

2017-2022年中国床上用品行业发展格局现状及发展定位分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国床上用品行业发展格局现状及发展定位分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajtfw/286265286265.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

床上用品行业从事床上用品的设计、生产、加工、销售，是家用纺织品行业的重要组成部分。在中国，床上用品业又称为寝装业，或者叫寝具业、卧具业及室内软装饰业。

随着住房制度的改革，人们生活水平、审美意识的不断提高，家用纺织品日益受到消费者的重视。从个人消费到团体消费，客观上形成了一个巨大的床上用品消费市场。市场的需要，对产品的质量及材料提出了更高的要求，这就迫使床上用品业界不断开发新产品，树立名牌形象，扩大市场占有率，不断向不同的消费者提供最满意的产品。我国床上用品行业随之迅猛发展。

我国床上用品的发展与发达国家相比仍然处于起步阶段。从床上用品的产品结构上看，中低档产品生产过剩，而技术含量高、高附加值的产品比重偏低，不能满足步入"小康"社会后消费者在寝室文化和保健意识方面的需求。中等收入群体的消费增长将成为中国床上用品产业提升的核心动力。在中国最富裕的珠江三角洲、长江三角洲等地，中等收入群体已开始占主导地位。目前，床上用品行业集中度还比较低，能称霸市场的品牌还没有形成，价格竞争还是以低档产品为主，大型商场中床上用品的竞争逐渐转移到品牌的竞争上来。

目前我国正进入80年代"婴儿潮"出生人群的结婚高峰期。2016年我国登记结婚已达1300多万对，今后仍将增加，假定每对新婚夫妇在家纺用品方面消费1000元，仅此项每年将带来超过100亿元的销售额，其中床品占据主流。我国床上用品行业发展前景看好。

中国报告网发布的《2017-2022年中国床上用品行业发展格局现状及发展定位分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一部分 床上用品行业发展分析

第一章 行业定义与特点

第一节 床上用品的定义及分类

一、床上用品定义

二、床上用品的分类

第二节 床上用品行业特点分析

- 一、床上用品产业特点
- 二、床上用品投资特点
- 三、床上用品色彩特点

第二章 床上用品行业发展分析

第一节 我国床上用品行业的发展现状

- 一、发展速度情况
- 二、与发达国家相比
- 三、影响床品需求因素分析
- 四、国内床品流行趋势
- 五、我国床上用品技术标准化走向国际

第二节 我国床上用品市场发展分析

- 一、我国床上用品行业概况及现状分析
- 二、2016年床上用品市场变化情况
- 三、2016年床上用品市场炫动新节奏
- 四、2016年床上用品市场质量情况
- 五、2016年网购床上用品市场质量情况
- 六、2016年酒店床上用品市场发展情况
- 七、2016年中国织里棉布城床上用品布价格情况
- 八、我国中小型床品企业发展困局

第三节 床上用品行业消费需求及前景分析

- 一、床上用品消费需求概况
- 二、消费特征分析
- 三、消费动向分析
- 四、消费市场前景分析

第四节 床上用品流行现状分析

- 一、2014-2016年色彩流行分析
- 二、床上用品流行个性化
- 三、床上用品流行密码解读
- 四、床上用品流行揭秘
- 五、2016年床上用品流行趋势
- 六、201617年床上用品流行色彩

第三章 功能性床品行业发展分析

第一节 功能性床品市场需求分析

一、韩国功能性寝具市场规模逐渐扩大

二、我国功能性床品市场需求分析

第二节 功能性床品市场现状分析

一、新成果层出不穷

二、功能性家纺市场现状

三、功能性家纺面料种类及用途

第三节 功能性床品市场规模分析

第四节 功能性床品市场发展前景分析

一、我国功能性纺织品市场潜力巨大

二、我国功能性纺织品市场机遇与挑战

第五节 国内外功能性家用纺织品测试技术及标准的发展与应用

第二部分 床上用品细分及区域市场分析

第四章 床上用品细分市场发展分析

第一节 枕头

一、枕头定义

二、枕头的分类

三、枕头的发展

四、我国枕头市场发展现状

五、我国枕头市场发展前景

六、抱枕在家居用品中的地位

第二节 床单

一、床单定义

二、全棉床单品种

三、家纺市场天丝床单受青睐

第三节 床罩

一、床罩定义

二、床罩市场品牌分析

第四节 毛巾被和毛毯

一、毛毯的定义

二、2016年毛巾被批发市场增长情况

第五章 床上用品区域市场分析

第一节 床上用品分地区市场分析

- 一、郑州家纺市场分析
- 二、北京家纺市场分析
- 三、合肥家纺市场分析
- 四、长沙家纺市场分析
- 五、安徽家纺市场分析
- 六、温州家纺市场分析

第二节 家纺产业基地分析

- 一、遂宁基地分析
- 二、浦江基地分析
- 三、海宁基地分析
- 四、南通基地分析
- 五、滨州基地分析
- 六、文登基地分析
- 七、杨浦基地分析
- 八、西樵基地分析

第三节 2016年我国床上用品区域市场合格率情况

- 一、北京
- 二、深圳
- 三、江苏
- 四、西安
- 五、武汉
- 六、宁夏
- 七、沈阳
- 八、厦门
- 九、上海
- 十、重庆

第三部分 床上用品原料及相关行业分析

第六章 床上用品主要原料产业发展分析

第一节 面料及布料

- 一、面料概述
- 二、2016年我国家纺面料发展分析
- 三、2016年我国棉布产量情况
- 四、2016年我国无纺布产量情况

五、2016年棉布进出口数据

六、家纺市场上的面料发展趋势

七、2016年全国面料进出口概况

八、2016年面料棉花行情解析

九、2016年面料流行趋势影响因素

第二节 毛线

一、毛针织行业发展现状

二、2014-2016年我国绒线（毛线）产量情况

三、2016年毛纺行业市场运行分析

四、2016年我国毛及毛线出口情况

五、2016年桐乡濮院重构毛针织产业模式

第三节 化学纤维

一、世界化学纤维发展概况

二、2014-2016年我国化学纤维产量情况

三、2016年我国化学纤维产业发展情况

四、2016年我国化学纤维进出口情况

五、2016年中国化学纤维行业存在的问题

六、2016年中国化学纤维行业战略关键

七、2016年中国化学纤维工业协会具体措施

八、2016年化纤产品频繁遭遇反倾销

九、2016年我国化学纤维价格走势展望

十、2016年世界化纤业盛会回顾

十一、高性能化学纤维被列“十三五”重点发展

第四节 纱线

一、我国纱线行业总量增长情况

二、2014-2016年我国纱产量情况

三、2016年纱线行业发展情况分析

四、2016年纱线行业经营环境变化

五、2016年纱线行业产销衔接和资产运转情况

六、2016年纱线行业短期偿债和变现能力变化

七、2016年纱线企业平均规模比较

八、2016年纱线行业人均规模比较

九、2016年纱线行业固定资产投资情况

十、2016年我国纱线行业存在的问题

十一、2014-2016年我国纱线进出口概况

十二、2016年冀鲁豫纱类行情回顾

十三、从2016年秋冬纱线展看纱线企业产品新动向

第七章 家纺行业发展状况分析

第一节 中国家纺市场现状

- 一、家纺市场的发展历程及阶段
- 二、家纺市场消费者群体分析
- 三、家纺市场消费层次分析
- 四、家纺产品开发的新特点
- 五、中国家纺市场终端发展格局分析
- 六、家纺产品在超市销售情况概述
- 七、中国家纺市场面临的主要问题
- 八、2016年我国家纺行业产销数据
- 九、我国家纺产业集群发展模式

第二节 我国消费者群体分析

- 一、家纺细分时代的消费分析
- 二、消费者年龄层次
- 三、消费者购买特征
- 四、床品购买特征

第三节 2016年中国家纺行业发展特点

- 一、2016年我国家纺行业运行情况及特点分析
- 二、家纺行业跨界合作谋共赢
- 三、家纺企业转型升级正在加速
- 四、家纺展会改革促发展
- 五、行业调研 家纺电商喜忧参半
- 六、中针会 发掘需求贴心服务
- 七、设计大赛 招龙引凤鼓励原创

第四节 2016年中国家纺行业发展分析

- 一、面临的挑战
- 二、经济运行分析
- 三、迎来结构调整新时代
- 四、家纺展助推行业直面困境
- 五、发展趋势特征分析
- 六、加速拥抱资本市场
- 七、2016年中国电商协会家纺专业委员会成立

七、2014-2016年全国及各省市家用纺织制成品制造主要经济指标统计

第五节 2016年家纺行业市场发展分析

- 一、2016年家纺行业发展预测
- 二、2016年家纺业内需及出口市场预测
- 三、2016年家纺业市场新走向
- 四、智能化发展已经成为家纺行业的趋势
- 五、家纺行业迎来移动支付时代全面到来

第六节 2016年“互联网+”背景下家纺行业发展分析

- 一、“互联网+”与智能家纺时代已经来临
- 二、家纺产业互联网转型 电商模式前景分析
- 三、小型家纺企业利用互联网电商优势正崛起
- 四、博洋家纺成为国内家纺电商领域首家“服务标准化”单位

第七节 家纺行业企业品牌发展战略研究

- 一、时机把控
- 二、战略突破
- 三、结构突围
- 四、定势至上
- 五、品牌攻略
- 六、快速销售
- 七、终端竞胜
- 八、价值创新
- 九、模式倍增
- 十、系统整合

第八节 家纺行业可持续发展战略研究

- 一、我国家纺行业大环境下的发展之路
- 二、创新设计在家纺产品中体现得愈加突出
- 三、整合世界资源 寻求家纺行业新发展
- 四、中国家纺企业“走出去”仍靠“质”当先

第九节 家纺专卖店开店策略分析

- 一、专卖店体系的特点
- 二、专卖店的运营
- 三、专卖店体系市场与销售

第四部分 床上用品行业竞争格局分析

第八章 床上用品行业竞争分析

第一节 床上用品竞争格局分析

- 一、企业竞争环境
- 二、需求市场分布形态
- 三、家纺集群跨界合作寻求新机遇

第二节 家纺行业竞争分析

- 一、2016年我国家纺行业竞争现状
- 二、我国家纺产业竞争地域分布
- 三、家纺业竞争下的机遇分析
- 四、家纺业产品竞争分析
- 五、家纺业竞争下战略分析
- 六、家纺行业竞争趋势分析
- 七、家纺企业的“端销售创新”竞争策略探讨
- 八、“互联网+”或成家纺行业竞争主线
- 九、家纺企业“走出去”思“迁徙”
- 十、家纺业未来竞争状况预测

第三节 2017-2022年床上用品企业的竞争趋势

- 一、高科技竞争趋势
- 二、品牌竞争趋势
- 三、渠道竞争趋势
- 四、管理竞争趋势
- 五、创新竞争趋势
- 六、人力资源竞争趋势
- 七、理念竞争趋势
- 八、资讯竞争趋势

第四节 2017-2022年床上用品企业的竞争策略

- 一、床上用品竞争策略选择
- 二、功能保健床上用品竞争突围分析
- 三、床上用品企业的竞争策略

第九章 床上用品重点企业分析

第一节 梦洁

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节 罗莱

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 佳丽斯

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 梦兰

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 富安娜

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第六节 堂皇

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五部分 床上用品行业发展趋势及战略

第十章 2017-2022年床上用品发展趋势分析

第一节 2017-2022年家纺业发展趋势

- 一、2017-2022年纺织业增长趋势
- 二、2017-2022年家纺产业发展机遇
- 三、2017-2022年家纺行业销售收入预测
- 四、2017-2022年中国婴童家纺发展机遇
- 五、电商渠道或将成为家纺业未来发展趋势
- 六、2017-2022年我国家纺行业消费趋势

第二节 2017-2022年床上用品发展趋势分析

- 一、2017-2022年床上用品市场发展趋势
- 二、2017-2022年我国床上用品发展前景
- 三、我国床上用品行业渠道发展趋势
- 四、床上用品互联网销售渠道发展趋势

第十一章 床上用品行业发展战略分析

第一节 床上用品连锁经营策略分析

- 一、连锁经营的“集中一点”策略
- 二、连锁经营的促销策略
- 三、连锁经营的渠道策略
- 四、连锁经营物流配送与管理实施策略

第二节 床上用品销售渠道控制模式分析

- 一、利用品牌控制渠道客户
- 二、利用长期战略和愿景控制渠道客户
- 三、利用利益对渠道客户进行控制
- 四、利用厂家服务控制渠道客户
- 五、利用终端控制渠道客户
- 六、利用激励淘汰机制控制渠道客户

第三节 床上用品行业品牌战略分析

- 一、2015家纺品牌建设进程加快
- 二、家纺企业品牌战略升级
- 三、互联网家纺品牌颠覆传统行业旧有模式
- 四、床上用品打响公众品牌
- 五、床上用品品牌差异化战略

第十二章 床上用品行业营销策略分析

第一节 家纺企业营销分析

- 一、2016年家纺市场营销现状
- 二、家纺成功品牌三种动力
- 三、创新对中小家纺企业招商的影响
- 四、家纺市场营销4P分析
- 五、家纺企业营销新思维
- 六、家纺终端模式变革与营销创新
- 七、家纺行业营销模式存在的问题

八、2016年家纺企业营销重点变化分析

九、家纺行业怎样拓展渠道销售道路

十、家纺品牌进军微商 最终目标O2O

第二节 床上用品营销渠道分析

一、床上用品销售渠道构成

二、床上用品营销渠道发展趋势

三、床上用品销售渠道构成及其发展趋势

四、2016年家纺企业开辟多元销售渠道

第三节 床上用品企业网络营销分析

一、网络营销策划分析

二、网络新闻发布分析

三、网络活动宣传品牌招商分析

四、搜索引擎优化分析

五、危机公关管理分析

图表目录

图表：我国毛毯产能分布图

图表：毛毯出口国家排名前10 万美元

图表：2010—2016年全国各地区毛毯出口情况

图表：2016年1-12月全国及各省市棉布产量及增长率统计

图表：2016年1-10月全国及各省市棉布产量及增长率统计

图表：2014-2016年全国棉布产量合计

图表：2014-2016年我国北京市棉布产量合计

图表：2014-2016年我国天津市棉布产量合计

图表：2014-2016年我国河北省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国山西省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国辽宁省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国吉林省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国上海市棉布产量合计

图表：2014-2016年我国江苏省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国浙江省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国安徽省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国福建省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国江西省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国山东省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国河南省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国湖北省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国湖南省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国广东省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国重庆市棉布产量合计

图表：2014-2016年我国四川省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国陕西省棉布产量合计

图表：2014-2016年我国新疆区棉布产量合计

(GYzjy)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajfw/286265286265.html>