



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2009年中国床上用品市场 分析及发展前景预测报告

## 一、调研说明

《2008-2009年中国床上用品市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10027.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 第一章 2007-2008年中国床上用品行业发展环境分析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2007-2008年中国床上用品行业发展政策环境分析

- (一) 产业政策分析
- (二) 家用纺织品行业标准现状
- (三) 强制性标准分析

#### 三、2007-2008年中国床上用品行业发展社会环境分析

### 第二章 2007-2008年全球床上用品行业运行现状分析

#### 一、2007-2008年全球床上用品行业发展概况

- (一) 全球床上用品市场概况
- (二) 全球床上用品运行特点分析
- (三) 全球床上用品主要用品价格走势分析

#### 二、2007-2008年全球主要地区床上用品行业发展情况分析

- (一) 美国
- (二) 法国
- (三) 日本
- (四) 欧洲

#### 三、2009-2012年全球床上用品行业发展趋势分析

### 第三章 2007-2008年中国床上用品行业发展形势分析

#### 一、2007-2008年中国床上用品行业综述

#### 二、2007-2008年中国家纺行业市场现状分析

- (一) 设计现状
- (二) 市场需求
- (三) 品牌洗牌期

#### 三、2007-2008年中国婚庆床上用品分析

- (一) "婚庆"对床上用品行业发展影响

(二) 消费者买名牌求高质

(三) 舒适当首选

(四) 颜色偏向

### 三、2007-2008年中国羽绒床上用品分析

(一) 消费方式

(二) 市场占有率

(三) 床上用品潮流

## 第四章 2007-2008年中国床上用品行业市场发展局势分析

### 一、2007-2008年中国床上用品市场概况

(一) 床上用品市场发展特征

(二) 2007-2008年床上用品市场特点

(三) 区域床上用品市场分析

### 二、2007-2008年中国床上用品行业市场动态

(一) 印巴家纺产品与中国争夺全球市场

(二) 床上用品市场订制成主流

(三) 高档床上用品市场商机巨大

### 三、2007-2008年中国床上用品销售渠道与品牌营销

(一) 床上用品市场销售渠道构成

(二) 中国床上用品渠道发展趋势

(三) 中国床上用品行业品牌化营销趋势显著

## 第五章 2007-2008年中国床上用品行业市场进出口分析

### 一、2007-2008年全球床上用品进出口分析

(一) 美国棉制床单进口统计

(二) 英国床上用品毛巾进口量激增

(三) 巴基斯坦棉床单出口美国位居第一

### 二、2007-2008年国内床上用品进出口形势

(一) 中国家纺产业贸易趋势

(二) 2007-2008年床上用品出口分析

(三) 中国棉质床单出口数据分析

(四) 南京毛毯出口增长形势喜人

### 三、2007-2008年中国床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口数据分析

- (一) 床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口数据
- (二) 国内重点省份床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口数据
- (三) 床上、餐桌、盥洗及厨房用的织物制品进出口的主要国家数据

## 第六章 2007-2008年中国床上用品行业发展的SWOT分析

### 一、2007-2008年中国床上用品的优势与特点

- (一) 家纺的特色与优势
- (二) 经济发展扩大需求
- (三) 家纺品质要求提高

### 二、2007-2008年中国床上用品业的弱势与不足

- (一) 家纺行业品牌开发存在的问题
- (二) 行业依赖国内市场
- (三) 行业资讯薄弱
- (四) 影响市场的发展因素
- (五) 国内家纺市场需产业升级
- (六) 缺少品牌影响力

### 三、2007-2008年中国床上用品行业发展的空间与机会

- (一) 羽绒寝具发展空间
- (二) 羽绒寝具市场亟待开发
- (三) 丝绸床用产品潜力巨大
- (四) 婴幼儿床上用品
- (五) 一次性床上用品

## 第七章 2007-2008年中国床上用品行业细分产品市场动态分析

### 一、枕头

- (一) 枕头的种类
- (二) 植物枕头成市场新宠
- (三) 常熟枕巾市场销售量上升

### 二、被子

- (一) 被子的分种类
- (二) 国内棉被市场产销两旺

(三) 被套市场消费的特点

### 三、床单

(一) 陕西蒲城逐渐床单走向产业化

(二) 农村床单市场需求新变化

(三) 全棉田字格床上用品布销售前景广阔

### 四、其他细分产品市场

(一) 湖北迈亚毛毯开拓全球市场

(二) 海宁蚊帐布料市场销售景俏

(三) 凉席销售热度依旧

(四) 床罩市场走上时尚路线

## 第八章 2007-2008年中国床上用品销售渠道分析

一、2007-2008年床上用品销售渠道构成

二、2007-2008年中国床上用品销售模式分析

(一) 商场里的店中店

(二) 品牌专卖店

三、2007-2008年国内、外家纺行业销售模式

四、2007-2008年国内家纺企业推广品牌策略

(一) 展位分析

(二) 服务分析

(三) 产品分析

(四) 活动分析

## 第九章 2007-2008年中国床上用品行业经营策略分析

一、2007-2008年中国家纺床品连锁经营的现状

(一) 渠道的变化分析

(二) 现行渠道终端分析

二、2007-2008年中国提高家纺床品连锁营销策略

(一) 集中一点策略

(二) 经营促销策略

(三) 销售渠道策略

(四) 物流配送与管理实施策略

### 三、2007-2008年中国家纺企业发展策略

- (一) 企业提升实力的方法
- (二) 无领导品牌背景营销策略

### 四、2007-2008年中国床上用品生产企业的战略分析

### 五、2009-2012年家纺行业的价格战应对策略

- (一) 个性化定位
- (二) 渠道管理强化
- (三) 个性化品牌建设及传播

## 第十章 2007-2008年中国床上用品消费情况调查分析

### 一、2007-2008年中国家纺行业消费概况

- (一) 中国家纺市场消费特点
- (二) 中国家纺行业消费潜能待释放
- (三) 农村消费者成家纺消费潜在群体

### 二、2007-2008年中国消费者需求分析

- (一) 影响床上用品需求的因素
- (二) 床上用品需求的发展趋势
- (三) 床上用品主要消费群体
- (四) 美国家纺消费者消费行为分析

### 三、2007-2008年国内各地区床上用品消费动态

- (一) 武汉床上用品消费额大
- (二) 西安床上用品消费增长价格走低
- (三) 重庆床上用品市场消费火热

### 四、2009-2012年床上用品消费趋势

- (一) 床上用品消费趋向精品化
- (二) 绿色床上用品将成消费主流

## 第十一章 2007-2008年中国床上用品行业市场竞争态势分析

### 一、2007-2008年中国床上用品市场竞争环境

### 二、2007-2008年中国家纺企业的竞争分析

- (一) 家纺行业品牌竞争分析
- (二) 家纺行业未来的市场与竞争

三、2007-2008年中国床上用品市场价格竞争

四、2007-2008年中国床上用品市场竞争方式

(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) 人才竞争

(七) 理念竞争

(八) 资讯竞争

五、2007-2008年中国床上用品企业的竞争策略

(一) "梦洁"家纺抢夺床上用品新市场

(二) 罗莱家纺启动系统化多品牌战略

(三) 富安娜以实力彰显名牌风范

第十二章 2007-2008年中国重点省市床上用品产业竞争格局分析

一、北京

(一) 北京家纺市场概况

(二) 北京床上用品市场火爆

(三) 北京开辟迪斯尼床品专区

二、上海

(一) 全球品牌床上用品进驻上海市场

(二) 上海床上用品市场品种丰富

(三) 上海床上用品质量堪忧

三、广东

(一) 广东家纺市场呈现新格局

(二) 深圳床上用品行业崛起

(三) 广东江门清凉床品销量增长

四、天津

(一) 天津家纺市场现状分析

(二) 天津全棉类床上用品热销

(三) 天津市场床上用品价格下降



## 五、其他地区床上用品

- (一) 海口床上用品市场开始复苏
- (二) 锦州床上用品市场价格战惨烈
- (三) 江西新余开发出苧麻夏布床上用品

## 第十三章 中国主要床上用品生产企业分析

### 一、江苏梦兰集团

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

### 二、湖南梦洁家纺有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

### 三、深圳市富安娜家饰用品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

### 四、上海罗莱家用纺织品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

### 五、江苏堂皇集团

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

### 六、宁波维科精华集团股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

### 七、宁波博洋纺织有限公司

- (一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

#### 八、福建佳丽斯家纺有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

#### 九、上海红富士被服有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

### 第十四章 2007-2008年中国家纺产业运行走势分析

#### 一、2007-2008年中国家纺行业现状

(一) 中国家纺行业发展现状

(二) 中国家纺设计现状分析

(三) 中国家纺行业的发展特征

(四) 中国家纺行业存在的问题及建议

#### 二、2007-2008年中国家纺市场概况分析

(一) 中国家纺市场现状

(二) 中国家纺市场潜能巨大

(三) 中国进入美国家纺市场的建议

#### 三、2007-2008年中国家纺市场动态

(一) 婚庆家纺市场潜力剧增

(二) 高档家纺产品引领市场潮流

(三) 儿童家纺市场火热

#### 四、2007-2008年中国家纺配额分析

(一) 欧美家纺配额分析

(二) 后配额时代中国家纺业需加强提高实力

(三) 国内毛巾被台湾征反倾销税

### 第十五章 2009-2012年中国床上用品行业发展及投资分析

#### 一、2009-2012年中国家纺行业发展的五大主流趋势

- (一) 市场发展趋势
- (二) 消费需求趋势
- (三) 品牌演变趋势
- (四) 渠道模式趋势
- (五) 终端创新趋势

## 二、2009-2012年中国床上用品行业竞争趋势

- (一) 家纺行业洗牌分析
- (二) 床上用品设计趋势

## 三、2009-2012年床上用品发展趋势

- (一) 儿童床上用品的发展趋势
- (二) 家纺流行趋势分析
- (三) 床上用品未来5年发展趋势
- (四) 床上用品行业品牌化营销趋势

## 四、2009-2012年中国销售渠道未来发展趋势

- (一) 复合营销网络
- (二) 品牌经营
- (三) 结合零售业

## 五、2009-2012年中国床上用品行业投资分析

- (一) 中国床上用品行业投资机会分析
- (二) 中国床上用品行业投资机会分析
- (三) 中国床上用品行业投资风险分析

## 附录：

附录一：国内外家用纺织品标准现状

附录二：床上用品新系列标准

附录三：纺织品国家及全球标准

附录四：美国将出台新的床垫阻燃标准

## 图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10027.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数

名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。