

2021-2027年中国床上用品产业竞争现状及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国床上用品产业竞争现状及发展前景预测报告》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/202009/898170.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

床上用品指摆放于床上，供人在睡眠时使用的物品，包括被褥、被套、床单、床罩、床笠、枕套、枕芯、毯子、凉席和蚊帐等。

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，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作整体化设计，以组合形式出售。

床品的分类

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国床上用品产业竞争现状及发展前景预测报告》共十一章。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：

第一章 床上用品行业现状

第一节 国际床上用品所属行业发展概况

- 一、国际床上用品产业发展势头强劲
- 二、重视床上用品设计与创新
- 三、发达国家努力发展高端产品
- 四、对功能性、环保型的床上用品需求日趋旺盛
- 五、巴基斯坦床上用品与我竞争

第二节 中国床上用品行业及市场现状

- 一、行业概况
- 二、床上用品当前市场特征

三、2016-2020年床上用品销售情况

四、行业存在的问题及建议

第二章 中国床上用品进出口分析

第一节 中国床上用品进口分析

一、2016-2020年中国床上用品进口数量及金额统计分析

2019年中国棉制针织或钩编的床上用织物制品（63026010）出口数量1620.75万条，进口数量87.38万条；2020年中国棉制针织或钩编的床上用织物制品（63026010）出口数量1652.32万条，进口数量39.93万条。

2015-2020年中国棉制针织或钩编的床上用织物制品（63026010）进出口数量

资料来源：中国海关、智研咨询整理

2019年中国棉制针织或钩编的床上用织物制品（63021010）出口金额51.55百万美元，进口金额6.15百万美元；2020年中国棉制针织或钩编的床上用织物制品（63021010）出口金额65.45百万美元，进口金额2.06百万美元。

2015-2020年中国棉制针织或钩编的床上用织物制品（63021010）进出口金额

资料来源：中国海关、智研咨询整理

二、2016-2020年我国床上用品进口构成情况分析

第二节 中国床上用品出口分析

一、2016-2020年中国床上用品出口数量及金额统计分析

二、2016-2020年我国床上用品出口构成情况分析

第三节 2016-2020年床上用品分析

一、家纺行业概述

二、床上用品出口增长较快

第四节 中国床上用品国际市场竞争力分析

第五节 床上用品出口的主要贸易壁垒及应对

一、我国床上用品出口面临的贸易壁垒

二、我国床上用品出口的应对措施

第三章 床上用品需求市场及规模预测

第一节 影响床上用品需求的因素分析

一、社会文化

二、流行

三、床上用品的心理功能与特征

四、商品名称

五、商标

六、商品价格

七、广告

八、消费者收入

第二节 国际市场床上用品需求分析

一、国际市场床上用品总体需求规模

二、主要国家/地区床上用品市场情况

第三节 国内床用品市场构成分析及规模预测

一、国内床用品消费文化

二、国内床用品新消费特点

三、国内床上用品主要消费领域构成及其规模预测

第二节 市场总体供给状况

一、市场的整体规模

二、床上用品的市场结构概况

第四章 各地床上用品市场分析

第一节 全国床上用品区域市场分析

第二节 上海床上用品市场

一、上海床上用品市场规模预测

二、上海床上用品市场现状

三、上海家纺产业发展新举措

第三节 北京床上用品市场

一、北京床上用品市场规模预测

二、北京床上用品市场现状

三、北京家床上用品市场相关政策

第四节 广东床上用品市场

一、市场总体现状

二、品牌竞争现状

第五节 浙江床上用品市场

一、市场总体现状

二、品牌竞争现状

第六节 重庆床上用品市场

一、重庆床上用品市场规模预测

二、重庆床上用品市场现状

第七节 山东床上用品市场

一、市场总体现状

二、品牌竞争现状

第八节 天津床上用品市场

第五章 床上用品消费者分析

第一节 家庭床上用品消费分析

第二节 单身床上用品消费分析

第三节 新婚床上用品消费分析

第四节 儿童床上用品消费分析

第五节 老年床上用品消费分析

- 一、老年消费市场特征
- 二、老年消费市场营销策略选择

第六章 床上用品销售渠道分析

第一节 床上用品销售渠道构成

- 一、百货商场
- 二、普通商场
- 三、超市
- 四、品牌专卖店
- 五、专业连锁
- 六、批发市场
- 七、专业展会或相关招标会议

第二节 床上用品企业开拓国际市场的策略

- 一、新的市场运作规则
- 二、国际市场：战略性的答复
- 三、以何种方式进入国外市场？
- 四、在国外市场卖什么？
- 五、针对市场所采取的活动

第三节 床上用品销售渠道未来发展趋势

- 一、复合营销网络
- 二、实施床上用品品牌经营
- 三、无店销售
- 四、与零售业结成联盟
- 五、直销
- 六、主题商场

第七章 中国床上用品市场竞争格局

第一节 中国床上用品市场竞争总体态势

- 一、跨行业竞争
- 二、集群化竞争趋势

三、与国外品牌合作竞争

第二节 床上用品领先品牌及其市场占有率

第三节 床上用品市场价格竞争分析

第四节 产品设计竞争分析

第五节 床上用品市场产品竞争分析

第六节 广告宣传的竞争

一、利用专业展会树立品牌知名度

二、媒体宣传

三、街头广告

第七节 营销模式的竞争

一、特色营销

二、网络营销

第八节 中国床上用品市场竞争的发展态势

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、人力资源竞争

七、理念竞争

八、资讯竞争

第八章 入世对中国床品市场竞争格局的影响

第一节 床上用品企业如何应对入世

第二节 床上用品企业的应对措施

第九章 国内床上用品领先品牌分析

第一节 江苏梦兰集团

一、企业基本情况

二、企业经营状况

第二节 青岛喜盈门集团公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

第三节 深圳市富安娜家居用品股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

第四节 江苏堂皇集团

一、企业基本情况

二、企业经营状况

第五节 维科控股集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

第六节 宁波博洋集团公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

第七节 上海龙头家纺有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

第八节 福建佳丽斯家纺有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

第九节 上海红富士被服有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

第十章 床上用品行业走势分析

第一节 床上用品需求发展趋势

一、崇尚自然、个性化

二、追求保健床上用品

三、“绿色”床上用品受青睐

四、追求高科技床上用品

五、健康卫生成为床上用品的新追求

六、床上用品追求时尚化

第二节 国际床上用品流行及开发趋势

一、欧洲家纺产品趋势

二、国际床上用品开发趋势

第三节 床上用品面料发展趋势

一、新防火布料备受瞩目

二、新兴纳米材料

三、天然彩色棉织物

四、医药纤维

五、无纺织物

第四节 床上用品产品研究开发方向

一、市场上的新产品

二、床上用品新产品开发的方向

第五节 床上用品设计趋势

一、床上用品设计将专业化和市场化

二、床上用品设计将配套化、系列化

三、床上用品设计逐渐融入国际思潮

第十一章 SWOT分析与对策（ZY KT）

第一节 床上用品市场SWTO分析

一、企业进入床上用品市场的优势与劣势

二、床上用品市场的发展机会与威胁

第二节 床上用品强势品牌模式

第三节、床上用品行业进入策略与建议

一、市场定位策略

二、床上用品企业的竞争策略（ZY KT）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202009/898170.html>