

2016-2022年中国床上用品市场现状分析及投资风险发展规划报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国床上用品市场现状分析及投资风险发展规划报告》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/201605/412109.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

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

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年中国床上用品市场现状分析及投资风险发展规划报告》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 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

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、儿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。

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

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

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

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 displays，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。

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：<https://www.chyxx.com/research/201605/412109.html>