

2018-2023年中国床上用品产业市场现状规划调查 与投资前景趋势研究报告

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《2018-2023年中国床上用品产业市场现状规划调查与投资前景趋势研究报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/297844297844.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

根据中国家用纺织品行业协会的调查，美国、西欧日本等发达国家的家用纺织品占纺织品总消费量的比例约为 33%至 38%，而我国目前家用纺织品在纺织品业的产品消费比例为 28.60%，与发达国家相比，此消费比例仍然偏小。

中国、发达国家家纺产品占纺织业产品比重情况

从国内外床上用品消费的现实差距以及未来发展趋势来看，我国床上用品行业的发展潜力巨大，发展前景广阔。

城镇化进程持续推进，扩大床上用品消费群体 城镇化建设必然同步伴随着农村人口向城市转移，这部分人群消费潜力的释放，加大了对床上用品的需求。城镇人口的不断增加，随之而来的居住环境的改变，促进居住装饰软环境的升级需求，从而为床上用品市场的消费提供更加广阔的空间。

2005-2015 年我国城镇人口及城镇化率情况

近年来，我国城镇化率有明显提升，2005 年我国城市化水平为 42.99%，至 2015 年达到 56.10%，城镇人口由 56,212 万人增加到 77,116 万人。根据《中国家用纺织品行业“十二五”发展纲要》，未来五年，城市化水平将提高四个百分点，意味着将增加大约 6000 万城市人口，即年均新增 1200 万人。随着中国全面推进城市化建设的进程，大量人口涌入城市，直接带动消费潜在人群数量的增长，也带动了床上用品市场的消费需求迅速增长。

消费水平不断提高，促进居民消费习惯升级 近年来，我国人均 GDP 水平在不断提高。据统计，2005 年我国人均 GDP 为 14,259 元，2015 年人均 GDP 为 49,351 元，增长了近 3 倍。

2005-2015 我国人均 GDP 情况（单位：元）

随着我国经济的不断发展，居民生活水平的持续提高，人们的生活由“温饱型”向“小康型”转变，人们对居室环境和生活质量的需求由实用性、经济性逐渐向舒适性、文化和个性化转变，促使床上用品的消费理念也在不断发生变化。随着居民消费水平的进一步提高，国内床上用品市场的成长空间将更为广阔。

住房条件明显改善，带动床上用品刚性需求 我国政府于 1999 年起，在全国范围内逐步推进城镇居民住房制度改革，促进国内房地产、建筑行业不断发展，城镇居民的住房条件不断改善。据国家统计局数据，2009 年我国住宅商品房销售面积为 86,184.89 万平方米，到 2015 已经增长到 112,406.00 万平方米，住宅商品房销售面积的大幅度提升，居民住宅条件也得到明显改善。

2009-2015 我国住宅商品房销售面积情况（单位：万平方米）

基于我国居民的消费习惯，约有 82% 的中国消费者在装修或乔迁新居时会购买各类床上用品来装饰住所。重视环境装饰、提升生活品位、讲究个性文化和生活艺术、营造舒适的居住环境已成为人们安置新居时的标准和追求。居民住房条件的改善极大地刺激了床上用品的消费，以迁入新居或装修后进行床上用品消费为特征的消费需求，将形成巨大的床上用品需求市场。

酒店产业迅速发展，床上用品投入增加

近年来随着人们生活水平的提高，旅游逐渐成为一种新的生活和消费方式。

2015 年，国内旅游人数为 39.90 亿人次，与 2010 年的 21.03 亿人次相比，国内旅游人数大幅度增长，年复合增长率达到 13.67%。旅游业的发展，促进酒店规模不断扩大。据统计，2010 年我国有限服务酒店（指以提供住宿为核心服务，其他服务有限提供的酒店）总数为 5,120 家，客房总数为 544,210 间，截至 2015 年底，有限服务酒店总数已达到 21,481 家，客房总数为 1,969,145 间。酒店规模的持续扩大，为床上用品提供广阔的需求空间。

2010-2015 年我国有限服务酒店及客房情况

2014 年《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》提出：“到 2020 年，境内旅游总消费额达到 5.5 万亿元，城乡居民年人均出游 4.5 次，旅游业增加值占国内生产总值的比重超过 5%”。可以预见，酒店业的高速发展将成为床上用品需求增长的又一有力支撑。

婚庆市场蓬勃发展，拉动床上用品消费 我国历来有婚庆消费床上用品的习俗，新婚夫妇对家居环境的重视带动床上用品消费的热潮。目前我国正进入 80 年代“婴儿潮”出生人群的结婚高峰期，据民政部统计数据显示，2014 年国内结婚登记人数已经达到 1,306.70 万对，是 2005 年的 1.6 倍。

2010-2014 年国内结婚登记人数情况（单位：万对）

我国每年有超过 1,200 万对新人喜结良缘，假定每对新婚夫妇在床上用品方面消费 2,000 元，则新人婚庆将形成 240 亿的床上用品刚性需求。庞大的婚庆需求成为床上用品消费前景乐观的重要支撑。从消费观念来看，80 后个性消费意识强，崇尚品牌，注重高品质生活，因此更愿意在装饰新居上消费，未来几年也将带动床上用品的消费需求不断升级。

二孩政策放开，带动儿童床上用品消费 由于儿童所需家纺产品的选购从面料、染料到被子、枕芯的填充材料，都需要更为严格的质量检测标准，从而衍生出儿童家纺这一细分市场。近年来随着居民生活水平的普遍提高和消费观念的转变，普通家庭对儿童的养育也逐渐向着“追求生活质量”的更高需求的方面发展，儿童家纺市场表现出巨大的发展潜力。根据国家统计局数据显示，2010 年我国 0-14 岁人口为 22,259 万人，至 2015 年 0-14 岁人口达到 22,696 万人，占全国总人口的比例保持在 16% 以上，这些就是国内儿童家纺市场的消费客户群体。

我国 0-14 岁人口情况（单位：万人）

此外，我国自 2016 年 1 月 1 日起全面实施放开二孩政策。据预测，全面放开二孩政策实施后，2016-2019 年间，每年将新增新生儿数量 1,000 万以上，将持续推动儿童家纺市场的发展。伴随最新生育政策所产生的经济效应，儿童家纺在家纺全行业所占市场份额将会有所提高。

中国报告网发布的报告书内容严谨、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管数据库。

【报告目录】

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、2017年床上用品市场变化情况

三、2017年床上用品市场炫动新节奏

四、2017年床上用品市场质量情况

五、2017年网购床上用品市场质量情况

六、2017年酒店床上用品市场发展情况

七、2017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、2015-2017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、2017年床上用品流行趋势

六、2015-2017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、2017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 2017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、2017年我国家纺面料发展分析

三、2017年我国棉布产量情况

四、2017年我国无纺布产量情况

五、棉布进出口数据

六、家纺市场上的面料发展趋势

七、2017年全国面料进出口概况

八、2017年面料棉花行情解析

九、2017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、2015-2017年我国绒线（毛线）产量情况

三、2017年毛纺行业市场运行分析

四、2017年我国毛及毛线出口情况

五、2017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、2015-2017年我国化学纤维产量情况
- 三、2017年我国化学纤维产业发展情况
- 四、2017年我国化学纤维进出口情况
- 五、2017年中国化学纤维行业存在的问题
- 六、2017年中国化学纤维行业战略关键
- 七、2017年中国化学纤维工业协会具体措施
- 八、2017年化纤产品频繁遭遇反倾销
- 九、2017年我国化学纤维价格走势展望
- 十、2017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、2015-2017年我国纱产量情况
- 三、2017年纱线行业发展情况分析
- 四、2017年纱线行业经营环境变化
- 五、2017年纱线行业产销衔接和资产运转情况
- 六、2017年纱线行业短期偿债和变现能力变化
- 七、2017年纱线企业平均规模比较
- 八、2017年纱线行业人均规模比较
- 九、2017年纱线行业固定资产投资情况
- 十、2017年我国纱线行业存在的问题
- 十一、2015-2017年我国纱线进出口概况
- 十二、2017年冀鲁豫纱类行情回顾
- 十三、从2017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、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 2017年中国家纺行业发展特点

一、2017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 2017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、2017年中国电商协会家纺专业委员会成立

七、2015-2017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 2017年家纺行业市场发展分析

一、2017年家纺行业发展预测

二、2017年家纺业内需及出口市场预测

三、2017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 2017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、2017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 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023年床上用品发展趋势分析

第一节 2018-2023年家纺业发展趋势

一、2018-2023年纺织业增长趋势

二、2018-2023年家纺产业发展机遇

三、2018-2023年家纺行业销售收入预测

四、2018-2023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、2018-2023年我国家纺行业消费趋势

第二节 2018-2023年床上用品发展趋势分析

一、2018-2023年床上用品市场发展趋势

二、2018-2023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、2017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、2017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、2017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：2015—2017年全国各地区毛毯出口情况

图表：2017年1-12月全国及各省市棉布产量及增长率统计

图表：2017年1-10月全国及各省市棉布产量及增长率统计

图表：2015-2017年全国棉布产量合计

图表：2015-2017年我国北京市棉布产量合计

图表：2015-2017年我国天津市棉布产量合计

更多图表详见正文（GSLWK）

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影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/297844297844.html>