

2021-2027年中国床上用品 行业分析与投资战略研究报告

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

《2021-2027年中国床上用品行业分析与投资战略研究报告》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/202011/192653.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

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。

2011-2017年我国家纺行业市场规模由1373亿元增加至2168亿元，CAGR为7.9%。随着我国人均可支配收入的增长，人口结构中中产阶级的占比不断提升，家纺消费中出现更加注重品牌和质量、重视个性化和定制化的新特征。此外，随着三四线城市收入增长，客群消费能力增强，消费升级趋势为中高端家纺开辟了新的市场，预测2021年家纺行业规模将达到2937亿元，2017-2021年CAGR为7.9%。2011-2021我国家纺行业市场规模及增速（亿元）由于家纺产品标准化程度相对较高，适于线上销售，加之行业线下渠道近年来不断调整，传统的家纺企业从线下模式纷纷转身发展线上。而龙头品牌得益于较高的品牌知名度和电商流量倾斜，龙头电商发展迅猛。2017年家纺龙头企业线上保持高增，电商销售占比进一步提升。除梦洁股份之外，电商增速基本在40%左右，占比均超20%。其中水星家纺的电商销售额占比最高，2017水星电商销售额为9.53亿元，占比达38.7%。2017年家纺品牌线上保持高增资料来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国床上用品行业分析与投资战略研究报告》共十六章。首先介绍了床上用品相关概念及发展环境，接着分析了中国床上用品规模及消费需求，然后对中国床上用品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国床上用品面临的机遇及发展前景。您若想对中国床上用品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 行业发展现状

第一章 床上用品行业发展概述

第一节 床上用品定义及分类

一、床上用品的定义

二、床上用品的种类

三、床上用品的特性

第二节 床上用品行业的界定

- 一、行业经济特性
- 二、主要细分行业
- 三、产业链结构分析

第三节 床上用品行业发展成熟度分析

- 一、行业发展周期分析
- 二、行业中外市场成熟度对比
- 三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球床上用品所属行业市场发展分析

第一节 2019年全球床上用品市场分析

- 一、2019年全球床上用品市场回顾
- 二、2019年全球床上用品市场环境
- 三、2019年全球床上用品产量分析
- 四、2019年全球床上用品流行趋势

第二节 2019年全球床上用品市场分析

- 一、2019年全球床上用品需求分析
- 二、2019年欧美床上用品需求分析
- 三、2019年全球床上用品产量预测
- 四、2019年中外床上用品市场对比

第三节 主要国家地区床上用品市场分析

- 一、2015-2019年美国床上用品市场分析
- 二、2015-2019年欧洲床上用品市场分析
- 三、2015-2019年日本床上用品市场分析
- 四、2015-2019年韩国床上用品市场分析
- 五、2015-2019年其他国家床上用品市场

第三章 我国床上用品所属行业发展现状

第一节 我国床上用品行业发展现状

- 一、发展速度情况
- 二、与发达国家相比的差距状况
- 三、影响床上用品需求的两大根本因素

第二节 全国床上用品市场分析

一、2019年全国床上用品市场规模分析

二、2019年全国床上用品市场变化趋势

第三节 床上用品市场需求分析

一、2019年床上用品市场销量分析

二、2019年床上用品市场用量预测

第四节 床上用品市场价格分析

一、床上用品市场价格影响因素

二、2019年床上用品市场价格走势

三、2019年床上用品市场价格走势

第五节 2015-2019年床上用品行业发展分析

我国家纺竞争格局稳定，本土品牌占优，一线家纺品牌包括罗莱生活、富安娜、水星家纺、梦洁股份。2013年前，四大家纺企业的市场占有率合计为4.49%，其中家纺龙头罗莱生活市场占有率为1.53%，其次是富安娜和水星家纺，市场占有率分别为1.13%与0.96%。

2017年集中度显著提升，前四大企业市占率同比提升1.01pct至5.38%，其中罗莱生活市占率同比提升0.6pct至2.15%。伴随着原材料价格上涨及零售渠道变革，中小家纺企业的生存空间被进一步压缩，大型品牌企业凭借品牌及规模效应，马太效应明显。2017年1月床上用品行业品牌数量为8888个，至2018年1月时下降为4570个，品牌淘汰比例接近50%。2017年床上用品前十大品牌市占率最高达33.2%，行业集中度大幅提升。2017年以来床上用品品牌数量持续下降调查12城市消费者购买床上用品场所分布

一、2015-2019年床上用品业产销存运行分析

二、2015-2019年床上用品行业利润情况分析

三、2015-2019年床上用品行业发展周期分析

四、2021-2027年床上用品行业发展机遇分析

五、2021-2027年床上用品行业利润增速预测

第六节 对中国床上用品市场的分析及思考

一、床上用品市场特点

二、床上用品市场分析

三、床上用品市场变化的方向

四、中国床上用品产业发展的新思路

五、对中国床上用品产业发展的思考

第四章 床上用品所属行业经济运行分析

第一节 2015-2019年床上用品所属行业产量分析

一、2019年床上用品产量分析

二、2019年床上用品产量分析

第二节 2015-2019年床上用品所属行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2019年床上用品行业主要经济指标分析

三、2019年床上用品行业主要经济指标分析

第三节 2015-2019年床上用品所属行业进出口分析

一、2019年床上用品产品进口分析

二、2019年床上用品产品出口分析

三、2019年床上用品产品进出口分析

第四节 2015-2019年我国床上用品行业绩效分析

一、2015-2019年行业产销情况

二、2015-2019年行业规模情况

三、2015-2019年行业盈利能力

四、2015-2019年行业经营发展能力

五、2015-2019年行业偿债能力分析

第五章 床上用品细分市场发展分析

第一节 枕头

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年行业竞争格局分析

五、2021-2027年行业发展趋势分析

第二节 床单

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年行业竞争格局分析

五、2021-2027年行业发展趋势分析

第三节 床罩

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第四节 毛巾被

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第五节 毛毯

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第六章 床上用品区域市场发展分析

第一节 北京

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第二节 上海

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第三节 广州

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第四节 深圳

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第五节 成都

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第二部分 行业竞争格局

第七章 床上用品行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 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

第三节 中国床上用品行业竞争格局综述

- 一、2019年床上用品行业集中度
- 二、2019年床上用品行业竞争程度
- 三、2019年床上用品企业与品牌数量
- 四、2019年床上用品行业竞争格局分析
- 第四节 2015-2019年床上用品行业竞争格局分析
- 一、2015-2019年国内外床上用品竞争分析
- 二、2015-2019年我国床上用品市场竞争分析
- 三、2015-2019年我国床上用品市场集中度分析
- 四、2021-2027年国内主要床上用品企业动向
- 五、2019年国内床上用品拟在建项目分析

第八章 床上用品企业竞争策略分析

第一节 床上用品市场竞争策略分析

- 一、2019年床上用品市场增长潜力分析
- 二、2019年床上用品主要潜力品种分析
- 三、现有床上用品产品竞争策略分析
- 四、潜力床上用品品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 床上用品企业竞争策略分析

- 一、贸易战对床上用品行业竞争格局的影响
- 二、贸易战后床上用品行业竞争格局的变化
- 三、2021-2027年我国床上用品市场竞争趋势
- 四、2021-2027年床上用品行业竞争格局展望
- 五、2021-2027年床上用品行业竞争策略分析
- 六、2021-2027年床上用品企业竞争策略分析

第九章 床上用品重点企业竞争分析

第一节 梦洁

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2015-2019年经营状况
- 四、2021-2027年发展战略

第二节 罗莱

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2019年经营状况

四、2021-2027年发展战略

第三节 佳丽斯

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2019年经营状况

四、2021-2027年发展战略

第四节 梦兰

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2019年经营状况

四、2021-2027年发展战略

第五节 富安娜

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2019年经营状况

四、2021-2027年发展战略

第六节 堂皇

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2019年经营状况

四、2021-2027年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十章 床上用品行业营销分析

第一节 家纺企业营销分析

一、家纺市场营销现状

二、家纺成功品牌三种动力

三、家纺企业营销战略研究

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、床上用品营销渠道选择和问题

第三节 床上用品营销策略分析

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

第四节 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

第十一章 床上用品行业发展趋势分析

第一节 我国床上用品行业前景与机遇分析

一、我国床上用品行业发展前景

二、我国床上用品发展机遇分析

三、2019年床上用品的发展机遇分析

四、贸易战为床上用品带来的机遇

第二节 2021-2027年中国床上用品市场趋势分析

一、2015-2019年床上用品市场趋势总结

二、2021-2027年床上用品发展趋势分析

三、2021-2027年床上用品市场发展空间

四、2021-2027年床上用品产业政策趋向

五、2021-2027年床上用品技术革新趋势

六、2021-2027年床上用品价格走势分析

七、2021-2027年国际环境对行业的影响

第十二章 未来床上用品行业发展预测

第一节 未来床上用品需求与消费预测

一、2021-2027年床上用品产品消费预测

- 二、2021-2027年床上用品市场规模预测
- 三、2021-2027年床上用品行业总产值预测
- 四、2021-2027年床上用品行业销售收入预测
- 五、2021-2027年床上用品行业总资产预测
- 第二节 2021-2027年中国床上用品行业供需预测
 - 一、2021-2027年中国床上用品供给预测
 - 二、2021-2027年中国床上用品产量预测
 - 三、2021-2027年中国床上用品需求预测
 - 四、2021-2027年中国床上用品供需平衡预测
 - 五、2021-2027年中国床上用品产品价格预测
 - 六、2021-2027年主要床上用品产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 床上用品行业投资现状分析

第一节 2019年床上用品行业投资情况分析

- 一、2019年总体投资及结构
- 二、2019年投资规模情况
- 三、2019年投资增速情况
- 四、2019年分行业投资分析
- 五、2019年分地区投资分析
- 六、2019年外商投资情况

第二节 2019年床上用品行业投资情况分析

- 一、2019年总体投资及结构
- 二、2019年投资规模情况
- 三、2019年投资增速情况
- 四、2019年分行业投资分析
- 五、2019年分地区投资分析
- 六、2019年外商投资情况

第十四章 床上用品行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2015-2019年我国宏观经济运行情况

二、2021-2027年我国宏观经济形势分析

三、2021-2027年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2019年床上用品行业政策环境分析

二、2019年国内宏观政策对其影响

三、2019年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内床上用品技术现状

二、2019年床上用品技术发展分析

三、2021-2027年床上用品技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2019年社会环境发展分析

三、2021-2027年社会环境对行业的影响分析

第五节 纺织行业振兴规划

一、纺织行业振兴规划概述

二、纺织行业振兴规划细则

三、纺织行业振兴规划主要任务

四、纺织行业振兴规划主要工程

五、纺织行业振兴规划主要措施

六、纺织行业振兴规划的意义与作用

七、纺织行业振兴规划对床上用品行业的影响

第十五章 床上用品行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2019年相关产业活力系数比较

二、2019年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2019年相关产业投资收益率比较

二、2019年行业投资收益率分析

第三节 床上用品行业投资效益分析

一、2015-2019年床上用品行业投资状况分析

- 二、2021-2027年床上用品行业投资效益分析
- 三、2021-2027年床上用品行业投资趋势预测
- 四、2021-2027年床上用品行业的投资方向
- 五、2021-2027年床上用品行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响床上用品行业发展的主要因素

- 一、2021-2027年影响床上用品行业运行的有利因素分析
- 二、2021-2027年影响床上用品行业运行的稳定因素分析
- 三、2021-2027年影响床上用品行业运行的不利因素分析
- 四、2021-2027年我国床上用品行业发展面临的挑战分析
- 五、2021-2027年我国床上用品行业发展面临的机遇分析

第五节 床上用品行业投资风险及控制策略分析

- 一、2021-2027年床上用品行业市场风险及控制策略
- 二、2021-2027年床上用品行业政策风险及控制策略
- 三、2021-2027年床上用品行业经营风险及控制策略
- 四、2021-2027年床上用品行业技术风险及控制策略
- 五、2021-2027年床上用品行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2021-2027年床上用品行业其他风险及控制策略

第十六章 床上用品行业投资战略研究()

第一节 床上用品行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国床上用品品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 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、我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

第三节 床上用品企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第四节 床上用品行业投资战略研究()

一、2019年纺织行业投资战略

二、2019年床上用品行业投资战略

三、2021-2027年床上用品行业投资战略

四、2021-2027年细分行业投资战略

图表目录：

图表：床上用品产业链分析

图表：国际床上用品市场规模

图表：国际床上用品生命周期

图表：2015-2019年中国床上用品行业市场规模

图表：2015-2019年全球床上用品产业市场规模

图表：2015-2019年床上用品重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国床上用品行业销售情况分析

图表：2015-2019年中国床上用品行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国床上用品行业资产情况分析

图表：2015-2019年床上用品制造行业总体状况

图表：2015-2019年床上用品产品进口数量比较

图表：2015-2019年床上用品进口金额趋势比较

图表：2015-2019年床上用品进口数量趋势比较

图表：2015-2019年床上用品出口金额趋势比较

图表：2015-2019年床上用品出口数量趋势比较

图表：2015-2019年中国床上用品发展能力分析

图表：2015-2019年中国床上用品竞争力分析

图表：2021-2027年中国床上用品产能预测

图表：2021-2027年中国床上用品消费量预测

图表：2021-2027年中国床上用品市场前景预测

图表：2021-2027年中国床上用品市场价格走势预测

图表：2021-2027年中国床上用品发展前景预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202011/192653.html>