

2016-2022年中国床上用品行业分析及市场深度调查报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国床上用品行业分析及市场深度调查报告》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://www.chyxx.com/research/201605/412101.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

国内床上用品企业的销售模式主要是加盟经销和直营连锁，在此基础上建立了多种销售渠道。目前，我国床上用品行业的销售渠道主要包括以下几种：百货商场、直营专卖店、加盟店、超市、网上直销、电视购物等。企业可根据自身产品定位、品牌形象、渠道管控能力，选择不同的销售渠道，并结合不同销售区域进行布局。

国内床上用品行业的主要销售渠道

资料来源：智研数据中心整理

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。

2009-2019年中国家纺行业市场规模统计及预测

资料来源：智研数据中心整理

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%。

2014年国内各类家用纺织品销售比重情况

资料来源：智研数据中心整理

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。

2009-2019年国内床上用品业销售额及预测情况

资料来源：智研数据中心整理

智研咨询发布的《2016-2022年中国床上用品行业分析及市场深度调查报告》共十章。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。

报告目录：

第一章 床上用品行业发展回顾 14

1.1 床上用品行业定义 14

1.2 中国床上用品行业发展回顾 16

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，消费者购买家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。

国内床上用品行业发展历程

资料来源：智研数据中心整理

1.3 世界床上用品行业发展回顾 18

第二章 中国床上用品行业经济 政策 技术环境分析 22

2.1 中国床上用品行业经济环境分析 22

2.1.1 GDP 22

2.1.2 工业形态 23

2.1.3 固定资产投资增长情况 26

2.1.4 进出口变化情况 30

2.1.5 存贷款利率调整 33

2.2 国家十三五规划解读 35

2.2.1 加快转变经济发展方式，开创科学发展新局面 35

2.2.2 坚持扩大内需战略，保持经济平稳较快发展 40

2.2.3 推进农业现代化，加快社会主义新农村建设 41

2.2.4 发展现代产业体系，提高产业核心竞争力 43

2.2.5 促进区域协调发展，积极稳妥推进城镇化 45

2.3 中国床上用品行业政策环境分析 47

2.3.1 中国床上用品行业相关国家政策分析 47

2.3.2 中国床上用品行业相关国家标准分析 47

2.4 中国床上用品行业技术环境分析 48

2.4.1 国际床上用品行业技术发展分析 48

2.4.2 国内床上用品行业技术现状分析 48

第三章 2016-2022年中国床上用品行业发展状况分析与预测 50

3.1 2015-2016年中国床上用品行业产销情况分析 50

3.1.1 2015-2016年中国床上用品行业生产情况分析 50

3.1.2 2015-2016年中国床上用品行业重点省市生产情况分析 51

3.1.3 2015-2016年中国床上用品行业生产情况集中度分析 51

3.1.4 2015-2016年中国床上用品行业需求情况分析 52

3.2 2016-2022年中国床上用品行业产销情况预测 52

3.2.1 2016-2022年中国床上用品行业生产情况预测 52

3.2.2 2016-2022年中国床上用品行业需求情况预测 53

3.3 2015-2016年中国床上用品行业财务能力分析 54

3.3.1 床上用品行业盈利能力分析 54

3.3.2 床上用品行业偿债能力分析 54

3.3.3 床上用品行业营运能力分析 55

3.3.4 床上用品行业发展能力分析 56

第四章 2015-2016年中国床上用品行业区域市场运行状况分析 58

4.1 2015-2016年床上用品行业区域结构分析 58

4.2 2015-2016年华东地区床上用品行业市场运行状况分析 58

4.3 2015-2016年华南地区床上用品行业市场运行状况分析 59

4.4 2015-2016年华北地区床上用品行业市场运行状况分析 59

4.5 2015-2016年华中地区床上用品行业市场运行状况分析 60

4.6 2015-2016年东北地区床上用品行业市场运行状况分析 61

4.7 2015-2016年西南地区床上用品行业市场运行状况分析 61

4.8 2015-2016年西北地区床上用品行业市场运行状况分析 62

第五章 2016-2022年中国床上用品行业进出口现状及预测 63

5.1 2015-2016年中国床上用品行业进出口现状分析 63

5.1.1 2015-2016年中国床上用品行业进口现状分析 63

5.1.2 2015-2016年中国床上用品行业出口现状分析 63

5.2 2016-2022年中国床上用品行业进出口预测 64

5.2.1 2016-2022年中国床上用品行业进口预测 64

5.2.2 2016-2022年中国床上用品行业出口预测 65

5.3 中国床上用品行业进出口风险分析 65

第六章 2015-2016年中国床上用品行业市场价格分析及预料 66

6.1 2015-2016年中国床上用品行业市场价格走势分析 66

6.2 2016-2022年中国床上用品行业市场价格变化趋势预测 66

第七章 2015-2016年中国床上用品相关行业发展现状 67

7.1 中国床上用品相关上游行业发展分析 67

床上用品行业产业链：

资料来源：智研数据中心整理

棉花和化纤是床上用品行业的两大初级原材料，坯布、面料和填充材料是床上用品的直接原材料。产业最上游是棉花、化纤和棉纱的生产加工，主要影响本行业的原材料采购成本，直接上游是面料和印染，主要影响床上用品的质量及档次；床上用品是终端消费品，无下游行业。

（1）上游行业发展状况的影响

原材料采购成本的影响，从上游行业来讲，棉花原料和化纤原料价格的波动对床上用品行业的采购成本有一定的影响。棉花到纺织生产的产业链具有分散度高、习惯囤货、资金参与程度高、国家调控力度大的特点，参与资金变化（产业链上下游企业的囤货资金，以及包括期货市场资金在内的炒作资金）、供需变化（包括棉花供应量和消费量，以及消费者对终端产品价格的认可程度）和国家政策（包括市场和行政手段）是影响棉价的三大核心因素。

面料和印染行业发展的影响，面料作为床上用品设计和生产的基础，近些年随着新原料、新工艺的应用，面料行业也取得了长足的发展。面料行业的发展具有原材料多样化、纺织工艺精细化和后整理功能化等特点；印染的质量和技术含量直接限制床上用品行业的最终产品质量和产品技术创新能力。

（2）下游发展状况的影响

床上用品行业的产品直接面向家庭、酒店等终端消费者，因此宏观经济状况、消费者可支配收入状况、消费者心理和消费偏好、城市化水平的提升、房地产业和婚庆市场、孩童市场

的发展等因素都将促进消费者对家用纺织品的消费需求，为本行业的发展提供动力。

7.2 中国床上用品相关下游行业发展分析 72

第八章 近三年中国床上用品行业重点企业分析 78

8.1 公司一 78

8.1.1 企业简介 78

8.1.2 企业主营业务 78

8.1.3 2015-2016年企业财务及经营状况分析 81

8.1.4 未来发展趋势 86

8.2公司二 87

8.2.1 企业简介 87

8.2.2 企业主营业务 87

8.2.3 2015-2016年企业财务及经营状况分析 88

8.2.4 未来发展趋势 94

8.3公司三 94

8.3.1 企业简介 94

8.3.2 企业主营业务 95

8.3.3 2015-2016年企业财务及经营状况分析 95

8.3.4 未来发展趋势 102

8.4 公司四 103

8.4.1 企业简介 103

8.4.2 企业主营业务 103

8.4.3 2015-2016年企业财务及经营状况分析 104

8.4.4 未来发展趋势 111

8.5公司五 112

8.5.1 企业简介 112

8.5.2 企业主营业务 112

8.5.3 2015-2016年企业财务及经营状况分析 113

8.5.4 未来发展趋势 120

8.6 公司六121

8.6.1 企业简介 121

8.6.2 企业主营业务 122

8.6.3 2015-2016年企业财务及经营状况分析 122

8.6.4 未来发展趋势 129

第九章 中国床上用品行业营销调查分析 131

9.1 中国床上用品行业营销模式调查	131
9.1.1 直销	131
9.1.2 代理经销	133
9.1.3 国际贸易	135
9.1.4 网络模式	135
9.2 中国床上用品行业销售终端竞争调查	136
9.2.1 广告宣传	136
9.2.2 促销活动	137
9.2.3 价格竞争	137
9.3 中国床上用品行业不同客户购买相关的态度及影响分析	138
9.3.1 价格影响程度分析	138
9.3.2 购买方便影响分析	139
9.3.3 广告影响程度分析	139
9.3.4 包装影响程度分析	140
第十章 2016-2022年中国床上用品行业投资风险及前景预测	141
10.1 2016-2022年中国床上用品行业投资风险分析	141
10.1.1 现有企业间的竞争	141
10.1.2 潜在进入者分析	141
10.1.3 替代品威胁分析	143
10.1.4 供应商议价能力	143
10.1.5 客户议价能力	144
10.2 2016-2022年中国床上用品行业市场前景预测	144

根据调查，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

资料来源：智研数据中心整理

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。

（1）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

资料来源：智研数据中心整理

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²。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。

（2）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

资料来源：智研数据中心整理

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、文化性和个性化转变，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。

（3）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

资料来源：智研数据中心整理

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。

（4）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。2014 年，国内旅游人数为 36.11 亿人次，较 2009 年上升 89%，旅游业的发展，使得酒店规模不断扩大。据统计，2009 年我国星级酒店床位数为 256.64 万张，至 2013 年星级酒店床位数量升高至 270.50 万张。酒店规模的持续扩大，为床上用品提供广阔的需求空间。

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。

（5）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

资料来源：智研数据中心整理

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。

（6）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 2014 年 0-14 岁人口达到 22,558 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。

2010-2014 年中国 0-14 岁人口情况 单位：万人

资料来源：智研数据中心整理

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。

10.2.1 2016-2022 年中国床上用品行业产能 产量预测 144

10.2.2 2016-2022 年中国床上用品行业需求量预测 145

10.3 ZY LZG 研究结论及建议 145

图表目录：

- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）
- 图表：居民消费价格同比上涨情况
- 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
- 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
- 图表：农村居民人均收入实际增长速度
- 图表：人口及其自然增长率变化情况
- 图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
- 图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）
- 图表：2016-2022年中国GDP增长预测
- 图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测
- 图表：床上用品行业产业链
- 图表：2011-2015年我国床上用品行业企业数量增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国床上用品行业亏损企业数量增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国床上用品行业从业人数增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国床上用品行业资产规模增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国床上用品行业产成品增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国床上用品行业工业销售产值增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国床上用品行业销售成本增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国床上用品行业费用使用统计图
- 图表：2011-2015年我国床上用品行业主要盈利指标统计图
- 图表：2011-2015年我国床上用品行业主要盈利指标增长趋势图
- 图表：企业1
- 图表：企业主要经济指标走势图
- 图表：企业经营收入走势图
- 图表：企业盈利指标走势图
- 图表：企业负债情况图
- 图表：企业负债指标走势图
- 图表：企业运营能力指标走势图
- 图表：企业成长能力指标走势图
- 图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业.....

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年床上用品行业市场供给

图表：2011-2015年床上用品行业市场需求

图表：2011-2015年床上用品行业市场规模

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：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价格指数预测

图表：.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201605/412101.html>