后台管理系统	93
第五节 家纺电子商务营销渠道建立策略	94
一、设立产品展示	94
二、选择合理的销售代理和结算方式	94
三、建立高效的送货渠道	94
第六章 中国重点家纺企业电子商务营销分析	96
第一节 罗莱家纺股份有限公司	96
一、企业基本情况分析	96
二、企业系列产品分析	96
三、企业生产能力分析	97
四、企业经营情况分析	97
五、企业重点销售区域	99
六、企业电商销售分析	100

七、家纺产品电商价格 100

第二节 湖南梦洁家纺股份有限公司 101

一、企业基本情况分析 101

二、企业系列产品分析 101

三、企业生产能力分析 102

四、企业经营情况分析 103

五、企业重点销售区域 104

六、企业电商销售分析 105

七、家纺产品电商价格 106

第三节 富安娜家居用品股份有限公司 107

一、企业基本情况分析 107

二、企业系列产品分析 108

三、企业生产能力分析 108

四、企业经营情况分析 108

五、企业重点销售区域 109

六、企业电商销售分析 110

七、家纺产品电商价格 111

第四节 多喜爱家纺股份有限公司 111

一、企业基本情况分析 111

二、企业系列产品分析 112

三、企业生产能力分析 113

四、企业经营情况分析 113

五、企业重点销售区域 114

六、企业电商销售分析 115

七、家纺产品电商价格 116

第五节 宁波博洋纺织有限公司 117

一、企业基本情况分析 117

二、企业系列产品分析 117

三、企业电商销售分析 118

四、家纺产品电商价格 118

第六节 上海水星家用纺织品股份有限公司 119

一、企业基本情况分析 119

二、企业系列产品分析 120

三、企业经营情况分析 120

四、企业电商销售分析 122

五、家纺产品电商价格 122

第七节 紫罗兰家纺科技股份有限公司 123

一、企业基本情况分析 123

二、企业系列产品分析 123

三、企业经营情况分析 124

四、企业电商销售分析 126

五、家纺产品电商价格 127

第八节 南方寝饰用品有限公司 128

一、企业基本情况分析 128

二、企业系列产品分析 128

三、企业经营情况分析 129

四、企业电商销售分析 130

五、家纺产品电商价格 131

第七章 中国重点家纺企业电子商务营销分析 132 (ZY CW)

第一节 家纺电子商务投资环境分析 132

一、整体家居概念流行趋势分析 132

二、家纺企业仍热衷拓展线下门店 132

三、电子商务行业十三五发展规划 132

四、电商促进纺织服装行业转型升级 134

第二节 家纺电子商务发展趋势及前景分析 134

一、家纺电子商务营销趋势分析 134

二、家纺电子商务营销前景分析 135

第三节 家纺电子商务营销投资风险分析 136

一、市场竞争风险 136

二、技术风险分析 136

三、电子支付风险 136

第四节 中国家纺电商行业融资策略分析 137

一、家纺电子商务行业融资情况 137

二、家纺电商企业资金供求态势 137

三、家纺电商企业融资渠道分析 138

(一) 银行贷款 138

(二) 母公司注资 138

(三) 风险投资 139

(四) 上市融资 139

(五) 债券融资 139

四、家纺电商企业融资障碍分析 139  
五、家纺电商企业融资策略分析 142  
第五节 家纺电子商务影响投资建议分析 143

图表目录：

图表 1 中国电子商务交易规模变化趋势图 22  
图表 2 中国电子商务市场细分行业构成图 23  
图表 3 中国电子商务服务企业区域分布图 23  
图表 4 中国电子商务服务企业直接从业人员规模趋势图 24  
图表 5 中国电子商务服务企业带动从业人员规模趋势图 25  
图表 6 电子商务与国民经济深度融合产业图 26  
图表 7 中国B2B电子商务市场交易规模变化趋势图 27  
图表 8 中国B2B电子商务市场企业规模变化趋势图 27  
图表 9 中国B2B电子商务市场营收规模变化趋势图 28  
图表 10 中国主要B2B电子商务服务商营收情况 29  
图表 11 中国B2B服务商市场份额占比图 30  
图表 12 使用第三方电子商务平台中小企业用户规模趋势图 31  
图表 13 中国网络零售市场交易规模变化趋势图 32  
图表 14 中国网购规模占社会消费品零售总额比例趋势图 33  
图表 15 中国B2C、C2C电子商务企业数量增长趋势图 34  
图表 16 中国B2C网络购物交易市场份额占比图 34  
图表 17 中国C2C平台网络购物交易市场份额占比图 35  
图表 18 中国网络购物用户规模增长图 35  
图表 19 中国个人网店数量规模增长趋势图 36  
图表 20 中国移动商务市场规模变化趋势图 37  
图表 21 中国移动电子商务用户规模变化趋势图 37  
图表 22 中国海外代购市场交易规模变化趋势图 38  
图表 23 中国团购交易额对比图 38  
图表 24 团购类别金额及占比情况 39  
图表 25 团购累计关闭与累计运营网站对比图 39  
图表 26 团购网站市场份额对比图 40  
图表 27 中国城镇居民人均床上用品销售情况 43  
图表 28 中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 44  
图表 29 中国主要消费品零售额及增长速度统计 45  
图表 30 中国人口总量增长趋势图 46

图表 31 中国人口数量及其构成情况统计 46

图表 32 房地产开发企业投资额情况 47

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201611/466815.html>