

2020-2026年中国床上用品 市场前景展望与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国床上用品市场前景展望与市场年度调研报告》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.abaogao.com/b/fangzhi/X050432P75.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

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，装饰用纺织品业一般又称为家纺也就是家用纺织品业，床上用品行业是家纺的其中一个子行业。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：包括1床上用品类，2窗帘类，3 洗漱厨房纺织品类，4、家具类纺织类（靠垫、座垫），等。其中床上用品类别占据家纺行业第一位，产值占中国家纺业1/3以上，2004 年达到 1000 亿人民币；2006年产值在2500亿元左右，包括床单、被子、枕头等产品。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。而整体寝具的概念则是把各种床上用品单件。

2011-2021年国内床上用品市场规模及预测情况消费者购买床上用品场所分布

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国床上用品市场前景展望与市场年度调研报告》共十四章。首先介绍了中国床上用品行业市场发展环境、床上用品整体运行态势等，接着分析了中国床上用品行业市场运行的现状，然后介绍了床上用品市场竞争格局。随后，报告对床上用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国床上用品行业发展趋势与投资预测。您若想对床上用品产业有个系统的了解或者想投资中国床上用品行业，本报告是您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。

报告目录：

第一部分 床上用品行业分析基础

第一章 行业概述

第一节 行业定义及分类

一、行业定义

二、行业分类

第二节 行业特点及地位

一、行业特点

二、行业地位

第三节 行业统计标准

一、统计部门及其职能

- 1、国家统计局及其职能
- 2、海关总署及其职能
- 3、行业协会及其业务范围
- 二、统计部门统计的主要产品
- 1、国家统计局统计目录
- 3、行业协会组织结构
- 三、统计指标分类
- 1、盈利性
- 2、成长性
- 3、附加值的提升空间
- 4、进入壁垒 / 退出机制
- 5、风险性
- 6、行业周期

第二章床上用品行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 行业政治法律环境分析

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、行业主要产业政策

第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、国际宏观经济形势分析
- 二、国内宏观经济形势分析
- 三、宏观经济环境对行业的影响

第三节 行业社会环境分析（S）

一、行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、行业发展对社会环境的影响

第四节 床上用品行业技术环境分析（T）

- 一、床上用品技术分析
- 二、床上用品技术发展水平
- 三、行业主要技术发展趋势

第二部分行业深度分析

第三章 2019年中国床上用品行所属业现状

第一节 床上用品行业发展状况分析

- 一、床上用品所属行业发展阶段
- 二、床上用品所属行业发展总体概况
- 三、床上用品所属行业发展特点分析

第二节 床上用品行业发展现状

随着人工成本、环保成本等经营成本的不断增加，落后产能被淘汰。印染整环节为家纺生产中的重要环节，近年来环保政策不断趋严，供给侧改革落后产能被淘汰，印染成本不断提升，部分小微企业无法承受过高的经营成本，逐年亏损，最终被行业淘汰。

电商平台流量向大品牌倾斜，小微品牌退出市场。随着流量成本的增长，以及电商巨头出于提升流量转化率和影响力的考虑而将流量资源向龙头品牌倾斜，部分小微家纺品牌被迫退出市场。自2016年底至2017年年底，阿里平台床上用品品牌数由10209个下降至5854个，床上用品套件的品牌数由3719个下降至2880个。阿里平台床上用品的品牌数量不断下滑阿里平台床上用品套件的品牌数量同样不断下滑

- 一、床上用品行业市场规模
- 二、床上用品行业发展分析
- 三、床上用品企业发展分析

第三节 区域市场分析

- 一、区域市场分布总体情况
- 二、重点省市市场分析

第四节 床上用品细分产品/服务市场分析

- 一、细分产品/服务特色
- 二、细分产品/服务市场规模及增速
- 三、重点细分产品/服务市场前景预测

第五节 床上用品产品/服务价格分析

- 一、床上用品价格走势
- 二、影响床上用品价格的关键因素分析

- 1、成本
 - 2、供需情况
 - 3、关联产品
 - 4、其他
- 三、2020-2026年床上用品产品/服务价格变化趋势
- 四、主要床上用品企业价位及价格策略

第四章 2019年中国床上用品所属行业整体运行指标分析

第一节 床上用品所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 床上用品所属行业产销情况分析

- 一、床上用品行业工业总产值
- 二、床上用品行业工业销售产值
- 三、床上用品行业产销率

第三节 床上用品所属行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第五章 2019年中国床上用品所属行业供需形势分析

第一节 床上用品行业供给分析

- 一、床上用品行业供给分析
- 二、2020-2026年床上用品所属行业供给变化趋势
- 三、床上用品行业区域供给分析

第二节 床上用品行业需求情况

- 一、床上用品行业需求市场
- 二、床上用品行业客户结构
- 三、床上用品行业需求的地区差异

第三节 床上用品市场应用及需求预测

一、床上用品应用市场总体需求分析

1、床上用品应用市场需求特征

2、床上用品应用市场需求总规模

二、2020-2026年床上用品行业领域需求量预测

1、2020-2026年床上用品行业领域需求产品/服务功能预测

2、2020-2026年床上用品行业领域需求产品/服务市场格局预测

三、重点行业床上用品产品/服务需求分析预测

第六章 2019年中国床上用品所属行业产业链分析

第一节 床上用品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 床上用品上游行业分析

一、床上用品产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2020-2026年上游行业发展趋势

四、上游供给对床上用品行业的影响

第三节 床上用品下游行业分析

一、床上用品下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、2020-2026年下游行业发展趋势

四、下游需求对床上用品行业的影响

第七章 2019年中国床上用品所属行业渠道分析及策略

第一节 床上用品行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对床上用品行业的影响

三、主要床上用品企业渠道策略研究

四、各区域主要代理商情况

第二节 床上用品行业用户分析

一、用户认知程度分析

二、用户需求特点分析

三、用户购买途径分析

第三节 床上用品行业营销策略分析

一、中国床上用品营销概况

二、床上用品营销策略探讨

三、床上用品营销发展趋势

第三部分市场竞争格局

第八章 2019年中国床上用品所属行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、床上用品行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、床上用品行业企业间竞争格局分析

三、床上用品行业集中度分析

四、床上用品行业SWOT分析

第二节 床上用品行业竞争格局综述

一、床上用品行业竞争概况

1、中国床上用品行业竞争格局

2、床上用品行业未来竞争格局和特点

3、床上用品市场进入及竞争对手分析

二、中国床上用品行业竞争力分析

1、中国床上用品行业竞争力剖析

2、中国床上用品企业市场竞争的优势

3、国内床上用品企业竞争能力提升途径

三、床上用品市场竞争策略分析

第九章中国床上用品主要企业发展概述

第一节 深圳市富安娜家居用品股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2020-2026年发展规划

第二节 湖南梦洁家纺股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2020-2026年发展规划

第三节 香港雅兰集团

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2020-2026年发展规划

第四节 罗莱家纺股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2020-2026年发展规划

第五节 江苏紫罗兰家用纺织品有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2020-2026年发展规划

第六节 孚日家纺股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、2020-2026年发展规划

第七节 宁波博洋家纺有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、2020-2026年发展规划

第八节 上海恒源祥家用纺织品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、2020-2026年发展规划

第九节 江苏梦兰集团公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、2020-2026年发展规划

第十节 上海水星家用纺织品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、2020-2026年发展规划

第四部分 新零售状况

第十章 “新零售”概况

第一节 “新零售”的定义及内涵

一、“新零售”的定义

二、“新零售”的内涵是对广义O2O的全面升级

第二节 新零售产生的背景

第三节 新零售的布局

第十一章床上用品行业“新零售”现状

第一节 床上用品行业零售状况

第二节 新零售对床上用品行业的影响

第三节 床上用品行业新零售模式的运用现状

第十二章床上用品行业新零售方案分析及经验

第一节 家具行业O2O模式

一、中介模式

二、用户模式

三、设计资讯类网站

四、工长中介平台

六、标准包模式

七、用户一站式DIY模式

八、标准化的定制模式

九、其他模式

第二节 传统家具行业实行O2O模式的必要性分析

第三节 O2O模式下家居卖场消费者购买行为模式分析

第四节 传统家具行业O2O模式实施战略选择

第五节 O2O模式各主体的职能分析与运营建议

第六节 国内外新零售经验

一、国外新零售经验

二、国内新零售经验

第十三章床上用品行业发展战略研究

第一节 床上用品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、竞争战略规划

第二节 对我国床上用品品牌的战略思考

一、床上用品品牌的重要性

二、床上用品实施品牌战略的意义

三、床上用品企业品牌的现状分析

四、我国床上用品企业的品牌战略

五、床上用品品牌战略管理的策略

第三节 床上用品经营策略分析

一、床上用品市场细分策略

二、床上用品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、床上用品新产品差异化战略

第四节 床上用品行业投资战略研究

一、2019年床上用品行业投资战略

二、2019年重点地区投资战略

三、2020-2026年床上用品行业投资战略

四、2020-2026年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 行业研究结论及建议

第二节 子行业研究结论及建议

第三节 行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表 床上用品产业链分析

图表 床上用品行业盈利影响因素

图表 床上用品发展相关规划

图表 床上用品行业竞争格局

图表 国际床上用品市场规模

图表 国际床上用品生命周期

图表 中国GDP增长情况

图表 中国CPI增长情况

图表 中国人口数及其构成

图表 中国工业增加值及其增长速度

图表 中国城镇居民可支配收入情况

图表 2013-2019年中国床上用品市场规模

图表 2013-2019年我国床上用品需求情况

图表 2019年我国床上用品主要细分市场结构图

图表 “十三五”期间中国第三产业增速预测

图表 “十三五”期间中国互联网行业增速预测

图表 “十三五”期间中国床上用品行业发展规模预测

图表 “十三五”期间中国床上用品行业发展趋势预测

图表 2020-2026年中国互联网经济整体规模

图表 2020-2026年我国床上用品主要细分市场结构趋势

图表 2020-2026年中国床上用品市场规模预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fangzhi/X050432P75.html>