

2024-2030年中国家纺市场 深度分析与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国家纺市场深度分析与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/202310/415756.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

家纺即家用纺织品，又叫装饰用纺织品，与服装用纺织品、产业用纺织品共同构成纺织业的三分天下。作为纺织品中重要的一个类别，家用纺织产品在居室装饰配套中被称为“软装饰”，它在营造与环境转换中有着决定性的作用。

纵观我国家纺行业发展历程，共经历了三个阶段：原始期、起步期、井喷期，目前正进入稳定增长期。经过多年鏖战，家纺行业的竞争格局开始悄然变化，品牌家纺正在崛起。在这个阶段，随着家纺行业消费与竞争的不断升级，家纺行业正处在起步阶段向发展阶段过渡的时期，即市场的最大变化是已进入高速发展中的结构性调整周期。

2020年，家纺行业积极应对诸多不利因素，全年运行得到平稳回升发展。规模以上企业起到引领作用，效益同比回升较为明显。国家统计局统计的1796家规模以上家纺企业实现营业收入1857.30亿元，同比下降0.76%；实现利润总额104.46亿元，同比增长14.73%。协会跟踪的244家样本企业主营业务收入同比下降7.21%，利润总额同比下降14.12%，利润率为6.55%。跟踪的14个产业集群主营业务收入同比下降5.75%，利润总额同比下降8.07%，利润率为4.45%

。2021年，我国家纺产品出口343.3亿美元，同比增长26.5%，比2019年同期增长22.2%。从月度出口情况来看，2021年上半年各月同比保持高速增长，增幅均在20%以上，下半年以来，月度出口增速逐步放缓，保持在5%-13%之间。在出口产品结构方面，附加值较高的床品、毯子、地毯及窗帘等产品领衔出口实现较快增长。2021年这四大类商品出口合计占家纺出口总额的77.7%，增幅均在26%以上。

目前我国服装类纺织品消费约占纺织品消费总量的65%，家用纺织品消费仅占23%，且家用纺织品的人均消费所占消费性支出还不足1%。从国内外家纺用品消费的现实差距以及未来发展趋势看，中国家纺行业有着巨大的发展空间。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国家纺市场深度分析与发展趋势研究报告》共十二章。首先介绍了家纺的定义、分类、设计等，接着分析了家纺行业的现状和市场运行情况，然后具体介绍了婚庆家纺、儿童家纺、功能家纺、床上用品、毛巾、布艺、窗帘、地毯的发展。随后，报告对家纺市场做了出口分析、区域发展分析、营销分析和重点企业运营状况分析，最后分析了家纺行业的发展前景和未来趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国家用纺织品行业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对家纺产业有个系统深入的了解、或者想投资家纺行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 家纺概述

1.1 家纺相关介绍

1.1.1 家纺的含义及分类

1.1.2 床上用品的定义及分类

1.1.3 毛巾的定义及分类

1.1.4 功能性家纺的概念及开发意义

1.2 家纺设计分析

1.2.1 家纺设计的层面及各环节的关系

1.2.2 家纺设计对中国家纺行业的作用

1.2.3 设计对家纺品牌的影响

1.2.4 中国家纺设计存在的问题及成因

1.2.5 中国家纺设计应走民族化道路

1.2.6 家纺设计知识产权的保护对策

第二章 2021-2023年家纺行业发展分析

2.1 中国家纺行业发展概况

2.1.1 中国家纺行业的发展历程

2.1.2 我国家纺行业的发展特征

2.1.3 中国家纺业总体概况

2.1.4 中国家纺业步入奢侈品时代

2.1.5 中国首个家纺行业指数正式发布

2.1.6 中国家纺业开始向西部地区迁移

2.2 2021-2023年中国家纺行业运行情况

2.2.1 2020年中国家纺行业发展状况透析

2.2.2 2021年我国家纺行业发展态势

2.2.3 2022年中国家纺行业运行状况

2.3 2021-2023年家纺产业集群发展透析

2.3.1 我国家纺产业集群的形成与分类

2.3.2 中国家纺产业集群区域发展概况

2.3.3 家纺产业集群加快发展

- 2.3.4 我国家纺产业集群现状
- 2.3.5 中国家纺产业集群存在的不足及对策
- 2.4 2021-2023年家纺行业相关标准发展分析
 - 2.4.1 中国家纺行业标准建设现状分析
 - 2.4.2 家纺业《蚕丝被》国家标准开始生效
 - 2.4.3 家纺业四新规将规范市场更好发展
 - 2.4.4 新旧《国家纺织产品基本安全技术规范》的比较
 - 2.4.5 变革中国家纺行业标准的举措
- 2.5 2021-2023年家纺行业的环保分析
 - 2.5.1 国内家纺业低碳环保现状
 - 2.5.2 中国家纺业向低碳转型是必然趋势
 - 2.5.3 家纺行业环保风盛行
 - 2.5.4 家纺业在材料和生产环节的环保分析
 - 2.5.5 竹纤维成家纺业环保热点
- 2.6 2021-2023年家纺行业存在的问题分析
 - 2.6.1 中国家纺行业存在的五大不足
 - 2.6.2 中国家纺行业面临的主要挑战
 - 2.6.3 我国家纺业发展存在的不健康因素
 - 2.6.4 我国家纺企业发展的制约因素
- 2.7 2021-2023年家纺行业的发展策略探讨
 - 2.7.1 家纺企业突围的三大法宝
 - 2.7.2 家纺业提升国际市场竞争力的策略
 - 2.7.3 中国家纺业的发展突破口
 - 2.7.4 中小家纺企业的发展对策

第三章 2021-2023年家纺市场发展分析

- 3.1 2021-2023年国际家纺市场概述
 - 3.1.1 国际家纺市场发展综况
 - 3.1.2 法国家用纺织品市场浅析
 - 3.1.3 日本家纺市场发展状况
 - 3.1.4 美国家用纺织品进口状况
 - 3.1.5 美国家纺原料供应出现问题

- 3.1.6 土耳其拟涉足我国家用纺织品市场
- 3.2 2021-2023年中国家纺市场发展状况
 - 3.2.1 家纺市场消费者群体分析
 - 3.2.2 家纺市场消费层次浅析
 - 3.2.3 中国家纺市场消费规模
 - 3.2.4 家纺市场的需求点透析
 - 3.2.5 家纺产品开发的新特点
 - 3.2.6 家纺产品关注度简析
- 3.3 2021-2023年家纺市场品牌发展概况
 - 3.3.1 中国家纺市场品牌发展现状
 - 3.3.2 家纺市场的高端品牌发展解析
 - 3.3.3 中国家纺业网络品牌危机升级
 - 3.3.4 中国家纺业品牌立体化发展分析
 - 3.3.5 中国家纺市场各级品牌的策略探析
 - 3.3.6 家纺企业建立品牌文化的重要性及建议
- 3.4 2021-2023年中国家纺市场竞争分析
 - 3.4.1 我国家纺市场竞争局势
 - 3.4.2 中国家纺企业竞争态势的转变
 - 3.4.3 家纺企业竞争应注意的问题
 - 3.4.4 家纺业避免同质化竞争策略探析
 - 3.4.5 未来家纺市场的竞争势力及特点分析

第四章 2021-2023年中国家纺细分市场

- 4.1 婚庆家纺
 - 4.1.1 婚庆家纺市场发展概况
 - 4.1.2 影响婚庆家纺消费的因素
 - 4.1.3 中低档婚庆家纺市场亟待开发
 - 4.1.4 婚庆家纺市场消费趋向简析
 - 4.1.5 传统婚俗文化与婚庆家纺的设计结合
- 4.2 儿童家纺
 - 4.2.1 我国儿童家纺业发展现状
 - 4.2.2 儿童家纺市场的需求点分析

- 4.2.3 中国婴幼家纺市场有待挖掘
- 4.2.4 儿童家纺市场未来发展方向
- 4.3 功能性家纺
 - 4.3.1 功能性家纺的消费年龄层分析
 - 4.3.2 功能性家纺更关注材料及效果
 - 4.3.3 功能性床品推广需解决的难题
 - 4.3.4 体验营销在功能性家纺市场的运用
 - 4.3.5 功能性家纺产品的市场开发策略
 - 4.3.6 老年人或成功能性家纺消费主流

第五章 2021-2023年床上用品行业发展分析

- 5.1 中国床上用品行业概述
 - 5.1.1 中国床上用品行业的发展状况
 - 5.1.2 中国床上用品行业的特点
 - 5.1.3 中国床上用品行业的产品结构
 - 5.1.4 我国床上用品业的品牌发展状况
 - 5.1.5 床上用品行业存在的问题
- 5.2 床上用品市场发展状况
 - 5.2.1 床上用品消费观念发生转变
 - 5.2.2 时装化成床上用品市场新潮流
 - 5.2.3 床上用品市场的流行趋势
 - 5.2.4 中国床上用品销售渠道构成
 - 5.2.5 中国床上用品市场重视品牌化营销
- 5.3 中国床上用品行业竞争状况
 - 5.3.1 床上用品企业的竞争方式及选择
 - 5.3.2 床上用品企业的竞争策略
 - 5.3.3 床上用品行业的竞争趋势探析
- 5.4 中国床上用品行业的投资特性
 - 5.4.1 季节性
 - 5.4.2 投资少收效快
 - 5.4.3 原材料丰富和低廉
 - 5.4.4 利润大及风险相对比较小

5.5 床上用品市场发展的趋势分析

5.5.1 床上用品市场的需求趋势

5.5.2 床上用品市场品牌消费展望

5.5.3 一次性床上用品发展空间大

5.5.4 中国床上用品渠道发展趋势

第六章 2021-2023年毛巾行业发展分析

6.1 中国毛巾行业发展概况

6.1.1 我国毛巾行业持续快速发展

6.1.2 中国毛巾市场消费状况分析

6.1.3 影响毛巾市场需求因素分析

6.1.4 毛巾市场产品的新变化分析

6.1.5 我国毛巾企业跨领域营销成亮点

6.2 中国毛巾市场品牌分析

6.2.1 我国毛巾市场品牌状况

6.2.2 我国毛巾市场品牌竞争格局

6.2.3 品牌毛巾与非品牌毛巾的竞争

6.2.4 创新成为毛巾品牌制胜法宝

6.3 中国毛巾行业存在的问题

6.3.1 毛巾行业发展中面临的问题

6.3.2 制约毛巾市场发展壮大的因素

6.3.3 劣质毛巾存在安全隐患

6.4 中国毛巾行业发展对策探讨

6.4.1 毛巾品牌导入和市场细分策略

6.4.2 加强毛巾市场竞争力的策略

6.4.3 国内毛巾企业打造品牌竞争力的途径

6.4.4 小微型毛巾企业发展战略措施分析

6.5 毛巾行业前景及趋势分析

6.5.1 中国毛巾行业未来前景展望

6.5.2 消费观念升级将带动毛巾发展

6.5.3 毛巾行业的发展趋势分析

第七章 2021-2023年其他家纺产品发展状况

7.1 布艺

7.1.1 布艺的概念和内容

7.1.2 中国布艺业发展的三个阶段

7.1.3 我国布艺行业的品牌发展分析

7.1.4 国内布艺市场发展面临的挑战

7.1.5 布艺行业的市场定位及营销策略

7.1.6 知名布艺企业发展的成功经验

7.1.7 我国布艺行业未来发展趋势

7.2 窗帘

7.2.1 国内窗帘市场的基本情况

7.2.2 窗帘业与婴童用品融合趋势渐显

7.2.3 中国窗帘行业陷入同质化泥潭

7.2.4 中国窗帘行业创新发展策略

7.2.5 中国窗帘行业发展方向解析

7.2.6 智能窗帘业发展空间大

7.3 地毯

7.3.1 我国地毯及挂毯业出口状况

7.3.2 我国藏毯行业发展状况综述

7.3.3 通过展会透视地毯行业动向

7.3.4 国内地毯行业存在的问题

7.3.5 地毯企业做大内销市场的思路

7.3.6 地毯行业发展前景及趋势

7.3.7 地毯行业的技术研究方向

第八章 2021-2023年中国家纺进出口分析

8.1 2021-2023年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口分析

8.1.1 进出口总量数据分析

8.1.2 主要贸易国进出口情况分析

8.1.3 主要省市进出口情况分析

8.2 2021-2023年中国手帕进出口数据分析

8.2.1 进出口总量数据分析

- 8.2.2 主要贸易国进出口情况分析
- 8.2.3 主要省市进出口情况分析
- 8.3 2021-2023年中国窗帘（包括帷帘）及帐幔、帘帷或床帷进出口分析
 - 8.3.1 进出口总量数据分析
 - 8.3.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 8.3.3 主要省市进出口情况分析
- 8.4 中国家纺出口国际市场的空间及策略分析
 - 8.4.1 进军俄罗斯家纺市场商机巨大
 - 8.4.2 印度家纺进口状况及产品价位分析
 - 8.4.3 欧洲家纺市场开发策略
 - 8.4.4 进入美国家纺市场的建议

第九章 2021-2023年重点地区家纺业发展状况

- 9.1 浙江绍兴
 - 9.1.1 绍兴家纺产业发展概况
 - 9.1.2 绍兴家纺行业应加强自主品牌建设
 - 9.1.3 绍兴鼓励家纺行业发展电子商务
 - 9.1.4 绍兴家纺业形成区域品牌
 - 9.1.5 绍兴家纺专卖店发展势头迅猛
- 9.2 浙江温州
 - 9.2.1 温州家纺行业发展概况
 - 9.2.2 温州家纺业的销售模式分析
 - 9.2.3 温州家纺业持续发展的瓶颈
 - 9.2.4 温州家纺市场存在的问题及不足
- 9.3 浙江余杭
 - 9.3.1 2020年余杭家纺行业发展概况
 - 9.3.2 2021年余杭家纺行业发展状况
 - 9.3.3 2022年余杭家纺业发展动态
 - 9.3.4 余杭家纺企业积极调整战略方向
 - 9.3.5 余杭家纺业存在的主要问题
 - 9.3.6 促进余杭家纺业发展的建议
- 9.4 浙江海宁

- 9.4.1 2020年海宁家纺业发展势头良好
- 9.4.2 2021年海宁家纺业发展状况简析
- 9.4.3 2022年海宁家纺业发展动向
- 9.4.4 海宁家纺产业发展思路
- 9.5 江苏南通
 - 9.5.1 南通家纺行业发展概况
 - 9.5.2 南通家纺产业发展特点分析
 - 9.5.3 南通叠石桥家纺城发展快速
 - 9.5.4 南通家纺产业发展存在的问题
 - 9.5.5 南通家纺产业发展的重要举措
- 9.6 辽宁沈阳
 - 9.6.1 沈阳市家纺市场发展特点
 - 9.6.2 沈阳中高档品牌家纺的销售渠道
 - 9.6.3 五爱市场在沈阳家纺业的地位与作用
 - 9.6.4 沈阳家纺行业发展的政策建议
- 9.7 山东滨州
 - 9.7.1 滨州家纺行业发展现况
 - 9.7.2 滨州家纺市场发展优势浅析
 - 9.7.3 滨州家纺产业集群竞争力分析
- 9.8 其他地区
 - 9.8.1 湖南长沙家纺市场基本概况
 - 9.8.2 山东高密市家纺行业发展概况
 - 9.8.3 安徽岳西县手工家纺业发展态势
 - 9.8.4 湖北荆门市家纺业实现零突破

第十章 2021-2023年家纺市场的营销分析

- 10.1 家纺市场的营销概述
 - 10.1.1 概念营销提升家纺品牌影响力
 - 10.1.2 色彩在家纺市场营销的重要性
 - 10.1.3 我国家纺业营销渠道创新分析
 - 10.1.4 中国家纺品牌的影视营销发展探析
 - 10.1.5 家纺营销呈现行业融合趋势

10.2 家纺销售渠道发展分析

10.2.1 国内家纺渠道的发展阶段分析

10.2.2 中国家纺市场销售渠道现状分析

10.2.3 家纺企业销售渠道选择及主流趋势

10.2.4 家纺品牌“大家居”模式发展分析

10.2.5 家纺业开启工厂式销售渠道分析

10.2.6 家纺业三四线城市渠道开发策略探讨

10.3 家纺业电子商务发展状况

10.3.1 家纺行业发展电子商务具有重要意义

10.3.2 我国家纺行业进军电子商务领域现状分析

10.3.3 我国家纺业B2C电子商务显现多样化

10.3.4 高品质成家纺电子商务核心竞争力

10.3.5 家纺电子商务亟待解决的难题

10.3.6 不同类型家纺企业的电子商务策略分析

10.3.7 未来我国家纺业电子商务发展展望

10.4 家纺市场营销的问题及策略

10.4.1 家纺行业营销模式存在的问题

10.4.2 家纺企业亟待转变的两大营销观念

10.4.3 家纺企业市场导入期的营销分析

10.4.4 提高家纺市场营销能力的三大措施

10.4.5 我国中小家纺企业市场营销六大思路

第十一章 2020-2023年家纺行业重点企业分析

11.1 阿芙萝

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 阿芙萝的品牌来源

11.1.3 阿芙萝的竞争力分析

11.1.4 阿芙萝进入中国家纺业的对策

11.2 富安娜

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 经营效益分析

11.2.3 业务经营分析

- 11.2.4 财务状况分析
- 11.2.5 核心竞争力分析
- 11.2.6 公司发展战略
- 11.2.7 未来前景展望
- 11.3 罗莱
 - 11.3.1 企业发展概况
 - 11.3.2 经营效益分析
 - 11.3.3 业务经营分析
 - 11.3.4 财务状况分析
 - 11.3.5 核心竞争力分析
 - 11.3.6 公司发展战略
 - 11.3.7 未来前景展望
- 11.4 孚日集团
 - 11.4.1 企业发展概况
 - 11.4.2 经营效益分析
 - 11.4.3 业务经营分析
 - 11.4.4 财务状况分析
 - 11.4.5 核心竞争力分析
 - 11.4.6 公司发展战略
 - 11.4.7 未来前景展望
- 11.5 梦洁
 - 11.5.1 企业发展概况
 - 11.5.2 经营效益分析
 - 11.5.3 业务经营分析
 - 11.5.4 财务状况分析
 - 11.5.5 核心竞争力分析
 - 11.5.6 公司发展战略
 - 11.5.7 未来前景展望
- 11.6 博洋
 - 11.6.1 企业发展概况
 - 11.6.2 博洋家纺的经营策略
 - 11.6.3 博洋家纺积极推进电子商务模式

- 11.6.4 博洋家纺发展目标
- 11.7 南方寝饰
 - 11.7.1 企业发展概况
 - 11.7.2 南方寝饰发展的优势浅析
 - 11.7.3 南方寝饰大力开拓国际市场
 - 11.7.4 南方寝饰婚庆产品受市场青睐
 - 11.7.5 南方寝饰着力提升品牌形象
- 11.8 上海水星家纺
 - 11.8.1 企业发展概况
 - 11.8.2 水星家纺的品牌文化与产品理念
 - 11.8.3 水星家纺的电影营销策略解析
 - 11.8.4 未来水星家纺的市场定位分析
- 11.9 洁丽雅
 - 11.9.1 企业发展概况
 - 11.9.2 洁丽雅集团新品研发成效显著
 - 11.9.3 洁丽雅集团发布5年发展计划
 - 11.9.4 洁丽雅打造首个毛巾品牌文化博物馆
- 11.10 紫罗兰
 - 11.10.1 企业发展概况
 - 11.10.2 紫罗兰成功经营的六大步骤
 - 11.10.3 紫罗兰销售渠道定位分析
 - 11.10.4 未来紫罗兰家纺发展趋向
- 11.11 凯盛
 - 11.11.1 企业发展概况
 - 11.11.2 凯盛棉产品获美国认可
 - 11.11.3 凯盛家纺进入电子商务销售渠道
 - 11.11.4 凯盛家纺进驻赣州核心商圈

第十二章 对家纺行业投资前景及趋势分析

- 12.1 家纺行业投资分析
 - 12.1.1 家纺行业存在的机会点
 - 12.1.2 投资家纺业的利好因素

- 12.1.3 进入家纺行业的主要障碍
- 12.1.4 投资家纺业的注意事项
- 12.1.5 投资家纺行业的建议
- 12.2 家纺行业的前景趋势预测
 - 12.2.1 未来中国家纺市场的增长动因
 - 12.2.2 对2024-2030年中国家纺行业预测
 - 12.2.3 未来家纺专业市场的发展变化分析
 - 12.2.4 家纺礼品化发展前景广阔

图表目录

- 图表 我国家纺行业发展的四大阶段
- 图表 2018年规模以上家纺企业主要指标完成情况
- 图表 2018年规模以上家纺企业运行质量
- 图表 2018年家纺企业主要指标完成情况
- 图表 2018年规模以上家纺企业固定资产投资（不含农户）情况
- 图表 中国家纺产业集群区域分布
- 图表 8个家纺产业集群主要经济指标统计
- 图表 主要纺织生产国劳动力成本比较
- 图表 我国家纺产业集群构成情况
- 图表 美国床上用品和毛巾产品进口情况
- 图表 我国城镇人均床品消费增长情况
- 图表 我国家纺消费复合增长率
- 图表 家纺产品市场关注度
- 图表 2020-2022年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口总额
- 图表 2020-2022年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口（总额）结构
- 图表 2020-2022年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品贸易顺差规模
- 图表 2020-2021年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进口区域分布
- 图表 2020-2021年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进口市场集中度
- 图表 2021年主要贸易国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进口市场情况
- 图表 2022年主要贸易国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进口市场情况
- 图表 2020-2021年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品出口区域分布
- 图表 2020-2021年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品出口市场集中度

图表 2021年主要贸易国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品出口市场情况

图表 2022年主要贸易国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品出口市场情况

图表 2020-2021年主要省市床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品出口市场集中度

图表 2021年主要省市床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进口情况

图表 2022年主要省市床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进口情况

图表 2020-2021年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品出口市场集中度

图表 2021年主要省市床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品出口情况

图表 2022年主要省市床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品出口情况

图表 2020-2022年中国手帕进出口总额

图表 2020-2022年中国手帕进出口（总额）结构

图表 2020-2022年中国手帕贸易顺差规模

图表 2020-2021年中国手帕进口区域分布

图表 2020-2021年中国手帕进口市场集中度

图表 2021年主要贸易国手帕进口市场情况

图表 2022年主要贸易国手帕进口市场情况

图表 2020-2021年中国手帕出口区域分布

图表 2020-2021年中国手帕出口市场集中度

图表 2021年主要贸易国手帕出口市场情况

图表 2022年主要贸易国手帕出口市场情况

图表 2020-2021年主要省市手帕出口市场集中度

图表 2021年主要省市手帕进口情况

图表 2022年主要省市手帕进口情况

图表 2020-2021年中国手帕出口市场集中度

图表 2021年主要省市手帕出口情况

图表 2022年主要省市手帕出口情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/415756.html>