

2016-2022年中国床上用品 市场前景研究与投资前景预测报告

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

《2016-2022年中国床上用品市场前景研究与投资前景预测报告》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/riyongpin/Z2271991E2.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

我国床上用品行业的发展主要经历了四个阶段：

第一阶段，1996年以前，床上用品仅作为家庭生活的日常必需品存在，以被子、被套等为主，产品功能以最基本的保暖、实用为主，由于产品做工简单，功能单一，行业进入门槛较低。

第二阶段，1996-2000年，是中国床上用品行业的起步期。此时的床上用品开始作为家居环境的“软装饰”产品逐渐被重视，居民对床上用品的消费频次逐渐增加，产品的功能也有所提升。另一方面，行业内的一些床上用品企业此时开始着手创建自己的品牌，为以后的市场地位奠定了基础。

第三阶段，2000-2010年，是国内床上用品行业的快速成长期。在此期间内，床上用品产业年工业总产值保持20%以上的增速，呈现井喷式增长。随着居民消费水平的提升，消费者购买床上用品开始追逐差异化和个性化，对产品的功能、外观等要求有了进一步的提高，促使国内的床上用品企业开始进行以差异化为主的品牌建设。

第四阶段，2010年以后，国内床上用品行业步入成长中后期。此时行业整体呈增速趋缓态势。随着消费者对床上用品品牌的认同感增强，市场中一些优秀的自主床上用品品牌在行业内脱颖而出，行业品牌格局逐渐显现。

随着国民经济的发展，国内家纺行业的市场规模总体呈稳步增长趋势。根据统计数据显示，2009年我国家纺行业市场规模为989.29亿元，至2014年市场规模达到1,796.07亿元，期间年复合增长率为12.3%。随着城镇化进程的持续推进及居民生活水平的不断提升，我国家纺行业仍拥有广阔的市场前景，预计未来五年，国内家纺行业将保持6%的复合增长率，至2019年家纺行业市场规模将达到2,403.72亿元。

家用纺织品又可细分为床上用品类、厨房和餐厅用纺织品类、沐浴用纺织品类、客厅用纺织品类及地毯类。床上用品作为家纺行业的重要组成部分，占据了家纺行业总销售额的一半以上。根据Euromonitor数据统计显示，2014年我国床上用品市场消费量约占家纺行业总消费量的55.33%。

根据统计数据显示，2009年国内床上用品销售额为541.52亿元，至2014年达993.76亿元，年复合增长率为12.9%，呈稳步增长趋势。随着国内家纺行业不断发展，床上用品行业将保持6.8%的年复合增长率，至2019年国内床上用品行业销售总额将达到1,419.99亿元。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国床上用品市场前景研究与投资前景预测报告》共十五章。首先介绍了中国床上用品行业市场发展环境、中国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，然后介绍了中国床上用品市场竞争格局。随后，报告对中国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：

第一章 2015年中国床上用品行业发展分析

第一节 床上用品行业发展现状

一、床上用品行业定义

二、床上用品行业主要产品分类

三、床上用品行业特性及在国民经济中的地位

第二节 床上用品行业主要品牌

一、床上用品行业主要厂商与品牌

二、床上用品行业主要厂商与品牌市场占有率格局

第三节 床上用品行业供求情况

一、床上用品行业产量情况

二、床上用品行业需求情况

三、床上用品行业市场规模

第四节 2016-2022年中国床上用品行业发展趋势分析

第二章 2015年中国床上用品行业发展环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节 床上用品行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

三、上下游产业政策影响

四、进出口政策影响分析

第三节 床上用品行业技术环境分析

第四节 床上用品行业社会环境发展分析

第三章 2015年中国床上用品行业产业链分析

第一节 床上用品行业产业链概述

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第二节 床上用品上游产业发展状况及前景分析

第三节 床上用品下游产业发展状况及前景分析

第四章 2015年中国床上用品行业进出口市场分析

第一节 床上用品行业进出口特点

第二节 床上用品行业进口市场分析

第三节 床上用品行业出口市场分析

第四节 床上用品行业进出口前景及建议

第五章 2015年中国床上用品行业渠道分析

第一节 渠道形式及对比

第二节 各类渠道对床上用品行业的影响

第三节 主要床上用品企业渠道策略研究

第六章 2015年中国床上用品产品价格走势及影响因素分析

第一节 床上用品产品价格回顾

第二节 床上用品产品当前市场价格及评述

第三节 床上用品产品价格影响因素分析

一、全球金融危机影响

二、人民币汇率变化影响

三、其它

第四节 2016-2022年床上用品产品未来价格走势预测

第七章 2015年中国床上用品行业供需情况及集中度分析

第一节 床上用品行业发展状况

一、床上用品行业市场供给分析

二、床上用品行业市场需求分析

三、床上用品行业市场规模分析

第二节 床上用品行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第八章 2015年中国床上用品市场运行情况

第一节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节 行业品牌现状分析

第三节 行业产品市场价格情况

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁

第九章 2015年中国床上用品行业主要数据监测分析

第一节 床上用品行业总体数据分析

第二节 床上用品行业不同规模企业数据分析

第三节 床上用品行业不同所有制企业数据分析

第十章 2015年中国床上用品行业区域分析

第一节 华北地区床上用品行业发展状况分析

第二节 华中地区床上用品行业发展状况分析

第三节 华东地区床上用品行业发展状况分析

第四节 华南地区床上用品行业发展状况分析

第五节 西北地区床上用品行业发展状况分析

第六节 东北地区床上用品行业发展状况分析

第七节 西南地区床上用品行业发展状况分析

第十一章 2015年中国床上用品行业竞争格局分析

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SWOT分析

- 1、床上用品行业优势分析
- 2、床上用品行业劣势分析
- 3、床上用品行业机会分析
- 4、床上用品行业威胁分析

第二节 床上用品行业竞争格局综述

- 一、床上用品业未来竞争格局和特点
- 二、国内床上用品企业竞争能力提升途径
- 三、床上用品竞争力优势分析
 - 1、整体竞争力评价
 - 2、竞争力评价结果分析
 - 3、竞争优势评价及构建建议

第十二章 2015年床上用品主要生产企业发展概述

第一节 企业一分析

- 一、企业简介
- 二、经营情况分析
 - (1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第二节 企业二分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第三节 企业三分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第四节 企业四分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第五节 企业五分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第六节 企业六分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第十三章 2016-2022年中国床上用品行业发展前景预测分析

第一节 床上用品行业未来发展预测分析

一、床上用品行业发展方向及投资机会分析

二、床上用品行业发展规模分析

三、床上用品行业“十三五”整体规划及预测

第二节 床上用品行业供需预测

一、床上用品行业供给预测

二、床上用品行业需求预测

第十四章ZY LZG 2016-2022年中国床上用品行业发展策略及投资建议

第一节 床上用品投资风险提示

一、政策和体制风险

二、人才发展风险

三、市场竞争风险

四、经营管理风险

五、其他风险分析

第二节 床上用品企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第三节 床上用品企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第四节 床上用品企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第五节 床上用品企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

第六节ZY LZG行业投资建议

图表目录：

图表：床上用品行业产业链

图表：床上用品所属行业生命周期判断

图表：床上用品所属行业区域市场分布情况

图表：床上用品渠道策略示意图

图表：床上用品产业链投资示意图

图表：床上用品行业渠道格局分析

图表：床上用品行业销售渠道控制五力模型

图表：2015年全球床上用品行业市场规模及增速

图表：2015年中国床上用品行业市场规模分析

图表：2015年中国床上用品行业市场供给

图表：2015年中国床上用品行业市场需求

图表：2015年中国床上用品行业市场规模

图表：2015年中国床上用品行业市场结构分析

图表：2015年中国床上用品行业需求集中度分析

图表：2015年中国床上用品行业竞争群组分析

图表：2015年中国床上用品行业进口结构分析

图表：2015年中国床上用品行业出口结构分析

图表：2015年中国床上用品所属行业全部企业数据分析

图表：2015年中国床上用品所属行业不同规模企业数据分析

图表：2015年中国床上用品所属行业不同所有制企业数据分析

图表：2015年中国床上用品行业各区域需求量分析

图表：2015年中国华东地区床上用品行业产量分析

图表：2015年中国华北地区床上用品行业产量分析

图表：2015年中国华中地区床上用品行业产量分析

图表：2015年中国华南地区床上用品行业产量分析

图表：2015年中国东北地区床上用品行业产量分析

图表：2015年中国西部地区床上用品行业产量分析

图表：2016-2022年中国床上用品行业各区域需求量预测

图表：2016-2022年中国床上用品行业供给预测

图表：2016-2022年中国床上用品行业需求预测

图表：2016-2022年中国床上用品行业需求量预测

图表：2016-2022年中国床上用品行业销售收入预测

图表：2016-2022年中国床上用品行业总资产预测

图表：2016-2022年中国床上用品行业工业总产值预测

图表：2016-2022年中国床上用品行业价格指数预测

图表：2016-2022年中国床上用品行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国床上用品行业市场规模增速预测

图表。。。。。

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/Z2271991E2.html>