2025-2030年中国床上用品行业发展分析与投资战略研究咨询报告

报告简介

近几年来随着人们生活水平的提高，品牌意识越来越强，与我们紧密接触的床上用品的品质更是越来越被重视。在我们的家居生活中，随处可见它的影子，它不仅影响着我们睡眠的质量，更关系着我们的健康。选择一款舒适的床上用品，不仅要追求时尚，更重要的是质量与舒适度的结合。因此对床上用品品牌的选择也是尤为重要。

2018年，由国家统计局统计的全国987家规模以上床上用品企业实现主营业务收入1082.32亿元，同比增长5.21%。行业增速自2015年以来保持着稳步上升，体现床品行业稳中有进的增长态势。协会跟踪的108家床品企业全年收入增速为5.54%;跟踪的产业集群收入同比增长5.85%。2018年，全国987家规模以上床上用品企业实现内销产值720.56亿元，同比增长4.43%。

随着城镇化进程的持续推进，住房条件的改善及婚庆市场的迅速发展，对床上用品的需求拉动作用明显，我国床上用品市场规模有望持续提高。随着人民生活水平的提升，床上用品企业发展迅猛，产品愈加丰富，而线上平台作为重要的销售渠道，在行业发展中发挥着至关重要的作用。

随着消费升级带来的品质需求及消费频次的提升，中高端品牌竞争力逐步增强，床上用品行业加速洗牌，龙头企业市场占有率加速提升。

随着我国人民生活水平的提高，消费者的消费观念逐渐转变，对产品功能性的重视程度日益提高，对床上用品的要求已不再局限于保暖、舒适等原有的基本特性。近年来床上用品随着市场需求的变化不断更新换代。床上用品填充物由传统的棉被逐步发展到今日的多孔被、羽绒被，套件面料从传统的纯棉面料发展到真丝面料，到今日的竹纤维、天丝等功能性面料，产品结构逐渐丰富，不仅限于传统的实用性，更多地加入了功能性、保健性、装饰性和绿色环保等诸多新功能。

随着经济的不断发展，人民物质生活水平有了较大提高，消费者对床上用品的消费不再仅停留在对生活起居等基本功能的满足上，而更要求床上用品与消费者的生活方式和审美文化相吻合，对床上用品设计、面料甚至生态和保健等功能提出越来越多的要求，以产品风格和产品功能为特点的品牌消费时代已经来临。未来床上用品企业之间的竞争将会是建立在差异化基础上的品牌竞争，而建立在品牌基础之上的质量、文化、时尚等众多因素的差异化优势在竞争中的作用正日益趋于明显。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国纺织工业联合会、中国纺织工业联合会统计中心、中国家用纺织品行业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国床上用品及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国床上用品行业发展状况和特点，以及中国床上用品行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的床上用品行业发展态势作了详细分析，并对床上用品行业进行了趋向研判，是床上用品生产、经营企业、科研、投资机构等单位准确了解目前床上用品业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 床上用品行业发展综述

第一节 床上用品行业定义及分类

一、床上用品行业概述

二、床上用品主要产品分类

三、床上用品行业发展意义及作用

第二节 床上用品行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 最近3-5年中国床上用品行业经济指标分析

一、成长速度

二、进入壁垒/退出机制

三、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 床上用品行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、床上用品行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、床上用品产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、床上用品产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、床上用品技术发展现状

二、床上用品印染技术发展分析

三、床上用品织绣技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 国际床上用品行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球床上用品市场总体情况分析

一、全球床上用品行业的发展特点

二、全球床上用品市场结构

三、全球床上用品行业发展分析

四、全球床上用品行业竞争格局

五、全球床上用品市场区域分布

第二节 国际重点床上用品品牌发展比较

一、三大国际床上用品品牌发展概况

1、瑞士bico

2、美国serta

3、德国breckle

二、三大国际床上用品品牌的历史、人文价值比较

1、三大床上用品品牌发展轨迹

2、三大床上用品品牌的历史价值

3、三大床上用品品牌的人文价值

三、三大床上用品品牌的产品比较研究

1、三大床上用品品牌产品的服装设计要素

2、三大床上用品品牌产品的工艺要素

四、三大床上用品品牌企业形象的比较研究

五、三大国际床上用品品牌在华发展比较

1、三大床上用品品牌在中国的门店分布情况

2、中国消费者对三大床上用品品牌的认可情况调研

3、三大床上用品品牌在中国的消费者情况调研

六、三大床上用品品牌对中国床上用品业的借鉴意义

第三节 全球主要国家(地区)市场分析

一、欧洲

1、欧洲床上用品行业发展概况

2、欧洲床上用品市场结构及产销情况

3、2025-2030年欧洲床上用品行业发展前景预测

二、美国

1、美国床上用品行业发展概况

2、美国床上用品市场结构及产销情况

3、2025-2030年美国床上用品行业发展前景预测

三、日本

1、日本床上用品行业发展概况

2、日本床上用品市场结构及产销情况

3、2025-2030年日本床上用品行业发展前景预测

第二部分 行业深度分析

第四章 中国床上用品行业运行现状分析

第一节 中国床上用品行业发展状况分析

一、中国床上用品行业发展概况及特点

二、中国床上用品行业发展存在的问题

三、中国床上用品行业商业模式分析

第二节 床上用品行业发展现状

一、中国床上用品行业市场规模

二、中国床上用品行业发展分析

1、床上用品追求时尚化

2、低端产品市场企业竞争激烈

3、健康卫生成为床上用品的新追求

4、品牌市场集中城镇市场

5、绿色产品更受青睐

6、保健型床上用品成为趋势

第三节 2020-2025年床上用品市场经营情况分析

一、中国床上用品行业工业总产值

二、中国床上用品行业销售额分析

三、中国床上用品行业产销量分析

四、中国床上用品行业利润总额分析

第四节 2020-2025年中国床上用品行业企业分析

一、企业数量变化分析分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

四、从业人员数量分析

第五节 2020-2025年中国床上用品行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第六节 中国床上用品市场价格走势分析

一、床上用品市场定价机制组成

二、床上用品市场价格影响因素

三、2020-2025年床上用品价格走势分析

四、2025-2030年床上用品价格走势预测

第五章 中国床上用品行业市场供需形势及进出口分析

第一节 中国床上用品行业市场供需平衡分析

一、中国床上用品行业市场供给分析

1、中国床上用品行业产能分析

2、中国床上用品行业产量分析

二、中国床上用品行业市场需求分析

1、产品需求结构分析

2、地区需求差异分析

三、中国床上用品行业市场供需平衡分析

第二节 中国床上用品行业进出口分析

一、床上用品行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

二、床上用品行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

三、中国床上用品出口面临的挑战及对策

四、床上用品行业进出口前景及建议

第三部分 市场全景调研

第六章 床上用品行业产业结构分析

第一节 床上用品产业结构分析

一、床上用品行业产业链构成

二、床上用品行业产业链结构模型分析

三、主要环节增值空间

四、产业链条的竞争优势分析

第二节 主要原材料行业发展分析

一、棉花市场分析

1、棉花供需情况分析

2、棉花进出口分析

3、棉花价格走势

4、棉花市场对床上用品行业的影响

二、羊毛市场分析

1、羊毛供需情况分析

2、羊毛进出口分析

3、羊毛价格走势

4、羊毛市场对床上用品行业的影响

三、丝市场分析

1、丝供需情况分析

2、丝进出口分析

3、丝价格走势

4、丝市场对床上用品行业的影响

四、化学纤维市场分析

1、化学纤维供需情况分析

2、化学纤维进出口分析

3、化学纤维价格走势

4、化学纤维市场对床上用品行业的影响

五、亚麻市场分析

1、亚麻供需情况分析

2、亚麻进出口分析

3、亚麻市场对床上用品行业的影响

第三节 家纺行业发展分析

一、家纺行业内销产值分析

二、家纺行业主营业务收入分析

三、家纺行业利润总额分析

四、家纺行业进出口额分析

五、家纺行业对床上用品行业的影响

第四节 床上用品行业销售终端分析

一、销售终端业态及市场结构分析

二、销售终端营销渠道分析

三、销售终端售后服务特点分析

第五节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国床上用品行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 中国床上用品细分市场分析及预测

第一节 中国床上用品行业细分市场结构分析

一、床上用品行业市场结构现状分析

二、床上用品行业细分结构特征分析

三、床上用品行业市场结构变化趋势

第二节 套罩类市场分析预测

一、套罩类市场发展概况

二、套罩类市场规模分析

三、套罩类市场结构分析

四、套罩类市场竞争格局

五、套罩类市场趋势预测

第三节 枕类市场分析预测

一、枕类市场发展概况

二、枕类市场规模分析

三、枕类市场结构分析

四、枕类市场竞争格局

五、枕类市场趋势预测

第四节 被褥类市场分析预测

一、被褥类市场发展概况

二、被褥类市场规模分析

三、被褥类市场结构分析

四、被褥类市场竞争格局

五、被褥类市场趋势预测

第五节 套件市场分析预测

一、套件市场发展概况

二、套件市场规模分析

三、套件市场结构分析

四、套件市场竞争格局

五、套件市场趋势预测

第八章 中国床上用品行业营销趋势及策略分析

第一节 床上用品行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、床上用品营销环境分析与评价

1、国际环境下的床上用品

2、学校及企业需求下的床上用品

3、中国床上用品市场整体环境

三、中国床上用品销售渠道分析

1、百货公司

2、普通商场

3、超市及连锁店

4、品牌专卖店

5、批发市场

6、电商

四、销售渠道存在的主要问题分析

1、批发市场存在问题分析

2、终端市场存在问题分析

3、渠道商存在问题分析

五、销售渠道发展趋势分析

1、符合营销网络

2、实施品牌经营

3、o2o销售

4、与零售业结成联盟

5、直销

第二节 床上用品连锁营销策略分析

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

第三节 床上用品营销的发展趋势

一、床上用品营销更倾向o2o模式

二、个性搭配组合营销受欢迎

三、未来床上用品市场营销的出路

四、中国床上用品营销的趋势预测

第四部分 竞争格局分析

第九章 床上用品行业产业集群市场分析

第一节 中国床上用品重点区域市场分析预测

一、行业市场规模区域结构分析

二、行业产品结构区域特点分析

三、行业区域消费特征分析

第二节 中国床上用品产业集群发展特色分析

一、江苏床上用品产业发展特色分析

1、江苏床上用品产业发展特点

2、江苏床上用品产业市场布局

3、江苏床上用品产业产品集中度分析

4、江苏床上用品企业数量分析

5、江苏床上用品品牌竞争格局

6、江苏床上用品产业发展趋势分析

二、浙江床上用品产业发展特色分析

1、浙江床上用品产业发展特点

2、浙江床上用品产业市场布局

3、浙江床上用品产业产品集中度分析

4、浙江床上用品企业数量分析

5、浙江床上用品品牌竞争格局

6、浙江床上用品产业发展趋势分析

三、山东床上用品产业发展特色分析

1、山东床上用品产业发展特点

2、山东床上用品产业市场布局

3、山东床上用品产业产品集中度分析

4、山东床上用品企业数量分析

5、山东床上用品品牌竞争格局

6、山东床上用品产业发展趋势分析

四、广东床上用品产业群体发展特色分析

1、广东床上用品产业发展特点

2、广东床上用品产业市场布局

3、广东床上用品产业产品集中度分析

4、广东床上用品企业数量分析

5、广东床上用品品牌竞争格局

6、广东床上用品产业发展趋势分析

五、湖南床上用品产业群体发展特色分析

1、湖南床上用品产业发展特点

2、湖南床上用品产业市场布局

3、湖南床上用品产业产品集中度分析

4、湖南床上用品企业数量分析

5、湖南床上用品品牌竞争格局

6、湖南床上用品产业发展趋势分析

六、主要省市集中度及竞争力模式分析

第十章 床上用品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

二、床上用品行业swot分析

第二节 床上用品行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 床上用品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 床上用品市场竞争策略分析

一、市场领导者竞争策略

二、市场挑战者竞争策略

三、市场追随者竞争策略

四、市场拾遗补缺者竞争策略

第五节 床上用品企业竞争策略分析

一、价格竞争策略

二、产品竞争策略

三、服务竞争策略

第六节 床上用品行业竞争趋势分析

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、人才竞争

七、文化竞争

八、资讯竞争

第十一章 床上用品行业领先企业经营形势分析

第一节 深圳市富安娜家居用品股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业销售网络及渠道分析

四、企业竞争优势分析

五、企业客户群体分析

六、企业产业不布局分析

第二节 上海恒源祥家用纺织品有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业销售网络及渠道分析

四、企业竞争优势分析

五、企业客户群体分析

六、企业产业不布局分析

第三节 罗莱生活科技股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业销售网络及渠道分析

四、企业竞争优势分析

五、企业客户群体分析

六、企业产业不布局分析

第四节 上海水星家用纺织品股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业销售网络及渠道分析

四、企业竞争优势分析

五、企业客户群体分析

六、企业产业不布局分析

第五节 南极电商(上海)有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业销售网络及渠道分析

四、企业竞争优势分析

五、企业客户群体分析

六、企业产业不布局分析

第六节 多喜爱集团股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业销售网络及渠道分析

四、企业竞争优势分析

五、企业客户群体分析

六、企业产业不布局分析

第七节 湖南梦洁家纺股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业销售网络及渠道分析

四、企业竞争优势分析

五、企业客户群体分析

六、企业产业不布局分析

第八节 宁波博洋控股集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业销售网络及渠道分析

四、企业竞争优势分析

五、企业客户群体分析

六、企业产业不布局分析

第九节 紫罗兰家纺科技股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业销售网络及渠道分析

四、企业竞争优势分析

五、企业客户群体分析

六、企业产业不布局分析

第十节 北极绒(上海)纺织科技发展有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业销售网络及渠道分析

四、企业竞争优势分析

五、企业客户群体分析

六、企业产业不布局分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 2025-2030年床上用品行业前景及趋势

第一节 2025-2030年床上用品市场发展前景

一、2025-2030年床上用品市场发展潜力

二、2025-2030年床上用品市场发展前景展望

三、2025-2030年床上用品细分行业发展前景分析

1、套罩类市场前景分析

2、枕类市场前景分析

3、被褥类市场前景分析

4、套件类市场前景分析

第二节 2025-2030年床上用品市场发展趋势预测

一、2025-2030年床上用品行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2025-2030年床上用品市场规模预测

1、床上用品行业市场容量预测

2、床上用品行业销售收入预测

三、2025-2030年床上用品行业应用趋势预测

四、2025-2030年细分市场发展趋势预测

第三节 2025-2030年中国床上用品行业供需预测

一、2025-2030年中国床上用品行业供给预测

二、2025-2030年中国床上用品行业产量预测

三、2025-2030年中国床上用品市场销量预测

四、2025-2030年中国床上用品行业需求预测

五、2025-2030年中国床上用品行业供需平衡预测

第十三章 2025-2030年床上用品行业投资机会与风险防范

第一节 床上用品行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第二节 2025-2030年床上用品行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第三节 2025-2030年床上用品行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国床上用品行业投资建议

一、床上用品行业未来发展方向

二、床上用品行业主要投资建议

三、中国床上用品企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十四章 床上用品行业发展战略及建议

第一节 对中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、中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

第二节 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

第三节 床上用品行业投资战略研究

一、2025-2030年床上用品行业投资战略

二、2025-2030年细分行业投资战略

第四节 研究结论及发展建议

一、床上用品行业研究结论及建议

二、床上用品子行业研究结论及建议

三、中道泰和床上用品行业发展建议

1、行业发展策略建议

2、行业投资方向建议

3、行业投资方式建议

图表目录

图表：床上用品行业生命周期

图表：2020-2025年中国床上用品行业工业总产值

图表：2020-2025年中国床上用品行业销售额分析

图表：2020-2025年中国床上用品行业产销量分析

图表：2020-2025年中国床上用品行业利润总额分析

图表：2020-2025年床上用品企业数量变化分析分析

图表：2020-2025年床上用品行业从业人员数量分析

图表：2020-2025年床上用品价格走势分析

图表：2025-2030年床上用品价格走势预测

图表：2020-2025年床上用品行业出口总额分析

图表：2020-2025年床上用品行业出口产品结构

图表：2020-2025年床上用品行业进口总额分析

图表：2020-2025年床上用品行业进口产品结构

图表：2020-2025年中国棉花进出口分析

图表：2020-2025年中国棉花价格走势

图表：2020-2025年中国羊毛进出口分析

图表：2020-2025年中国羊毛价格走势

图表：2020-2025年中国丝进出口分析

图表：2020-2025年中国丝价格走势

图表：2020-2025年中国化学纤维进出口分析

图表：2020-2025年中国化学纤维价格走势

图表：2020-2025年中国家纺行业内销产值分析

图表：2020-2025年中国家纺行业主营业务收入分析

图表：2020-2025年中国家纺行业利润总额分析

图表：2020-2025年中国家纺行业进出口额分析

图表：2020-2025年中国套罩类市场规模分析

图表：2020-2025年中国枕类市场规模分析

图表：2020-2025年中国被褥类市场规模分析

图表：2020-2025年中国套件市场规模分析

图表：2025-2030年床上用品行业市场容量预测

图表：2025-2030年床上用品行业销售收入预测

图表：2025-2030年中国床上用品行业产量预测

图表：2025-2030年中国床上用品市场销量预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

本文地址：https://www.51baogao.cn/fangzhi/201006282879.shtml

在线订购：点击这里