



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国床上用品市场预测报告

一、调研说明

《2009年中国床上用品市场预测报告》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/46937.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

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

目前，我国家用纺织品面临着良好的发展机会，“十一五”规划已逐渐落实，转变经济增长方式等各项宏观调控措施也进一步落实，行业各领域进入全面开放状态。家纺行业还处在一个黄金发展的阶段，人们生活水平的提高，要求更精致的生活品位，这就滋生了家纺行业的巨大市场潜力。但同时也面临新的挑战，家纺企业开始步入“双高”周期，即“高成本、高风险”。2008年下半年，美国的金融风暴来势凶猛，引起了全球性的经济危机，对我国家纺行业冲击很大，严重影响我国家纺产品的出口。预计未来三五年内，中国的家纺企业超过2万家，而房地产市场发展逐渐趋于平稳，家纺消费增长逐渐停滞，市场总容量变得有限，为了争夺有限的市场容量，数量众多的家纺企业必将进入你少我多、你死我活的残酷竞争阶段。床上用品行业是家用纺织品的一个子行业。随着住房制度的改革，床上用品日益受到消费者的重视，人们的生活水平、审美意识的不断提高，对产品的质量及材料提出了更高的要求，这就迫使床上用品业界不断开发新产品，树立名牌形象，扩大市场占有率，不断向不同的消费者提供最满意的产品。近年来，高新技术床上用品成为国际市场竞争的一个亮点，同时也是床上用品行业经济效益的新增长点。面对产业结构的调整，我国和发达国家纷纷投入资金和人力，用以开发高新科技纤维和制品，抢先占领该类产品的市场。着眼点包括高功能、高性能、卫生、健康、环保、智能等方面。

随着床上用品的快速发展，其产品消费与流行也发生了深刻变化；产品生产也已由过去的“经济实用型”向“功能性、装饰化、保健型”方向转化，床上用品也日益呈现出系列化、配套化的发展趋势。目前，国内床上用品的消费群体以结婚的新人为主，也有作为礼品而购买的。一些结婚的消费者一般不把价格作为主要的购买因素，他们往往喜欢购买成套的床上用品。据悉，成套用品最受欢迎的价格合理纯棉产品。随着人们生活观念的变化和消费水平的提高，现在国内床品行业的消费需求也发生着变化。

本报告依据国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国纺织工业协会、中国家纺协会等单位提供的大量资料，对我国床上用品市场的发展现状、细分市场、区域市场、竞争格局、重点企业、发展趋势等进行了深入分析。在对我国床上用品整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国床上用品行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

【 目录 】

第一章 床上用品行业概念和特点分析

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 2007-2008年我国纺织业发展分析

第一节 国际金融危机对中国纺织行业的影响分析

一、金融危机国际市场需求的影响

二、金融危机引发行业困境

三、纺织行业在国内外的竞争优势仍然存在

四、6项政策、10项措施增强行业信心

第二节 2007-2008年中国纺织业总体经济指标分析

一、2007年中国纺织业总体经济指标分析

二、2008年中国纺织业总体经济指标分析

第三节 2007-2008年纺织工业固定资产投资情况

一、2007年1-12月纺织工业分行业固定资产投资情况

二、2008年1-9月我国纺织行业固定资产投资情况

第四节 2008年1-8月纺织行业运行情况

一、纺织行业增速全面下降

二、行业困难呈进一步加剧的趋势

三、2008年四季度纺织行业趋势分析

第五节 2008年前三季度中国纺织品进出口分析

一、中国纺织品出口前景趋缓

二、全球金融危机影响市场

三、中国纺品相对优势降低

四、转型扩大内需商机

五、推动促进纺织产业发展策略

第三章 2007-2008年家纺行业发展状况分析

第一节 2007年中国家纺行业运行分析

一、骨干企业率先发展

二、规模企业不断壮大

三、产业集群保持良好发展势头

第二节 2008年中国家纺市场现状分析

一、家纺市场发展现状

二、中国家纺市场发展过程

三、家纺行业发展的弊病

四、家纺业品牌市场初步布置战略

五、未来家纺市场发展预测

第三节 家纺消费者群体分析

一、消费者年龄层次

二、消费者购买特征

三、床品购买特征

第四节 家纺细分时代的消费分析

一、品牌时代迎来细分

二、细分时代的消费新特点

三、国外家纺专业品牌的终端表现

第五节 家纺发展趋势与未来

一、消费需求趋势

二、品牌演变趋势

三、渠道模式趋势

四、终端创新趋势

第六节 家纺品牌同质化突围对策

一、商业模式创新，建立品牌差异

二、轻公司模式，轻量级挑战重量级

三、反其道而行，颠覆服装传统渠道

四、挖掘产品功能性卖点，建立品牌差异

五、以细分人群为导向的品牌差异

第七节 金融风暴下家纺行业发展对策

一、外销

二、内销

三、设计

第四章 2007-2008年床上用品市场发展分析

第一节 2007-2008年我国床上用品进出口分析

一、2007年我国床上用品出口情况

二、2007年我国床上用品进出口数据统计

三、2008年我国床上用品进出口数据统计

第二节 我国床上用品行业的发展现状

一、发展速度情况

二、与发达国家相比的差距状况

三、新的需求

四、我国新的床上用品系列标准开始实施

第三节 我国床上用品市场发展分析

一、酒店床上用品市场发展情况

二、床上用品市场质量情况

三、2008年12月中国织里棉布城床上用品布价格情况

四、床上用品市场订制成主流

五、高档床上用品市场商机巨大

第四节 床上用品流行现状分析

一、色彩流行分析

二、春季流行分析

三、夏季流行分析

四、秋冬季节流行分析

五、床上用品回归简约自然风

第五节 中小型床品企业发展困境及对策

一、床上用品的产品及行业特点

二、中小床品企业目前的经营状况和困局

三、中小企业经营战略选择

四、“以战养战”的市场竞争策略

第五章 床上用品细分市场发展分析

第一节 枕头

一、枕头概述

二、枕头的发展

三、常见的几种枕头

四、功能性枕头市场热销

五、枕头市场利润可观

第二节 床单

一、床单定义

二、2007年我对欧盟床单出口分析

三、2008年中国床单对巴基斯坦市场冲击情况

第三节 床罩

一、床罩定义

二、2008年床单床罩检验规程通过审定

第四节 其他细分产品市场

一、2008年山东临沂毛毯出口“逆境”增长

二、2008年义乌毛毯外贸不乐观

二、2008年全国首个《蚊帐》行业标准通过审定

三、安吉竹凉席进军北方市场

第六章 2007-2008年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、国内外家纺面料开发的差异

二、2007年家纺面料发展分析

四、2008奥运年家纺面料成交明显攀升

五、2007-2008年我国棉布产量情况

六、2007-2008年我国非织造布产量情况

七、家纺印花面料激昂创新活力

八、家纺市场上的面料发展趋势

九、中国家纺面料发展的对策

第二节 毛线

- 一、2007-2008年我国绒线（毛线）产量情况
- 二、2008年上半年毛纺行业经济运行情况
- 三、2008年前9月我国毛针织服装进口分析
- 四、毛针织行业现状及未来发展措施

第三节 化学纤维

- 一、2007-2008年我国化学纤维产量情况
- 二、2008年1-8月化学纤维制造业生产销售情况
- 三、2008年1-8月化学纤维制造业成本费用情况
- 四、全球致力于开发绿色化学纤维创新

第四节 纱线

- 一、2008年纺织纱线进出口贸易竞争力指数分析
- 二、2008年全国纱线进出口分析
- 三、2008年纱线行业经济运行分析

第七章 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、郑州家用纺织品市场基本情况
- 二、合肥家纺市场分析
- 三、长沙家纺市场分析
- 四、安徽家纺市场分析
- 五、温州家纺市场分析

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
- 五、滨州基地分析
- 六、文登基地分析
- 七、杨浦基地分析
- 八、西樵基地分析

第三节 2008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
- 六、江西
- 七、兰州
- 八、重庆
- 九、银川

第八章 床上用品行业营销分析

第一节 家纺市场营销组合分析

- 一、产品
- 二、价格
- 三、渠道
- 四、促销

第二节 家纺企业营销分析

- 一、圈地运动成就家纺营销成功
- 二、中国床上用品行业品牌化营销趋势明显
- 二、家纺成功品牌三种动力
- 三、家纺企业营销战略分析

第三节 床上用品营销渠道分析

- 一、床上用品销售渠道构成
- 二、我国床上用品渠道发展趋势

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

第五节 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

第九章 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、床上用品区域市场竞争格局

第二节 家纺行业竞争分析

- 一、2008年我国家纺行业竞争现状
- 二、家纺行业竞争变化分析
- 三、家纺企业走出价格竞争泥沼
- 四、家纺企业的“终端销售创新”竞争策略

第三节 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

第十章 床上用品重点企业分析

第一节 梦洁

- 一、公司概况
- 二、上市分析
- 三、梦洁床品“斑斓”套件分析
- 四、梦洁家纺芯类产品市场推广策划
- 五、未来发展分析

第二节 罗莱

- 一、公司概况
- 二、罗莱上市分析
- 三、连续三年蝉联市场占有率榜首
- 四、精准营销分析
- 五、领跑者的突围

第三节 佳丽斯

- 一、公司概况
- 二、发展历程
- 三、“佳丽斯”家纺进入纺织企业竞争力500强
- 四、抽查佳丽斯产品质量较好

第四节 梦兰

- 一、公司概况
- 二、2007年抢占中俄边贸高地
- 三、梦兰集团获纺织制成品行业前三
- 四、构建多元竞争力体系
- 五、质量营销文化三管齐下

第五节 富安娜

- 一、公司概况
- 二、2008年出口分析
- 三、品牌策略
- 四、终端策略

第六节 堂皇

- 一、公司概况
- 二、堂皇家纺荣获“最佳供应商”第一名
- 三、经营发展分析
- 四、欧美风格中国绣
- 五、堂皇绿色家纺成新宠

第七节 红富士

- 一、公司概况
- 二、红富士家纺转向实体竞争
- 三、红富士打造中国民族家纺品牌

第八节 喜盈门

- 一、公司概况
- 二、经营业绩分析
- 三、喜盈门被评为国家企业技术中心
- 四、发展分析

第九节 雅芳婷

- 一、公司概况
- 二、雅芳婷人性化产品分析
- 三、雅芳婷荣登亚洲品牌500强

第十一章 床上用品发展趋势分析

第一节 床上用品消费需求及发展趋势分析

- 一、消费者的需求及其发展
- 二、影响床上用品需求的两大根本因素
- 三、床上用品需求的发展趋势

第二节 中国床上用品业的发展前景

- 一、加强科学睡眠的应用研究
- 二、加强高新技术的应用研究
- 三、加强市场的开发研究

部分图表目录

图表 2008年1-10月中国床上用品进口数据统计

图表 2008年1月中国床上用品进口数据统计

图表 2008年2月中国床上用品进口数据统计

图表 2008年3月中国床上用品进口数据统计

图表 2008年4月中国床上用品进口数据统计

图表 2008年5月中国床上用品进口数据统计

图表 2008年6月中国床上用品进口数据统计

图表 2008年7月中国床上用品进口数据统计

图表 2008年8月中国床上用品进口数据统计

图表 2008年9月中国床上用品进口数据统计

图表 2008年10月中国床上用品进口数据统计

图表 2008年1-10月中国床上用品出口数据统计

图表 2008年1月中国床上用品出口数据统计

图表 2008年2月中国床上用品出口数据统计

图表 2008年3月中国床上用品出口数据统计

图表 2008年4月中国床上用品出口数据统计

图表 2008年5月中国床上用品出口数据统计

图表 2008年6月中国床上用品出口数据统计

图表 2008年7月中国床上用品出口数据统计

图表 2008年8月中国床上用品出口数据统计

图表 2008年9月中国床上用品出口数据统计

图表 2008年10月中国床上用品出口数据统计

图表 2008年12月中国织里棉布城床上用品布价格情况

图表 2008年2-10月全国化学纤维产量合计

图表 2008年1-8月化学纤维制造业生产销售情况

图表 2006-2008年化学纤维制造业成本费用控制情况

图表 2006-2008年化学纤维制造业三大费用增长变化情况

图表 2008年1-7月纱线主要省市产量变化

图表 2008年1-7月纱线行业生产经营和盈利状况

图表 2008年1-7月纱线行业产销衔接和资产运转情况

图表 2008年1-7月纱线行业短期偿债和变现能力变化

图表 2008年1-7月纱线行业赢利能力受出口退税率提高的影响

图表 2008年1-7月纱线行业单位产品收入受出口退税率提高的影响

图表 2008年1-7月纱线行业固定资产投资情况

图表 2008年1-8月全国纺织业产成品情况

图表 2008年1-8月全国纺织业工业总产值（当年价格）情况

图表 2008年1-8月全国纺织业产品销售收入情况

图表 2008年1-8月全国纺织业资产总计情况

图表 2008年1-8月全国纺织业利润总额情况

图表 2008年9月我国纺织工业各子行业完成固定资产投资额比重

图表 2007-2008年我国纺织行业固定资产投资情况

图表 2003-2008年美国商品零售增长情况

图表 2000-2008年全球经济增长情况

图表 2008年2-10月全国棉布产量合计

图表 2008年2-10月全国非织造布产量合计

图表 2008年2-10月全国绒线（毛线）产量合计

图表 2008年1-6月我国毛纺主要产品出口情况

图表 2008年1-6月我国主要毛纺产品出口目的地国情况（数量）

图表 2008年1-6月主要毛纺产品出口目的地国情况（金额）

图表 2008年1-6月毛针织服装出口主要地区

图表 2008年1-6月毛纱线出口主要地区

图表 2008年1-6月毛织物出口主要地区

图表 2008年1-6月地毯出口主要地区

图表 2008年1-6月毛梭织服装出口主要地区

图表 2008年1-6月毛纺主要产品产量表

图表 2008年1-6月毛纺织分行业固定资产投资情况

图表 2007年全国纺织业产成品情况

图表 2007年全国纺织业工业总产值（当年价格）情况

图表 2007年全国纺织业产品销售收入情况

图表 2007年全国纺织业资产总计情况

图表 2007年全国纺织业利润总额情况

图表 2007年1-12月纺织工业分行业固定资产投资情况

图表 2003-2007年家纺全社会产值和出口金额变化图

图表 2007年五家毛巾名牌企业经济统计

图表 2007年5家床品名牌企业经济统计

图表 2007年调查60家家纺行业骨干企业经济指标完成情况

图表 2007年家纺1900多家规模企业产、销、出口累计金额

图表 2007年10个家纺产业集群综合经济指标完成情况

图表 2007年中国床上用品进口数据统计

图表 2007年1月中国床上用品进口数据统计

图表 2007年2月中国床上用品进口数据统计

图表 2007年3月中国床上用品进口数据统计

图表 2007年4月中国床上用品进口数据统计

图表 2007年5月中国床上用品进口数据统计

图表 2007年6月中国床上用品进口数据统计

图表 2007年7月中国床上用品进口数据统计

图表 2007年8月中国床上用品进口数据统计
图表 2007年9月中国床上用品进口数据统计
图表 2007年10月中国床上用品进口数据统计
图表 2007年11月中国床上用品进口数据统计
图表 2007年12月中国床上用品进口数据统计
图表 2007年中国床上用品出口数据统计
图表 2007年1月中国床上用品出口数据统计
图表 2007年2月中国床上用品出口数据统计
图表 2007年3月中国床上用品出口数据统计
图表 2007年4月中国床上用品出口数据统计
图表 2007年5月中国床上用品出口数据统计
图表 2007年6月中国床上用品出口数据统计
图表 2007年7月中国床上用品出口数据统计
图表 2007年8月中国床上用品出口数据统计
图表 2007年9月中国床上用品出口数据统计
图表 2007年10月中国床上用品出口数据统计
图表 2007年11月中国床上用品出口数据统计
图表 2007年12月中国床上用品出口数据统计
图表 2003-2007年1-9月我国床上用品出口同比变化趋势
图表 2007年1-9月我国重点地区床上用品出口情况
图表 2007年全国棉布产量合计
图表 2007年全国非织造布产量合计
图表 2007年全国绒线（毛线）产量合计
图表 2007年全国化学纤维产量合计
图表 金融危机影响我国纺织行业国际市场需求示意图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46937.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）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。