中国互联网+家纺行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——
第1章：家纺及互联网+内涵综述/研究说明
1.1 家纺综述
1.1.1 家纺的界定
1.1.2 家纺所处行业
1.1.3 家纺行业监管体系
1.1.4 家纺标准规范
1.2 互联网+家纺综述
1.2.1 “互联网+”的定义及特点
1、“互联网+”的定义
2、“互联网+”的特点
1.2.2 “互联网+家纺”行业的内涵
1.3 家纺产业画像
1.3.1 家纺产业链结构示意图
1.3.2 家纺产业链生态全景图
1.3.3 家纺产业链区域热力图
1.4 家纺行业研究说明
1.4.1 本报告的研究范围界定
1.4.2 本报告权威数据来源
1.4.3 本报告研究统计方法
——现状篇——
第2章：中国家纺行业发展现状及面临挑战
2.1 中国家纺行业发展历程
2.2 中国家纺市场规模/体量
2.2.1 中国家纺市场规模体量
2.2.2 中国家纺行业规模以上企业营业收入统计
2.3 中国家纺企业类型
2.3.1 中国家纺市场参与者类型
2.3.2 中国家纺企业入场进程
2.4 中国家纺企业数量清单
2.4.1 中国家纺企业数量
2.4.2 中国家纺代表性企业
2.5 中国家纺行业细分市场分析
2.6 中国家纺企业投资并购态势
2.6.1 中国家纺企业投资布局
2.6.2 中国家纺企业兼并重组
1、中国家纺行业兼并与重组事件汇总
2、中国家纺行业兼并与重组类型及动因
3、中国家纺行业兼并与重组趋势预判
2.7 中国家纺企业融资情况解读
2.7.1 中国家纺企业融资事件
2.7.2 中国家纺企业融资规模
2.7.3 中国家纺融资轮次/IPO
2.7.4 中国家纺热门融资地区
2.8 中国家纺进出口情况
2.8.1 家纺适用海关HS编码
2.8.2 中国家纺进出口规模
2.8.3 中国家纺进口贸易概况
1、中国家纺进口额变化
2、中国家纺行业进口产品结构
2.8.4 中国家纺出口贸易概况

1、中国家纺出口额变化
2、中国家纺行业出口产品结构
2.8.5 中国家纺行业进出口前景分析
1、中国家纺行业进口前景分析
2、中国家纺行业出口前景分析
2.9 中国家纺发展痛点及面临挑战
第3章：中国家纺行业经营方式分析
3.1 中国家纺业经营方式——实体门店式
3.1.1 实体门店式经营方式的渠道结构
3.1.2 实体门店式经营方式的优劣势
3.1.3 中国家纺企业实体门店分布
3.1.4 中国家纺行业实体门店运营模式分析
1、连锁店经营模式
（1）连锁店经营模式简介
（2）连锁店经营模式梳理
2、联盟经营模式
（1）联盟经营模式简介
（2）联盟经营模式梳理
3.2 中国家纺业经营方式——互联网＋平台式
3.2.1 互联网对家纺行业的影响
3.2.2 互联网与家纺行业融合方式分析
1、互联网对家纺的渗透历程
2、家纺O2O模式发展情况
3.2.3 “互联网+”家纺经营特点
3.2.4 “互联网+”家纺的优劣势
第4章：中国互联网+家纺行业商业模式创新策略
4.1 前瞻关于商业模式研究的基本思想介绍
4.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
1、商业模式定义
2、商业模式与其他模式的比较
3、商业模式与其他模式的关系
4.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
1、商业模式核心构成要素分析
2、商业模式的构建流程
4.2 中国互联网+家纺行业市场定位创新分析
4.2.1 中国家纺行业消费者特征分析
4.2.2 互联网对家纺市场定位的变革分析
4.3 中国互联网+家纺行业价值主张创新分析
4.3.1 中国家纺行业主要价值主张分析
4.3.2 互联网+家纺行业价值主张创新策略分析
1、家纺如何利用互联网升级产品使用体验
2、家纺如何利用互联网提供个性化服务体验
3、家纺如何利用互联网节约客户成本
4.3.3 互联网+家纺行业价值主张创新优秀案例
1、水星家纺
2、富安娜
3、梦洁股份
4、罗莱生活
4.4 中国互联网+家纺行业渠道通路创新分析
4.4.1 中国家纺渠道通路的主要类别及特点分析
1、价值传递通路的定义及特点
2、产品销售渠道的定义及特点
3、传统渠道通路的优势及不足
4.4.2 互联网对家纺行业渠道通路的颠覆性变革分析
4.4.3 互联网+家纺行业营销渠道策略分析
1、家纺行业营销渠道成员的选择
2、家纺行业营销渠道成员的激励
3、家纺行业营销渠道的权利和控制
4、家纺行业营销渠道冲突的解决

5、家纺行业渠道连锁经营模式的完善
4.4.4 互联网+家纺行业电商渠道构建策略分析
1、搭建全域融合的线上销售中台，打造家纺生活方式的线上零售场景
2、丰富营销场景，全面解决流量、销售、转化等难题
3、多渠道销售，满足多场景下营销转化需求
4.4.5 互联网+家纺行业渠道通路创新优秀案例
1、水星家纺
2、富安娜
3、梦洁股份
4、罗莱生活
4.5 中国互联网+家纺行业客户关系创新分析
4.5.1 中国家纺行业客户关系的类别及关系成本分析
1、家纺行业客户关系的类别分析
2、家纺行业客户关系成本分析
4.5.2 中国互联网+家纺行业客户关系创新路径分析
4.5.3 中国互联网+家纺行业客户关系创新优秀案例
4.6 中国互联网+家纺行业收入来源创新分析
4.6.1 中国家纺行业收入的主要来源渠道
4.6.2 中国互联网+家纺行业收入来源的创新分析
1、IP与设计驱动产品价值升维
2、业务多元化
4.7 中国互联网+家纺行业合作伙伴创新分析
4.7.1 中国家纺行业主要的合作伙伴及其特点分析
4.7.2 互联网如何改变家纺行业合作伙伴结构
1、产业链上下游深度融合
2、线上合作伙伴增加
4.7.3 互联网下家纺行业新增合作伙伴的特点
4.8 中国互联网+家纺行业成本机构优化分析
4.8.1 中国家纺行业主要成本构成及特点分析
4.8.2 互联网如何改变家纺行业成本结构
4.8.3 互联网下家纺行业成本结构的优化路径
1、家纺营销结构的演变
2、供应链与生产管理的变革
3、产品研发与组织运营的数字化
第5章：中国家纺行业企业互联网战略规划及模式选择
5.1 中国家纺行业企业电商战略规划分析
5.1.1 家纺企业电商如何正确定位
1、目标市场定位法
2、竞争对比定位法
3、产品特性定位法
4、市场需求定位法
5.1.2 家纺电商核心业务确定策略
5.1.3 家纺电商化组织变革策略
5.2 中国家纺行业典型电商发展模式总体分析
5.2.1 中国电子商务主流模式分析
5.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析
1、B2B电商模式的特点
2、B2B电商模式的适用范围
3、B2B电商模式的优秀案例
4、B2B电商模式的优劣势
5.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析
1、B2C电商模式的特点
2、B2C电商模式的适用范围
3、B2C电商模式的优秀案例
4、B2C电商模式的优劣势
5.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析
1、C2C电商模式的特点
2、C2C电商模式的适用范围
3、C2C电商模式的优秀案例

4、C2C电商模式的优劣势
5.2.5 020电商模式及其优势分析
1、020电商模式的特点
2、020电商模式的适用范围
3、020电商模式的优秀案例
4、020电商模式的优劣势
5.2.6 中国家纺行业最优电商模式的选择
5.3 中国家纺行业电商切入模式及发展路径
5.3.1 模式一：020电商模式
1、020电商模式的业务布局分析
2、020电商模式的收入来源分析
3、020电商模式的经营风险分析
4、020电商模式典型案例分析——顾家家居的全域零售融合
5.3.2 模式二：直播电商模式
1、不同直播电商模式的特点分析
2、直播电商模式的收入来源分析
3、直播电商模式的关键资源分析
4、直播电商模式的经营风险分析
（1）内容风险
（2）产品风险
（3）侵犯知识产权风险
5、直播电商案例分析
5.3.3 模式三：短视频电商模式
1、短视频电商模式的特点分析
2、短视频电商模式的收入来源分析
3、短视频电商模式的经营风险分析
5.4 中国家纺行业移动电商切入路径及典型产品
5.4.1 中国家纺行业移动电商的商业价值分析
1、移动电商的商业价值分析
2、中国移动互联网发展现状
（1）移动互联网接入流量
（2）中国手机网民规模
3、中国移动互联网趋势分析
（1）5G等新技术不断应用
（2）下沉市场得到发展
（3）市场监管逐渐完善
5.4.2 中国家纺行业移动电商市场切入路径
5.4.3 中国家纺行业移动电商典型产品形式
1、传统电商平台及品牌自营渠道产品
2、内容与直播电商平台产品
5.4.4 中国家纺行业移动电商发展趋势及前景
1、直播带货趋势不减
2、线上全渠道建设
第6章：中国互联网+家纺典型案例分析
6.1 中国家纺企业布局案例分析
6.1.1 深圳市富安娜家居用品股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业生产经营基本情况
（1）经营情况
（2）业务结构
3、企业互联网+家纺业务布局状况
（1）销售模式
（2）品牌模式
4、企业家纺业务最新发展动向追踪
5、企业家纺布局优劣势分析
6.1.2 上海水星家用纺织品股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业生产经营基本情况
（1）经营情况

（2）业务结构
3、企业互联网+家纺业务布局状况
（1）销售模式
（2）品牌模式
4、企业家纺业务最新发展动向追踪
（1）企业家纺业务科研投入
（2）企业家纺业务最新发展动向追踪
5、企业家纺布局优劣势分析
6.1.3 罗莱生活科技股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业生产经营基本情况
（1）经营情况
（2）业务结构
3、企业互联网+家纺业务布局状况
4、企业家纺业务最新发展动向追踪
（1）企业家纺业务科研投入
（2）企业家纺业务最新发展动向追踪
5、企业家纺业务布局优劣势分析
6.1.4 湖南梦洁家纺股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业生产经营基本情况
（1）经营情况
（2）业务结构
3、企业互联网+家纺业务布局状况
4、企业家纺业务最新发展动向追踪
（1）企业家纺业务科研投入
（2）企业家纺业务最新发展动向追踪
5、企业家纺布局优劣势分析
6.1.5 孚日集团股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业生产经营基本情况
（1）经营情况
（2）业务结构
3、企业互联网+家纺业务布局状况
4、企业家纺业务最新发展动向追踪
（1）企业家纺业务科研投入
（2）企业家纺业务最新发展动向追踪
5、企业家纺布局优劣势分析
6.1.6 紫罗兰家纺科技股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业生产经营基本情况
3、企业互联网+家纺业务布局状况
4、企业家纺业务最新发展动向追踪
（1）企业家纺业务技术创新情况
（2）企业家纺业务最新发展动向追踪
5、企业家纺布局优劣势分析
6.1.7 多喜爱家居用品有限公司
1、企业基本信息
2、企业生产经营基本情况
3、企业互联网+家纺业务布局状况
（1）销售模式
（2）品牌模式
4、企业家纺业务创新情况
5、企业家纺布局优劣势分析
6.1.8 恒源祥（集团）有限公司
1、企业基本信息
2、企业生产经营基本情况
3、企业互联网+家纺业务布局状况
（1）销售模式

（2）品牌模式
4、企业家纺业务最新发展动向追踪
（1）企业家纺业务创新情况
（2）企业家纺业务最新发展动向追踪
5、企业家纺布局优劣势分析
6.1.9 远梦家居用品股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业生产经营基本情况
（1）经营情况
（2）业务结构
3、企业互联网+家纺业务布局状况
（1）销售模式
（2）品牌模式
4、企业家纺业务最新发展动向追踪
（1）企业家纺业务科研投入
（2）企业家纺业务最新发展动向追踪
5、企业家纺布局优劣势分析
6.1.10 宁波博洋家纺集团有限公司
1、企业基本信息
2、企业生产经营基本情况
3、企业互联网+家纺业务布局状况
4、企业家纺业务创新情况
5、企业家纺布局优劣势分析
6.2 大型互联网企业“互联网+家纺”投资案例
6.2.1 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业互联网业务
4、企业互联网+家纺发展概况
5、企业最新发展动向
6.2.2 北京抖音信息服务有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业互联网业务
4、企业互联网+家纺发展概况
5、企业最新发展动向
——展望篇——
第7章：中国家纺及互联网＋PEST/SWOT
7.1 中国家纺行业经济环境分析（E）
7.1.1 中国宏观经济发展现状
1、中国GDP及增长情况
2、中国三次产业结构
3、中国工业经济增长情况
7.1.2 居民收支情况分析
1、居民收支规模分析
2、居民消费支出结构
7.1.3 中国家纺行业发展与宏观经济相关性分析
7.2 中国家纺行业社会环境分析（S）
7.2.1 中国总人口规模及自然增长率
7.2.2 中国人口出生率情况
7.2.3 中国城镇人口及城镇化率预测
7.2.4 中国城镇化趋势展望
7.2.5 中国人口增量排名靠前的城市
7.3 互联网行业的现状与趋势
7.3.1 互联网基础设施情况
7.3.2 总体网民规模
7.3.3 手机网民规模
7.3.4 中国互联网发展趋势
7.4 中国家纺行业PEST环境总结

7.5 中国家纺行业SWOT分析图
第8章：中国家纺行业市场前景预测及发展趋势预判
8.1 中国家纺行业发展潜力评估
8.2 中国家纺行业未来关键增长点分析
8.3 中国家纺行业发展前景预测
8.4 中国家纺行业发展趋势预判
第9章：中国家纺行业投资机会及策略建议
9.1 中国家纺行业投资风险预警
9.1.1 市场需求波动风险
9.1.2 市场竞争与盈利风险
9.1.3 原材料与成本风险
9.1.4 渠道变革与管理风险
9.2 中国家纺行业投资机遇分析——全产业链配套
9.3 中国家纺行业投资机遇分析——优势区域布局
9.3.1 东部沿海核心区
9.3.2 中部产业转移承接区
9.3.3 西部特色资源开发区
9.3.4 粤港澳大湾区
9.4 中国家纺行业投资价值评估
9.5 中国家纺行业投资策略与建议
9.6 中国家纺行业可持续发展建议
9.6.1 家纺行业可持续发展建议——从政府监管角度
9.6.2 家纺行业可持续发展建议——从行业规范角度
9.6.3 家纺行业可持续发展建议——从企业内部角度

图表目录

图表1：《国民经济行业分类与代码》中家纺行业归属
图表2：家纺行业市场监管体系
图表3：家纺行业监管机构
图表4：家用纺织品标准体系建设
图表5：家用纺织品现行标准汇总
图表6：“互联网+”的主要特征
图表7：“互联网+家纺”的内涵
图表8：家纺产业链结构示意图
图表9：家纺产业链生态全景图
图表10：中国家纺行业竞争者区域分布热力图
图表11：本报告研究范围界定
图表12：本报告权威数据资料来源汇总
图表13：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表14：中国家纺行业发展历程
图表15：2019-2024年中国家纺行业市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表16：2019-2024年中国家纺规模以上企业营业收入（单位：亿元）
图表17：中国家纺行业市场主体类型
图表18：中国家纺行业竞争者入场进程（单位：亿元）
图表19：2009-2025年中国家纺行业历年新增企业数量（单位：家）
图表20：中国家纺十大品牌分析
图表21：2024年中国家纺行业主要细分市场规上企业营收占比情况（单位：%）
图表22：截至2025年中国家纺行业对外投资事件分析
图表23：2019-2025年中国家纺行业兼并重组事件分析（单位：万元）
图表24：家纺行业投资兼并与重组方式
图表25：截至2025年中国家纺行业投融资事件部分列举（单位：元）
图表26：2013-2025年中国家纺行业融资整体情况（单位：亿元，起）
图表27：截至2025年中国家纺行业投融资轮次情况-按事件数量（单位：%）
图表28：截至2025年中国家纺行业投融资事件地区分布（单位：件）
图表29：中国家纺行业进出口产品HS编码汇总

图表30：2020-2025年中国家纺进出口贸易情况（单位：亿美元）
图表31：2020-2025年中国家纺进口额及增长速度（单位：亿美元，%）
图表32：2025年中国家纺进口产品结构（按金额）
图表33：2020-2025年中国家纺出口额及增长速度（单位：亿美元，%）
图表34：2025年中国家纺出口产品结构（按金额）
图表35：中国家纺行业市场发展痛点分析
图表36：家纺产品主要传统线下分销渠道分析
图表37：中国家纺行业实体门店式经营方式优劣势
图表38：中国家纺企业实体门店分布情况
图表39：中国家纺行业连锁店经营主要模式
图表40：中国家纺行业连锁店经营模式直营与加盟类型对比
图表41：中国家纺连锁店经营模式——直营方式优劣势分析
图表42：中国家纺连锁店经营模式——特许加盟方式优劣势分析
图表43：互联网对家纺行业的影响
图表44：互联网对家纺的渗透历程
图表45：家纺O2O模式特点
图表46：家纺企业小程序功能版块
图表47：中国家纺行业“互联网+”式经营方式优劣势
图表48：商业模式与其它模式的区别
图表49：商业模式与其它模式的联系
图表50：商业模式六要素相互关系
图表51：一般行业盈利公式
图表52：商业模式构建流程
图表53：全国居民人均现金消费支出构成（单位：%）
图表54：水星家纺IP联名系列产品示例
图表55：富安娜国风系列“锦绣山河”产品示意
图表56：富安娜《卢浮艺境》联名系列产品示意
图表57：梦洁股份联名合作矩阵示意
图表58：罗莱生活x故宫文化联名婚庆套件示意
图表59：营销渠道成员能力选择标准
图表60：营销渠道成员选择方法
图表61：增强营销渠道成控制力的策略
图表62：罗莱渠道连锁经营模式的问题与完善措施
图表63：互联网+家纺行业电商渠道构建策略
图表64：水星家纺线下门店示意
图表65：梦洁股份渠道拓展与新兴营销探索
图表66：罗莱生活多品牌矩阵
图表67：家纺行业客户关系的类别
图表68：家纺行业客户关系创新路径
图表69：梦洁家纺会员私享会活动
图表70：家纺行业合作伙伴关系及特点
图表71：互联网下家纺行业新增合作伙伴的特点
图表72：2024年家纺代表性企业成本构成（单位：%）
图表73：电子商务主流模式
图表74：阿里巴巴电商基础服务内容
图表75：B2B电商模式的优劣势分析
图表76：B2C电商模式特点
图表77：京东商业模式核心优势
图表78：B2C电商模式的优劣势分析
图表79：淘宝网开店流程
图表80：C2C电商模式的优劣势分析
图表81：O2O电子商务模式特点
图表82：O2O电商模式的优劣势分析
图表83：O2O电商模式在家纺行业中的运用
图表84：O2O电商模式经营风险
图表85：不同直播电商模式的特点
图表86：富安娜618期间直播案例—品牌自播
图表87：富安娜618期间直播案例—达人直播
图表88：2017-2024年中国移动互联网接入流量及同比增速（单位：亿GB，%）

图表89：2020-2025年中国手机网民规模及占比（单位：亿人，%）
图表90：水星家纺小程序界面
图表91：深圳市富安娜家居用品股份有限公司基本信息表
图表92：截至2025年深圳市富安娜家居用品股份有限公司股权结构（单位：%）
图表93：2020-2025年深圳市富安娜家居用品股份有限公司经营情况（单位：亿元）
图表94：2024年深圳市富安娜家居用品股份有限公司业务结构（单位：亿元，%）
图表95：富安娜营收构成-按销售模式划分
图表96：深圳市富安娜家居用品股份有限公司家纺业务布局状况
图表97：2020-2025年深圳市富安娜家居用品股份有限公司研发投入及强度（单位：亿元，%）
图表98：深圳市富安娜家居用品股份有限公司家纺业务最新发展动向追踪
图表99：深圳市富安娜家居用品股份有限公司优劣势分析
图表100：上海水星家用纺织品股份有限公司基本信息表
图表101：截至2025年上海水星家用纺织品股份有限公司股权结构（单位：%）
图表102：2020-2025年上海水星家用纺织品股份有限公司经营情况（单位：亿元）
图表103：2024年上海水星家用纺织品股份有限公司业务结构（单位：亿元，%）
图表104：水星家纺
图表105：上海水星家用纺织品股份有限公司家纺业务布局情况
图表106：2020-2025年上海水星家用纺织品股份有限公司研发投入及强度（单位：亿元，%）
图表107：上海水星家用纺织品股份有限公司家纺业务最新发展动向追踪
图表108：上海水星家用纺织品股份有限公司优劣势分析
图表109：罗莱生活科技股份有限公司基本信息表
图表110：截至2025年罗莱生活科技股份有限公司股权结构（单位：%）
图表111：2020-2025年罗莱生活科技股份有限公司经营情况（单位：亿元）
图表112：2024年罗莱生活科技股份有限公司业务结构（单位：亿元，%）
图表113：罗莱生活科技股份有限公司旗下品牌矩阵
图表114：罗莱生活科技股份有限公司家纺业务布局情况
图表115：2020-2025年罗莱生活科技股份有限公司研发投入及强度（单位：亿元，%）
图表116：罗莱生活科技股份有限公司家纺业务最新发展动向追踪
图表117：罗莱生活科技股份有限公司优劣势分析
图表118：湖南梦洁家纺股份有限公司基本信息表
图表119：截至2025年湖南梦洁家纺股份有限公司股权结构（单位：%）
图表120：2020-2025年湖南梦洁家纺股份有限公司经营情况（单位：亿元）
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！