

2019年中国床上用品行业分析报告- 市场现状调查与未来商机分析

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《2019年中国床上用品行业分析报告-市场现状调查与未来商机分析》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/fangzhi/397040397040.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

床上用品是家纺的重要组成部分，按照中国家纺协会的分类有：1,套罩类，2 枕类，3 被褥类，4、套件。纺织品行业按其终端用途可划分为三个产业，即服装用纺织品业、产业用纺织品业和装饰用纺织品业。

床上用品行业产业链

产业链

细分领域

上游

棉花、动物纤维、植物纤维、化学纤维等

中游

套件、被芯、枕芯等

下游

商超、品牌专卖店、批发市场、电商平台

资料来源：安全生产监督管理局

从家纺行业市场规模来看，2011-2017年我国家纺行业市场规模由1373亿元增加至168亿元，CAGR为7.9%。随着三四线城市收入增长，客群消费能力增强，消费升级趋势为中高端家纺开辟了新的市场，预测2021年家纺行业规模将达到2937亿元，2017-2021年CAGR为7.9%。

2013-2021我国家纺行业市场规模分析及预测

数据来源：安全生产监督管理局

我国家纺竞争格局稳定，本土品牌占优，一线家纺品牌包括罗莱生活、富安娜、水星家纺、梦洁股份。2013年前，四大家纺企业的市场占有率合计为4.49%，其中家纺龙头罗莱生活市场占有率为1.53%，其次是富安娜和水星家纺，市场占有率分别为1.13%与0.96%。

2017年集中度显著提升，前四大企业市占率由1.01%提升至5.38%，其中罗莱生活市占率由0.6%提升至2.15%。2017年1月床上用品行业品牌数量为8888个，至2018年1月时下降为4570个，品牌淘汰比例接近50%。2017年床上用品前十大品牌市占率最高达33.2%，行业集中度大幅提升。

2017-2018年1月我国床上用品品牌数量

数据来源：安全生产监督管理局

2017-2018年1月我国床上用品前十大品牌市占率

数据来源：安全生产监督管理局

2014-2016年，前四大品牌公司（罗莱生活、富安娜、水星家纺、梦洁股份）线下销售额由68.43亿降至67.45亿，而2017年线下销售额同比增长25.47%至84.63亿。2017年共扩展59家大店，关闭78家低效小店，改造近700家门店形象，对百货渠道中120家店进行面积扩大及位置调整。

国内12城市消费者购买床上用品场所分布

数据来源：安全生产监督管理局

床上用品行业面临的挑战：

1、床上用品市场供大于求的矛盾越来越突出。

2、由于人力成本上升、物价上涨、人民币贬值等因素，国内厂家的成本优势逐渐丧失，出口的拉动效应越来越差。

3、同类产品的同质化竞争非常严重。

床上用品行业发展建议：

1、品牌

只有在最快的时间内，打造出比竞争对手更响亮的品牌、建立起比竞争对手更完善的渠道，企业才能从激烈的竞争中胜出。

2、渠道

经过精心选择，载体商品和广告商品有共同的目标客户群，广告商品得到良好的促销渠道，而载体商品也获得一定的广告费用，共升传媒的战略合作伙伴遍及各个行业。（TLN JP）

【报告大纲】

第一章 床上用品行业现状

第一节 国际床上用品行业发展概况

一、国际床上用品产业发展势头强劲

二、重视床上用品设计与创新

- 三、发达国家努力发展高端产品
- 四、对功能性、环保型的床上用品需求日趋旺盛
- 五、巴基斯坦床上用品与我竞争

第二节 中国床上用品行业及市场现状

- 一、行业概况
- 二、床上用品当前市场特征
- 三、2015-2018年床上用品销售情况
- 四、行业存在的问题及建议

第二章 中国床上用品进出口分析

第一节 中国床上用品进口分析

- 一、中国床上用品进口统计分析
- 二、我国床上用品进口构成情况分析

第二节 中国床上用品出口分析

- 一、中国床上用品出口统计分析
- 二、我国床上用品出口构成情况分析

第三节 2015-2018年床上用品分析

- 一、家纺行业概述
- 二、床上用品出口增长较快
- 第四节 中国床上用品国际市场竞争力分析
- 第五节 床上用品出口的主要贸易壁垒及应对

- 一、我国床上用品出口面临的贸易壁垒
- 二、我国床上用品出口的应对措施

第三章 床上用品需求市场及规模预测

第一节 影响床上用品需求的因素分析

- 一、社会文化
- 二、流行
- 三、床上用品的心理功能与特征
- 四、商品名称
- 五、商标
- 六、商品价格
- 七、广告
- 八、消费者收入

第二节 国际市场床上用品需求分析

一、国际市场床上用品总体需求规模

二、主要国家/地区床上用品市场情况

第三节 国内床用品市场构成分析及规模预测

一、国内床用品消费文化

二、国内床用品新消费特点

三、国内床上用品主要消费领域构成及其规模预测

第二节 市场总体供给状况

一、市场的整体规模

二、床上用品的市场结构概况

第四章 各地床上用品市场分析

第一节 全国床上用品区域市场分析

第二节 上海床上用品市场

一、上海床上用品市场规模预测

二、上海床上用品市场现状

三、上海家纺产业发展新举措

第三节 北京床上用品市场

一、北京床上用品市场规模预测

二、北京床上用品市场现状

三、北京家床上用品市场相关政策

第四节 广东床上用品市场

一、市场总体现状

二、品牌竞争现状

第五节 浙江床上用品市场

一、市场总体现状

二、品牌竞争现状

第六节 重庆床上用品市场

一、重庆床上用品市场规模预测

二、重庆床上用品市场现状

第七节 山东床上用品市场

一、市场总体现状

二、品牌竞争现状

第八节 天津床上用品市场

第五章 床上用品消费者分析

第一节 家庭床上用品消费分析

第二节 单身床上用品消费分析

第三节 新婚床上用品消费分析

第四节 儿童床上用品消费分析

第五节 老年床上用品消费分析

一、老年消费市场特征

二、老年消费市场营销策略选择

第六章 床上用品销售渠道分析

第一节 床上用品销售渠道构成

一、百货商场

二、普通商场

三、超市

四、品牌专卖店

五、专业连锁

六、批发市场

七、专业展会或相关招标会议

第二节 床上用品企业开拓国际市场的策略

一、新的市场运作规则

二、国际市场：战略性的答复

三、以何种方式进入国外市场？

四、在国外市场卖什么？

五、针对市场所采取的活动：程度如何？如何做？

第三节 床上用品销售渠道未来发展趋势

一、复合营销网络

二、实施床上用品品牌经营

三、无店销售

四、与零售业结成联盟

五、直销

六、主题商场

第七章 中国床上用品市场竞争格局

第一节 中国床上用品市场竞争总体态势

一、跨行业竞争

二、集群化竞争趋势

三、与国外品牌合作竞争

第二节 床上用品领先品牌及其市场占有率

第三节 床上用品市场价格竞争分析

第四节 产品设计竞争分析

第五节 床上用品市场产品竞争分析

第六节 广告宣传的竞争

一、利用专业展会树立品牌知名度

二、媒体宣传

三、街头广告

第七节 营销模式的竞争

一、特色营销

二、网络营销

第八节 中国床上用品市场竞争的发展态势

一、高科技竞争

二、品牌竞争

三、渠道竞争

四、管理竞争

五、创新竞争

六、人力资源竞争

七、理念竞争

八、资讯竞争

第八章 入世对中国床品市场竞争格局的影响

第一节 床上用品企业如何应对入世

第二节 床上用品企业的应对措施

第九章 国内床上用品领先品牌分析

第一节 江苏梦兰集团

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 湖南梦洁家纺有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 深圳富安娜家饰用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 江苏堂皇集团

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 宁波维科集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 宁波博洋集团公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 上海民光国际企业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节 福建佳丽斯家纺有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第九节 上海红富士被服有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十节 青岛喜盈门集团公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十章 床上用品行业走势分析

第一节 床上用品需求发展趋势

- 一、崇尚自然、个性化
- 二、追求保健床上用品
- 三、“绿色”床上用品受青睐
- 四、追求高科技床上用品
- 五、健康卫生成为床上用品的新追求
- 六、床上用品追求时尚化

第二节 国际床上用品流行及开发趋势

- 一、欧洲家纺产品趋势
- 二、国际床上用品开发趋势

第三节 床上用品面料发展趋势

- 一、新防火布料备受瞩目
- 二、新兴纳米材料
- 三、天然彩色棉织物
- 四、医药纤维
- 五、无纺布

第四节 床上用品产品研究开发方向

- 一、市场上的新产品
- 二、床上用品新产品开发的方向

第五节 床上用品设计趋势

- 一、床上用品设计将专业化和市场化
- 二、床上用品设计将配套化、系列化
- 三、床上用品设计逐渐融入国际思潮

第十一章 SWOT分析与对策

第一节 床上用品市场SWTO分析

- 一、企业进入床上用品市场的优势与劣势
- 二、床上用品市场的发展机会与威胁

第二节 床上用品强势品牌模式

第三节 床上用品行业进入策略与建议

- 一、市场定位策略

二、床上用品企业的竞争策略

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国床上用品行业分析报告-市场现状调查与未来商机分析》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/397040397040.html>