


2012/2013

中国家用纺织品行业

发展报告


 中国家用纺织品行业协会 编著

 中国纺织出版社

2012/2013

中国家用纺织品行业 发展报告

中国家用纺织品行业协会 编著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书共分八个篇章。行业运行篇深入分析了2012年行业运行态势；国际动态篇和国内市场篇内容包括世界市场、国内零售及专业市场、消费者调查等主要内容；产业集群篇总结了近十年来主要产业集群的演化路径、地方特色和发展经验；上市公司篇和品牌发展篇重点关注上市公司业绩和自主品牌竞争力；产品研发篇前瞻性地分析了2013/2014流行趋势和产品开发现状与发展趋势；原料分析篇概述了棉纺织和化纤两大上游产业运行形势。

本书是一部集中反映家用纺织品行业年度发展情况与趋势的研究报告，旨在为相关企业、部门机构科学决策和国家宏观管理提供具有权威性和指导性的参考依据。

图书在版编目 (CIP) 数据

2012/2013 中国家用纺织品行业发展报告 / 中国家用纺织品行业协会编著. —北京：中国纺织出版社，2013.7

ISBN 978-7-5064-9841-8

I. ① 2… II. ① 中… III. ① 纺织工业—工业发展—研究报告—中国—2012~2013 IV. ① F426.81

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 131078 号

策划编辑：孔会云 特约编辑：马 涟 责任校对：梁 颖
责任设计：何 建 责任印制：何 艳

中国纺织出版社出版发行
地址：北京朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码：100124
邮购电话：010—67004461 传真：010—87155801
<http://www.c-textilep.com>
E-mail: faxing@c-textilep.com
北京市雅迪彩色印刷有限公司印刷 各地新华书店经销
2013年7月第1版第1次印刷
开本：889×1194 1/16 印张：15
字数：262千字 定价：268.00元
京东工商广字第0372号

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社图书营销中心调换

《2012/2013中国家用纺织品行业发展报告》 编 委 会

主 编：杨兆华

编 委：（按姓氏笔画排序）

王 易 朱晓红 李 杰 吴永茜

何 锋 覃 毅 魏启雄

项目执行：魏启雄 覃 毅 王 冉

序

2012年，中国家用纺织品行业协会在业内推出了第一本《中国家用纺织品行业发展报告》，全面翔实地分析了行业运行、国内外市场、热点问题、家纺文化等业界重点关注的一些问题，获得了多方关注和好评，成为2012年协会工作十大亮点之一。今年广泛听取各方意见和建议，在延续第一本《中国家用纺织品行业发展报告》的编撰宗旨及风格的基础上，优化全书章节设置，除了行业运行、世界市场、国内消费者调查、上市公司、流行趋势等主要报告之外，首次集中解析了产业集群、自主品牌和毛巾行业的发展现状。今年首次面向全社会发行，力求打造成一部集中反映行业年度发展情况与趋势的研究报告，为产业发展升级提供服务指南，为相关企业、部门、机构科学决策和国家宏观管理提供信息依据。

《2012/2013中国家用纺织品行业发展报告》包含八大板块：“行业运行”、“国际动态”、“国内市场”、“品牌发展”，“产业集群”、“上市公司”、“产品研发”和“原料分析”。“行业运行”深入分析了2012年行业的运行态势，梳理了行业的发展脉络；“国际动态”和“国内市场”两大板块包括世界市场、国内零售及专业市场、消费者调查等主要内容，全面地描摹了国内外市场的主要特征和发展现状；“产业集群”总结了近十年来主要产业集群的演化路径、地方特色和发展经验；“上市公司”和“品牌发展”从企业层面予以解析，重点关注上市公司业绩和自主品牌竞争力；“产品研发”前瞻性地分析了2013/2014流行趋势以及2012年上海家纺展所展示出的产品开发现状与发展趋势；“原料分析”介绍了棉纺织和化纤两大上游产业的运行形势及2013年预测。附录部分公示了获得2012年度行业奖励的企业和个人，以及全年相关国家宏观经济数据及行业统计数据。

本书在编写过程中得到了社会各界人士的大力支持，在此向参与研究的相关单位及个人表示衷心的感谢！

中国家用纺织品行业协会会长
杨兆华
2013年5月

行业运行

1 / 2012中国家纺行业发展报告

12 / 2012毛巾产业发展报告

国际动态

25 / 2011世界家用纺织品进出口综述

44 / 2012中国家用纺织品出口形势分析

60 / 世界地毯市场与中国地毯出口增长结构分析

国内市场

69 / 2012家纺零售市场分析

82 / 2012淘宝平台家纺营销综述

93 / 2012家用纺织品消费者问卷调查报告

106 / 2012纺织服装及家纺专业市场运行分析

品牌发展

115 / 中国家纺自主品牌发展报告

产业集群

147 / 中国家纺产业集群发展报告

160 / 后工业化家纺产业集群创新转型

上市公司

169 / 2012家纺上市公司情况概述

产品研发

177 / 素时锦色——2013/2014家纺流行趋势解析

183 / 家用纺织产品开发现状与发展趋势——2012年中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会产品调研综述

原料分析

197 / 2012棉纺织行业运行概述

204 / 2012化纤行业运行概述

附录

217 / 行业奖项、重点培育自主品牌及技改专项入围企业名单

229 / 2012年国民经济和社会发展统计公报数据汇编

2012中国家纺行业发展报告

杨兆华 魏启雄 覃毅

2012年行业实现稳定发展，各项指标增长良好。生产依然保持两位数的平稳增长，内销市场成为拉动产销增长的重要因素，出口保持增长，行业总体运行质量稳步提高。

一、行业实现稳定发展

（一）生产增长平稳

2012年，国家统计局统计的1831家规上企业实现工业总产值2492亿元，比上年增长14.1%，产销率保持在98%。全年产值增速基本稳定在13%~15%的区间内。

协会统计的16个产业集群全年实现工业总产值2773亿元，增长7.8%，产销率达97.7%。全年各月的产值增速基本与2011年同期增速的变化范围和总体趋势相一致，保持稳定增长。重点跟踪统计的200家企业全年实现工业总产值864亿元，增长7.3%，产销率达98.1%。

（二）出口保持增长

据中国海关统计，2012年，我国出口家用纺织品共计366亿美元，创历史新高，较2011年增长6%。出口量和出口单价都分别增长了1.7%和4.3%。另据测算，单月的出口价格仍在进一步上涨，如图1所示。相比2010年年初，2012年12月份的价格涨幅已逼近35%，一方面是生产成本上涨推动，另一方面也反映出我国产品的国际竞争力日益增强。

行业全年出口情况与整个纺织工业以及全国的出口增速的波动基本保持同步，如图2所示。而且近两年的出口增势与纺织工业的出口情况相比波动幅度要小得多，显得更加平稳。

在三大主要出口国家中，美国市场增长稳定了行业出口增速。该市场占到我国家纺出口总额的23%，对其出口增速高出我国家纺出口增速0.3个百分点，对我国家纺出口增长贡献率达24.5%，仍是稳定行业出口的重要市场。另据美国商务部统计显示，最近几年，美国从

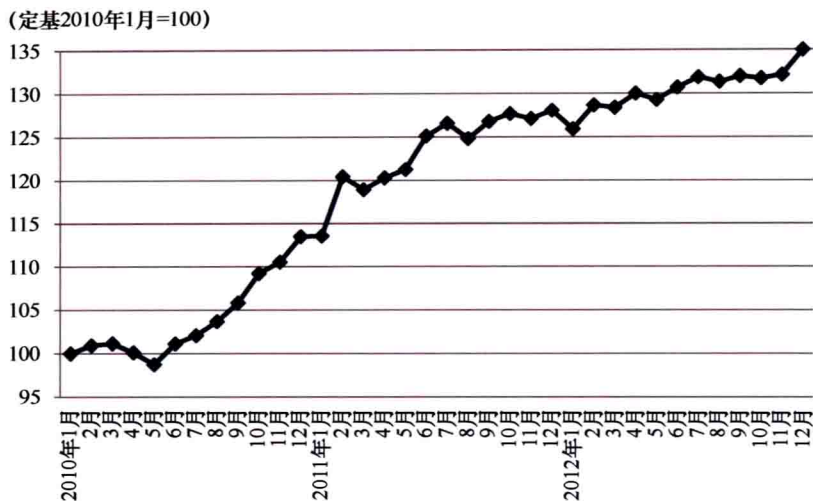


图1 2010年以来中国家用纺织品出口价格走势

数据来源：中国海关总署

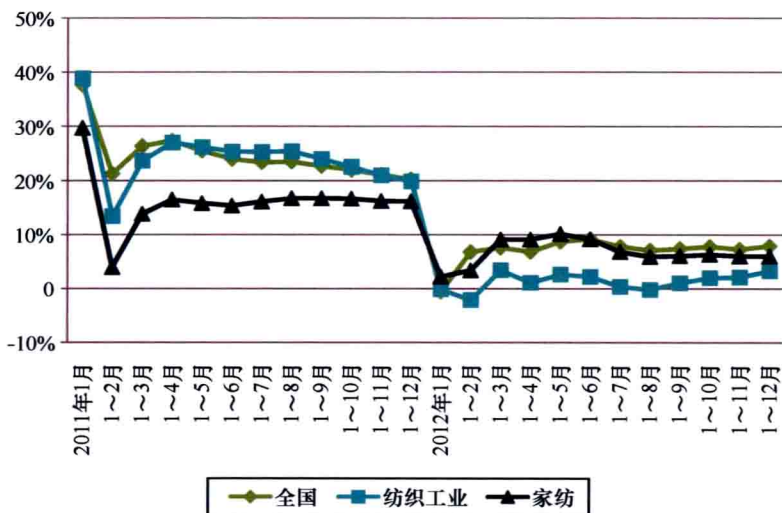


图2 我国出口增长情况

数据来源：中国海关总署

我国进口的家纺产品金额一直在美国全球进口总额中占绝对份额，并不断增加，2012年占比48.4%，比2011年提高了0.4个百分点，比2007年提高4.1个百分点，如图3所示。2012年我国对日本出口也增长了2.8%，尽管日本2011年震后重建导致其进口需求增加，在高基数之下，2012年出口增速呈现前高后低，在我国出口总额中的占比达11.7%，较2011年微降0.4个百分点，但仍高于2010年11.2%的占比，还处在需求总量稳定的大的格局之下，对行业出口也起到了一定的稳定作用。



图3 中国占美国家用纺织品全球进口市场份额

数据来源：美国商务部

同时，新兴市场对出口增长仍然发挥积极作用，尤其是俄罗斯和东盟十国这两大新兴市场，拉动作用明显。其中对俄罗斯出口14亿美元，增长了60.1%，占到全行业出口总额的3.8%，比2011年提高1.3个百分点，对全行业出口增长贡献了25.2%，略高于美国，成为全年出口稳增长的最大助力。我国对东盟十国的出口金额也实现了20.8%的高增长，其对全行业出口增长的贡献率达20.5%，我国对这十个国家各自的出口增速基本都在10%以上，在我国家纺行业全部出口中的占比都有不同程度的提高。

（三）内需是稳定增长的主要因素

家纺行业的外贸依存度相对不高，内外销之比长期稳定在4：1的水平，当前在出口增速持续放缓的形势下，内销成为支撑销售平稳增长的主要因素。2012年，1831家规上企业内销产值增长19%，而出口交货值仅增长1.5%。从历年情况来看，国家统计局统计的家纺规上企业内销产值占比逐年提高，从2008年的62.3%增至2012年的74.7%。

16个产业集群的内销产值也增长了10.5%，内销占比已由2008年的73.8%增至2012年的80.1%。一些内销占比高的集群的内销增长均表现不俗。内销占比达94%的高密市的内销产值增长了12.8%，杨汛桥镇内销占比高达91%，其内销产值增长20.5%；海门工业园内销占比高达85%，其内销产值增长12.6%，以内销为主的叠石桥市场2012年成交额达450亿元，增长8.5%。同期，200家重点跟踪企业的内销产值同比也增长了7.5%，高于出口交货值5.3%的增长率。

值得关注的是，新兴渠道市场销售表现出迅猛增势。全年淘宝平台上网销家用纺织品131亿元，较2011年增长了102.2%。其中，50%的销售都源于南通、上海、杭州、金华、宁

波、嘉兴、绍兴等长三角地区的卖家，该区域也是家纺产业集群分布密集的区域。季度销售额逐步增长的趋势也非常明显，尤其是第四季度出现较大幅度增长，如图4所示。主要品牌产品在网销中起到了积极作用。全年淘宝家纺销售排名前十位品牌的销售额占到了家纺销售总额的12%。位于前6位的罗莱、富安娜、博洋、水星、多喜爱和梦洁的销售额均超亿元，且增势向好，四季度与三季度相比，基本都增长了200%以上，如图5所示。

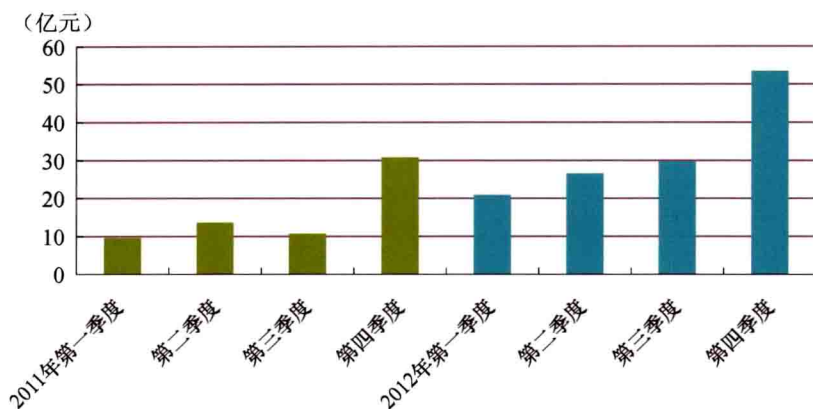


图4 淘宝平台家纺产品季度销售额

数据来源：淘宝数据魔方

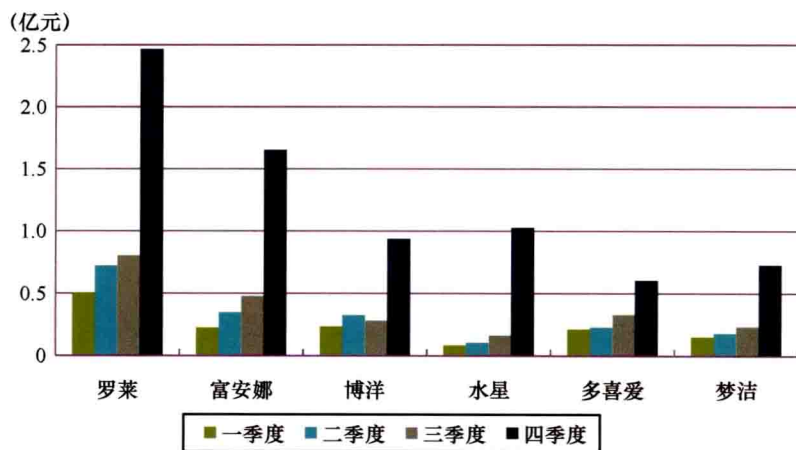


图5 2012年淘宝网家纺品牌季度销售额

数据来源：淘宝数据魔方

(四) 总体运行质量进一步提高

2012年，1831家规模以上企业全年利润达147亿元，实现了12.7%的良好增长，较主营业

务收入增速高出1个百分点，平均利润率达6%，比2011年利润率略有提升，如图6所示。

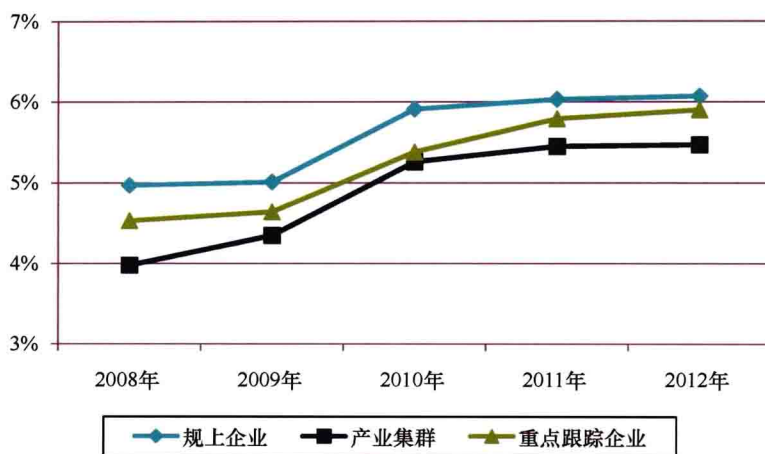


图6 不同口径企业利润率增长情况

数据来源：国家统计局、中国家用纺织品行业协会

16家产业集群利润增长10.9%，高出主营业务收入增速5个百分点。而且近几年的利润率不断提高，2012年为5.5%，较2011年略微提高，比2008年提高了1.5个百分点。

200家企业全年利润增长了8.4%，也略高于主营业务收入增速。利润率为5.8%，全年逐月提高，且近五年持续向好，比2011年提高0.06个百分点，比2008年提高1.3个百分点。

另外，除利润率以外，其他效益指标的表现也不断向好。1831家规上企业成本费用利润率达6.6%，提高了0.05个百分点；销售毛利与2011年基本持平，达13.7%。同时，三费比例下降0.07个百分点；其中，利息支出的增长幅度自今年以来不断下调，已由年初3月的近50%降至不足20%，企业的融资环境有所改善。全年各月利润都保持10%以上的增长，高于纺织工业和全部工业的增长水平，盈利能力不断提升，利润率逐月提高。

二、行业发展存在的问题

（一）增长趋势放缓

2012年全年产销的各项指标都保持平稳增长，但增长趋势表现出“前高后低”的放缓迹象。三类统计口径的各月工业总产值同比增长率如图7所示。

家纺行业出口依然保持增长，但增速回落较明显，上半年出口同比增长9.1%，而下半年仅增长3.5%，较上半年下降了近6个百分点，如图8所示。

同样，内销产值增速也在保持平稳的同时，与产值波动同步趋缓。图9是规上企业全年月累计内销产值的增长情况，下半年增速逐月回落的迹象比较明显。不过总的来看，全年各月内销增长都处在平稳的状态。

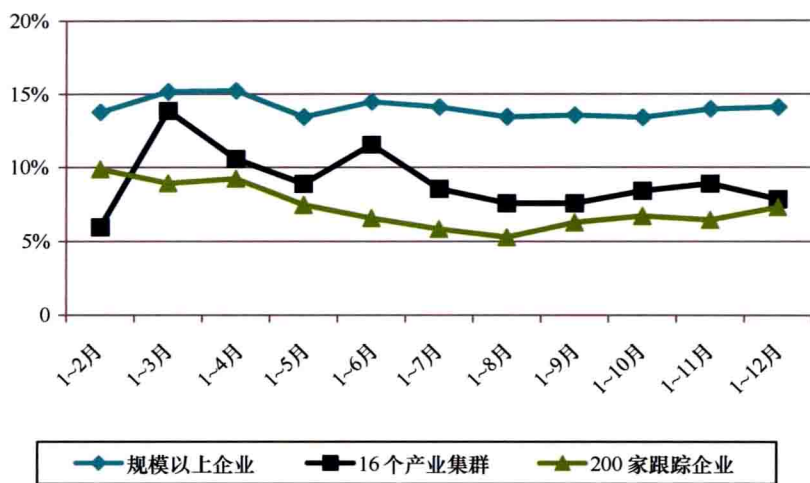


图7 不同口径工业总产值增长（各月累计）情况

数据来源：国家统计局、中国家用纺织品行业协会

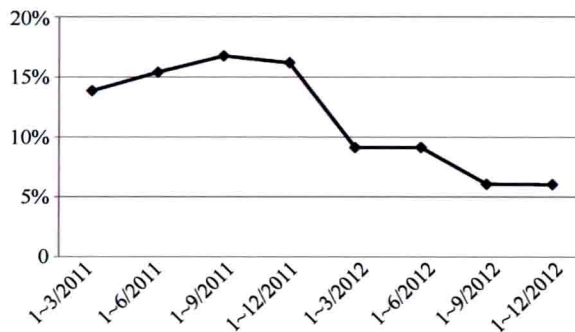


图8 中国家用纺织品出口额增长率

数据来源：中国海关总署

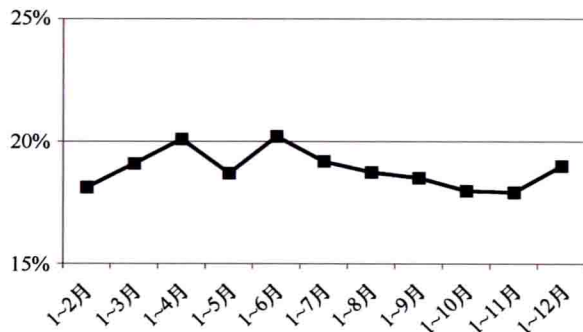


图9 规上企业月累计内销产值增长率

数据来源：国家统计局

（二）企业两极分化趋势明显

当前的市场波动加速了行业格局的调整，企业两极分化的趋势更为强化。2012年，200家企业中，利润率超过10%的38家企业的利润增长了30.6%，占到全部企业利润总额的48%，利润率也由2011年的11.8%提升至13.6%，而2011年利润率超过10%的企业的利润也占49%的

利润份额，但数量多达45家，即行业利润在向少数企业集聚。同样，利润率介于5.9%的均值和10%之间的企业有39家，平均利润率达到7.6%，利润增长了0.12%，占到全部企业利润总额的32%，比2011年利润率介于5.8%的均值和10%之间的35家企业的利润占比增加了5个百分点。

相比而言，利润率大于零且低于均值的126家企业的利润下降了12.5%，平均利润率为2.4%，占到全部企业利润总额的21%，比2011年利润率为正且低于均值的130家企业的利润占比减少了4个百分点。亏损的13家企业平均利润率为-0.8%，利润更是降低了1142.5%，亏损情况更加严重。

（三）各子行业发展不均衡

总的来看，床品子行业的效益好于毛巾和布艺两个子行业。2012年，床品类的规上企业平均利润率达到7.1%，明显高于毛巾和布艺类规上企业的5.4%和4.9%的平均利润率水平。

床品类规上企业工业总产值增长14%，稍高出毛巾和布艺1.5个百分点和2.5个百分点。但其利润仅增长了8.5%，分别低于毛巾和布艺12个百分点和7个百分点。另外，床品类规上企业的存货增长较快，全年存货增长了13.6%，占流动资产的比重达26.8%。这几组数据反映出，床品类企业库存压力有所增加。毛巾企业库存水平正常，各月存货量基本与2011年持平，全年存货仅增长1.5%，占流动资产的比重由2011年的37.8%降至35.9%，对流动资产的占用压力有所减缓，利润增长了20.5%。布艺行业存货增长了7.2%，略低于整个家纺行业平均8.8%的存货增速，且占流动资产的比重仅为22.2%；其利润增长了15.3%，但分化最为明显，亏损面增长13.6%，亏损企业亏损额增长195%。

协会跟踪的200家企业的效益差异也反映出相同的情况。88家床品类企业工业总产值增长12.1%，利润更是增长了18.1%，且利润率略有提高。而93家布艺企业产值增长3.6%，但利润却下降15.2%。毛巾类企业的产值和利润增速基本相同。因此，与规上企业情况比照可以看出，三大主要子行业的发展很不均衡，毛巾行业最为平稳，床品行业的盈利最好，布艺行业两极分化最为明显。

（四）对某些市场出口增速明显下滑

传统三大市场的增速下降较为明显。今年下半年以来，占到我国家纺出口市场份额五成以上的美、欧、日三大市场从我国进口家用纺织品的金额增速出现明显下滑，如图10所示。总的来看，全年我国对美、欧、日三大市场的合计出口额的增长速度一直低于行业出口的平均水平，且该差距已由上半年的1.7个百分点扩大到全年的3.6个百分点，见表1、表2。

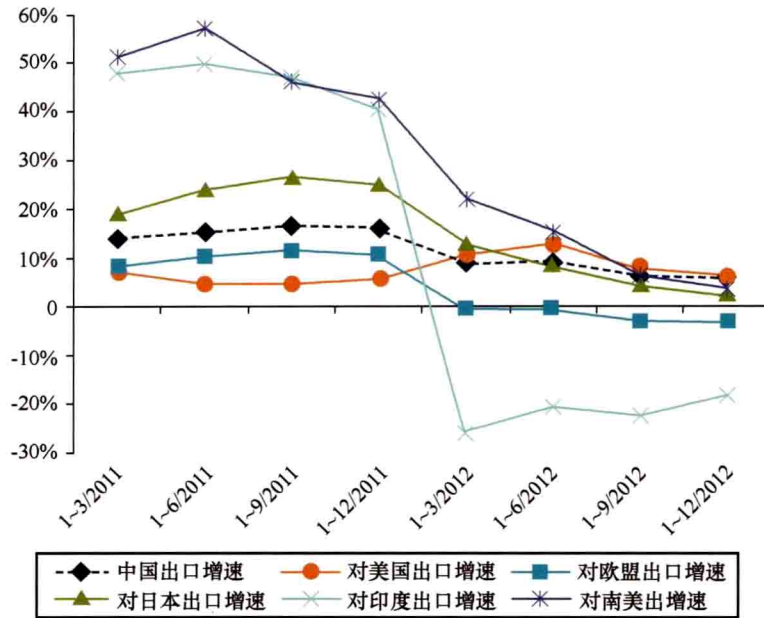


图10 中国对部分主要市场出口增长情况

数据来源：中国海关总署

表1 2012年出口前三大市场的金额及增幅

国家/地区	2012年出口额 (万美元)	2011年出口额 (万美元)	同比 (%)	2012年占比 (%)	2011年占比 (%)
出口总额	3654204	3446260	6.03		
美国	853333	802427	6.34	23.35	23.28
欧盟	581304	599797	-3.08	15.91	17.40
日本	427537	416034	2.76	11.70	12.07
美、欧、日合计	1862173	1818258	2.42	50.96	52.76

数据来源：中国海关总署

表2 2012年美、欧、日三大市场合计增速与平均增速的差距

项目	1~3月	1~6月	1~9月	1~12月
出口总额增速(%)	9.12	9.13	6.06	6.03
美、欧、日合计(%)	7.28	7.4	3.63	2.42
增速差距的绝对值(百分点)	1.84	1.73	2.43	3.62

数据来源：中国海关总署

持续受欧债危机不断演变的影响，2012年我对欧盟市场出口下降了3.1%，在我国出口总额中的占比已由2011年的17.4%降至15.9%，下降了1.5个百分点。

除去前三大市场以外，我国对其他国家和地区的出口额增长了10.1%，基本与上半年情况持平，仅微降1个百分点。不过，对个别国家出口降幅较大，见图10、表3~表5。在金砖国家中，我国对印度的出口下降了17.9%，在出口总额中的占比降至1.4%。具体来看，最大的床上用织物制品出口还增长了30%，被子出口也增长了9.4%，主要是另外两个主要出口产品——毯子和地毯，分别减少了27.3%和49.3%。

表3 2012年我国出口主要金砖国家的金额及增幅

国家/地区	2012年出口额 (万美元)	2011年出口额 (万美元)	同比 (%)	2012年占比 (%)	2011年占比 (%)
俄罗斯	139534	87157	60.10	3.82	2.53
印度	51390	62557	-17.85	1.41	1.82
巴西	49436	48370	2.20	1.35	1.40
合计	240359	198083	21.34	6.58	5.75

数据来源：中国海关总署

在南美国家中，巴西和阿根廷这两个较大的进口国从我国的进口增速降幅较大，目前，我国已是巴西最大的纺织品出口来源国，随着巴西国内经济的持续疲软，其对我国以及亚洲地区国家的贸易保护主义有所抬头，全年我国对其出口家用纺织品4.9亿美元，仅增长2.2%。阿根廷国内经济增速放缓，市场需求下降，全部商品的进口贸易都在大幅减少，全年从我国进口家用纺织品1.2亿美元，下降28%。不过，对其他南美国家的出口额达到10亿美元，增长了9.3%，高于行业平均水平。

表4 2012年出口东盟十国的金额及增幅

国家/地区	2012年出口额 (万美元)	2011年出口额 (万美元)	同比 (%)	2012年占比 (%)	2011年占比 (%)
越南	49939	42135	18.52	1.37	1.22
马来西亚	46768	36919	26.68	1.28	1.07
印度尼西亚	36404	31540	15.42	1.00	0.92
泰国	36328	28620	26.93	0.99	0.83
菲律宾	31945	26772	19.32	0.87	0.78
新加坡	24715	21618	14.33	0.68	0.63
柬埔寨	11504	8903	29.21	0.31	0.26
缅甸	8121	7426	9.36	0.22	0.22
文莱	1026	580	77.06	0.03	0.02
老挝	382	81	369.66	0.01	0.00
合计	247132	204594	20.79	6.76	5.94

数据来源：中国海关总署

表5 2012年出口南美国家的金额及增幅

国家/地区	2012年出口额 (万美元)	2011年出口额 (万美元)	同比 (%)	2012年占比 (%)	2011年占比 (%)
智利	47965	45040	6.49	1.31	1.31
阿根廷	11753	16330	-28.03	0.32	0.47
哥伦比亚	15725	14149	11.14	0.43	0.41
委内瑞拉	14281	11838	20.64	0.39	0.34
秘鲁	11403	10480	8.81	0.31	0.30
乌拉圭	6288	4927	27.63	0.17	0.14
厄瓜多尔	3753	4001	-6.21	0.10	0.12
巴拉圭	2079	2727	-23.77	0.06	0.08
苏里南	480	289	66.25	0.01	0.01
玻利维亚	440	284	54.82	0.01	0.01
法属圭亚那	26	23	12.01	0.00	0.00
合计	114193	110088	3.73	3.12	3.19

数据来源：中国海关总署

三、2013年展望及发展重点

预计2013年内销市场受城镇化和居民收入增长的影响，仍将保持稳定增长，依然是拉动产销增长的主力。网购的消费模式日渐被大众广泛接受，消费行为也将更趋理性。但资源环境问题凸显，对企业生产的约束日益强化。持续受发达国家市场疲态和经济复苏迹象不明朗的消极影响，未来出口将面临更为复杂的市场形势，对出口企业的挑战会更大。为此，行业企业应该加快结构调整步伐，进一步扩大内需，不断开拓多元化国际市场，在逆境中完成转型升级。

（一）积极倡导健康科学消费理念，引导消费做大市场

为积极扩大国内需求，行业企业应该通过多种渠道积极向消费者宣传倡导健康科学的消费理念和生活方式，为扩大内需市场做好舆论引导。充分利用电视、网络、报刊等媒介以及专业市场、经营网点等渠道，宣传和引导消费者正确消费。同时，不断完善行业标准，稳定并全面提升产品质量，建立诚信体系，加强市场监管，维护消费者利益，真正让消费者放心消费。

（二）拓展国际市场，以多元化化解市场风险

随着国内原料、用工等成本的不断走高，我国加工制造业出口的低成本比较优势以及由