

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 O2O电商模式及其优势分析
 - 1、O2O电商模式的特点
 - 2、O2O电商模式的适用范围
 - 3、O2O电商模式的优秀案例
 - 4、O2O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：O2O电商模式
 - 1、O2O电商模式的业务布局分析
 - 2、O2O电商模式的收入来源分析
 - 3、O2O电商模式的经营风险分析
 - 4、O2O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》中国家纺行业归属
- 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 & 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模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期间直播案例一品牌自播
- 图表87: 富安娜618期间直播案例一达人直播
- 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!