

2020-2026年中国床上用品 市场运行动态分析及投资趋势预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国床上用品市场运行动态分析及投资趋势预测报告》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.cction.com/report/201910/144266.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

报告目录：

第一章 行业定义与特点

第一节 床上用品的定义及分类

一、床上用品定义

二、床上用品的分类

第二节 床上用品行业特点分析

一、床上用品产业特点

二、床上用品投资特点

三、床上用品色彩特点

第二章 床上用品行业发展分析

第一节 我国床上用品行业的发展现状

一、发展速度情况

二、与发达国家相比

三、影响床品需求因素分析

五、国内床品流行趋势

六、我国床上用品技术标准化走向国际

第二节 我国床上用品市场发展分析

一、2019年酒店床上用品市场发展情况

二、2019年床上用品市场变化情况

三、2019年床上用品市场质量情况

四、2019年中国织里棉布城床上用品布价格情况

五、2019年中国织里棉布城床上用品类行情

六、我国中小型床品企业发展困局

第三节 床上用品行业消费需求及前景分析

一、床上用品消费需求概况

二、消费特征分析

三、消费动向分析

第四节 床上用品流行现状分析

一、色彩流行分析

- 二、床上用品流行个性化
- 三、床上用品流行密码解读
- 四、床上用品流行揭秘
- 五、2019年床上用品流行趋势

第三章 床上用品细分市场发展分析

第一节 枕头

- 一、枕头定义
- 二、枕头的分类
- 三、枕头的发展
- 四、我国枕头市场发展现状
- 五、我国枕头市场发展前景
- 六、抱枕在家居用品中的地位

第二节 床单

- 一、床单定义
- 二、全棉床单品种
- 三、2019年中国床单对巴基斯坦市场冲击情况
- 四、2019年欧盟取消对巴基斯坦棉质床单的反倾销措施

第三节 床罩

- 一、床罩定义
- 二、2019年床单床罩检验规程通过审定

第四节 毛巾被和毛毯

- 一、毛毯的定义
- 二、2019年毛巾被批发市场增长情况
- 三、酒店用毛巾制品亟待提升产品的档次
- 四、2015-2019年我国毛毯市场发展情况
- 五、2019年中国毛毯在美“引爆”时尚狂潮

第四章 床上用品区域市场分析

第一节 床上用品分地区市场分析

- 一、家用纺织品市场基本情况
- 二、北京家纺市场分析

三、合肥家纺市场分析

四、长沙家纺市场分析

第二节 家纺产业基地分析

一、遂宁基地分析

二、浦江基地分析

三、海宁基地分析

四、南通基地分析

第三节 2019年我国床上用品区域市场合格率情况

一、上海

二、深圳

三、四川

四、甘肃

五、福州

第五章 床上用品主要原料产业发展分析

第一节 面料及布料

一、面料概述

二、2015-2019年我国家纺面料发展分析

三、2015-2019年我国棉布产量情况

四、2015-2019年我国非织造布产量情况

五、2015-2019年棉布进出口数据

六、家纺市场上的面料发展趋势

七、2019年服装面料流行趋势前瞻

八、2019年面料棉花行情解析

九、2019年面料流行趋势影响因素

第二节 毛线

一、2015-2019年我国绒线（毛线）产量情况

二、毛针织行业发展现状

三、2015-2019年毛纺行业市场运行分析

四、2015-2019年我国毛及毛线进出口情况

五、金融危机下毛线批发市场情况

六、发展措施

第三节 化学纤维

- 一、2015-2019年世界化学纤维生产概况
- 二、2015-2019年我国化学纤维产量情况
- 三、2015-2019年我国化学纤维产业发展情况
- 四、2015-2019年我国化学纤维进出口情况
- 五、2019年我国化学纤维价格走势展望
- 六、2019年中国化学纤维行业战略关键
- 七、2019年中国化学纤维工业协会具体措施
- 八、全球致力于开发绿色化学纤维创新

第四节 纱线

- 一、2015-2019年我国纱产量情况
- 二、2015-2019年纱线行业总量增长情况
- 三、2015-2019年纱线行业经营环境变化
- 四、2015-2019年纱线行业期间费用变化
- 五、2015-2019年纱线行业生产经营和盈利状况
- 六、2015-2019年纱线行业短期偿债和变现能力变化
- 七、2015-2019年我国纱线进出口概况
- 八、2019年盛泽嘉兴两地纱类行情回顾
- 九、2019年土耳其对华聚酯合成长丝纱线反倾销制裁情况

第六章 我国纺织业发展分析

第一节 2019年我国纺织行业经济运行分析

- 一、行业发展总体脉络
- 二、纺织全行业总量增长情况
- 三、纺织全行业经营环境和投资情况
- 四、纺织全行业结构和运行质量变化情况
- 五、纺织全行业生产经营和盈利状况
- 六、纺织全行业短期偿债和变现能力变化情况
- 七、纺织行业内需市场分析
- 八、纺织行业出口市场分析
- 九、2019年我国纺织业主要经济指标分析

第二节 2019年我国纺织行业市场发展分析

一、2019年纺织行业整体发展形势分析

二、2019年纺织行业发展环境分析

三、2019年纺织工业新标准实施情况

四、2020-2026年中国纺织内需市场预测

五、2019年我国棉纺织设备新发展

六、2020-2026年我国对美国纺织服装出口预测

七、2020-2026年中国纺织行业发展目标分析

第三节 “十三五”期间纺织行业发展规划

一、《纺织行业“十三五”标准化发展规划》制定情况

二、“十三五”纺织行业发展预期目标

三、“十三五”期间纺织业发展重点

四、“十三五”纺织行业结构调整情况

五、“十三五”中国纺织业发展模式分析

第四节 2020-2026年我国纺织行业发展战略和出路

一、应对国际市场萎缩的发展战略

二、应对成本问题的战略

三、金融危机下我国纺织行业出路探索

四、2020-2026年纺织行业发展战略选择

五、2019年中国纺织振兴“政策”与“对策”

六、纺织行业在国内外的竞争优势仍然存在

七、纺织行业：透过危机看转机

第七章 家纺行业发展状况分析

第一节 中国家纺市场现状

一、家纺行业发展情况分析

二、中国家纺行业发展历程

三、家纺行业发展的弊病

四、家纺营销渠道分析

五、家纺企业加快转型升级

六、中档家纺用品已成为超市主销

第二节 我国消费者群体分析

一、家纺细分时代的消费分析

二、消费者年龄层次

三、消费者购买特征

四、床品购买特征

第三节 2019年中国家纺行业发展特点

一、软实力关注特点

二、转型、升级特点

三、可持续发展特点

四、生活方式特点

五、专业市场特点

六、家纺设计特点

七、品牌建设特点

八、科技改变特点

九、新原料应用特点

十、整合、延伸特点

第四节 2019年家纺行业市场发展分析

一、2020-2026年家纺行业发展预测

二、2020-2026年家纺业内需及出口市场预测

三、2019年家纺业市场新走向

四、2019年家纺业发展面临三大难题

五、2019年家纺企业将目光投向礼品渠道

六、2020-2026年家纺面料销量预测

第五节 家纺行业企业品牌发展战略研究

一、时机把控

二、战略突破

三、结构突围

四、定势至上

五、品牌攻略

六、快速销售

七、终端竞胜

八、价值创新

九、模式倍增

十、系统整合

第六节 家纺行业应对金融危机发展战略研究

- 一、可持续发展战略
- 二、“适销对路”战略
- 三、金融危机下家纺新品牌战略和商机
- 四、金融风暴下家纺营销模式变革突围战略
- 五、纺织服装企业负增长对家纺行业的影响
- 六、2019年家纺业外企欲转型内销
- 七、2019年家纺行业品牌战略分析

第七节 家纺专卖店开店策略分析

- 一、专卖店体系的特点
- 二、专卖店的运营
- 三、专卖店体系市场与销售

第八章 床上用品行业竞争分析

第一节 床上用品竞争格局分析

- 一、企业竞争环境
- 二、需求市场分布形态
- 三、集群化竞争趋势

第二节 家纺行业竞争分析

- 一、2019年我国家纺行业竞争现状
- 二、我国家纺产业竞争地域分布
- 三、家纺业竞争下的机遇分析
- 四、家纺业产品竞争分析
- 五、家纺业竞争下战略分析
- 六、家纺行业竞争趋势分析
- 七、家纺企业的“端销售创新”竞争策略探讨
- 八、2015-2019年家纺业竞争状况分析

第三节 2020-2026年床上用品企业的竞争趋势

- 一、高科技竞争趋势
- 二、品牌竞争趋势
- 三、渠道竞争趋势
- 四、管理竞争趋势

五、创新竞争趋势

六、人力资源竞争趋势

七、理念竞争趋势

八、资讯竞争趋势

第四节 2020-2026年床上用品企业的竞争策略

一、床上用品竞争策略选择

二、功能保健床上用品竞争突围分析

三、床上用品企业的竞争策略

第九章 床上用品重点企业分析

第一节 梦洁

一、公司概况

二、公司品牌

三、公司战略

四、2020-2026年公司发展情况及战略规划

第二节 罗莱

一、公司概况

二、公司品牌

三、公司策略

四、2020-2026年公司发展情况及战略规划

第三节 佳丽斯

一、公司概况

二、公司战略

三、发展历程

四、公司最新动态

第四节 梦兰

一、公司概况

二、公司品牌

四、公司多元竞争力体系构建情况

五、2020-2026年公司新计划

第五节 富安娜

一、公司概况

二、公司品牌

三、公司战略

四、2019年公司出口情况

五、2020-2026年公司发展规划

第六节 堂皇

一、公司概况

二、公司品牌

三、公司战略

四、2020-2026年公司发展情况及战略规划

第七节 红富士

一、公司概况

二、公司品牌

三、公司战略

四、2019年公司动态

第八节 喜盈门

一、公司概况

二、公司品牌

三、公司战略

四、2019年公司动态

第九节 雅芳婷

一、公司概况

二、公司品牌

三、公司战略

四、2020-2026年公司发展规划

第十章 2020-2026年床上用品发展趋势分析

第一节 家纺业发展趋势

一、家纺业渠道的变迁

二、家纺业渠道变革的趋势

三、家纺类礼品未来发展趋势

四、2020-2026年纺织业未来增长趋势分析

五、2020-2026年中国家纺发展趋势

六、2020-2026年我国家纺业消费需求趋势

第二节 2020-2026年床上用品发展趋势分析

- 一、床上用品市场发展趋势
- 二、我国床上用品行业营销发展趋势
- 三、床上用品销售渠道发展趋势
- 四、床上用品的未来将以技术含量占市场
- 五、未来年我国床上用品的发展前景

第十一章 床上用品行业发展战略分析

第一节 床上用品连锁经营策略分析

- 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

第二节 床上用品销售渠道控制模式分析

- 一、利用品牌控制渠道客户
- 二、利用长期战略和愿景控制渠道客户
- 三、利用利益对渠道客户进行控制
- 四、利用厂家服务控制渠道客户
- 五、利用终端控制渠道客户
- 六、利用激励淘汰机制控制渠道客户

第三节 床上用品行业品牌战略分析

- 一、中国家纺业呼唤品牌攻坚
- 二、床上用品打响公众品牌
- 四、床上用品品牌差异化战略
- 五、床上用品品牌持久化战略

第十二章 床上用品行业营销策略分析

第一节 家纺企业营销分析

- 一、2019年家纺市场营销现状
- 二、家纺成功品牌三种动力
- 三、创新对中小家纺企业招商的影响

四、家纺市场营销P分析

五、家纺企业营销新思维

六、2019年家纺企业营销重点变化分析

第二节 床上用品营销渠道分析

一、床上用品销售渠道构成

二、床上用品营销渠道发展趋势

三、床上用品销售渠道构成及其发展趋势

四、2019年加盟店成床上用品品牌主要销售渠道

第三节 床上用品企业网络营销分析

一、网络营销策划分析

二、网络新闻发布分析

三、网络活动宣传品牌招商分析

四、搜索引擎优化分析

五、危机公关管理分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/144266.html>