



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国床上用品行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国床上用品行业市场分析及发展趋势研究报告》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/47728.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

【描述】 中国家纺业是一个新兴行业，而床上用品则是其中的重要组成部分。中国的床上用品业年产值占据了家纺业工业总产值的1/3。随着人们物质生活水平的提高，对于与生活息息相关的床上用品也提出更多的要求。现代的床上用品相比较传统床上用品而言，则有了更多的发展和变化，同时也带来了床上用品消费市场不断高速增长。越来越多的床上用品品牌在这一市场上展开竞争，也有越来越多的国外品牌逐渐进入市场，中国的床上用品市场也从此就变得更加精彩。 本研究咨询报告重点分析了中国床上用品行业发展现状及发展特点；重点论述和分析了床上用品行业的国内市场需求规模、竞争格局以及区域分布特点；对于国外床上用品主销市场、主要出口竞争国家的状况及发展特点也进行了重要阐述；对中国床上用品业进出口形势进行了深入分析；并综述了中国床上用品的分类销售情况；对行业总体的发展趋势进行预测；并对行业内领先品牌企业如佳丽斯、梦兰、梦洁、富安娜、堂皇、红富士、维科等的成功运营模式及其发展策略进行了深入分析。 本报告撰写小组为了解床上用品行业情况，进行了广泛的市场调查，并深入重点床上用品企业进行考察、访谈。另外，也利用国家统计局、国家海关总署、国家经贸委、全国商业信息中心、中国纺织工业协会、中国家纺协会、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料。本报告内容丰富、详细，在撰写的过程中，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，为企业了解目前床上用品行业发展现状和趋势，把握床上用品市场需求及竞争形势，制定有效地发展战略等提供了大量的信息资料和有利的参考依据。 【目录】 第一

部分 床上用品行业现状

第一章 国内床上用品业发展现状 1

第一节 床上用品的流行风格主要特点 2

一、个性化的流行风 2

二、自然与民族特色 3

三、欧美风格重升温 3

第二节 床上用品市场特点 4

一、品牌意识增加 4

二、套装产品受到亲睐 4

三、蓝色面料床用产品获热售 5

四、打折、降价促销频繁 5

五、季节性特点愈发突出 5

第三节 国内床上用品市场销售状况 6

一、毛毯 7

二、毛巾被 8

三、毛巾 10

四、被套 11

五、床单 12

第四节 国内床上用品零售市场领先品牌分析 12

第二章 床上用品业发展分析 15

第一节 全球床上用品业发展概况 15

一、国外家纺及床上用品产业发展简况与特点 15

二、国际床上用品流行品种剖析 16

第二节 国民经济发展与床上用品业 21

一、国民生产总值与床上用品业 21

二、国民收入与床上用品业 24

三、2005年并非床上用品行业的洗牌年 27

第二部分 发展形势及结构分析

第三章 床上用品行业的发展特点与趋势 32

第一节 床上用品设计观念的变化 32

一、突出以人为本的设计理念 32

二、绿色设计 33

三、文化内涵 35

四、强调个性化设计 36

五、设计与高新技术的结合 37

六、材质工艺的观念 38

七、品牌意识 39

八、超维设计的观念 40

第二节 床上用品流行趋势 42

一、布料采用 42

二、设计 45

三、色彩 46

四、流行主题 46

五、手工艺术 46

第三节 中国床上用品行业的发展主要特点 49

- 一、技术开发落后，自主创新薄弱 49
- 二、缺少深刻的品牌文化内涵 50
- 三、注重品牌形象建设的企业不多 50
- 四、忽视行业信息对于市场的重要作用 51
- 五、市场混乱，鱼目混珠 52

第四节 床上用品的发展方向 53

- 一、保健功能化 53
- 二、深入开发季节性产品 54
- 三、民族化与时尚化的设计风格 55
- 四、健康寝具发展历程 55

第五节 2005年中国床上用品行业的发展趋势 57

- 一、2005年，中国床上用品走时尚化产品更注重美观 57
- 二、整体化设计 58
- 三、与国外品牌共同开发 58
- 四、床上用品需求将呈四个发展趋势 59
- 五、2005床上用品：“天然”一统天下 59

第四章 产业结构及其发展状况 61 第一节 发展现状 61

- 一、产业结构 61
- 二、产业链构成特点与发展现状 62

第二节 国内重要的家纺产业生产区域 65

- 一、中国布艺名城--浙江省杭州市余杭区 65
- 二、中国家纺绣品名镇--江苏省海门市三星镇 65
- 三、中国布艺名镇--浙江省海宁市许村镇 65
- 四、中国静电植绒名镇--浙江省嘉兴市油车港镇 65
- 五、中国最大家纺装饰布生产和销售基地--浙江海宁市 65
- 六、中国重要产棉基地与山东家纺基地--山东省滨州市 66

第三节 床上用品业与纺织行业关系和地位 66

第四节 国际床上用品行业变化趋势 69

- 一、国外家纺产品及床上用品市场 69
- 二、床上用品面料市场 72
- 三、床上用品用色变化 74

第五章 中国床上用品的进出口现状	76
第一节 2005年中国纺织品进出口状况	77
一、出口增速明显放缓，进口降幅缩小	77
二、一般贸易进、出口同速增长	77
三、民企是出口增长主动力	77
四、对欧美出口增速放慢	78
五、纺织品出口增速快，服装出口单价增	78
六、床上用品：纺织出口新增长点	80
第二节 床上用品行业的国际贸易状况	81
一、我国毛巾出口现状及增长趋势分析	81
二、床上用品行业的国际贸易状况	85
第三节 重点消费国家或地区的市场状况	89
一、欧州	89
二、美国	98
三、日本	101
第三部分 消费构成与区域市场	
第六章 国内床上用品消费市场构成	103
第一节 国内床用消费文化	103
第二节 新的消费特点	104
第三节 国内床上用品主要消费领域构成及变化	105
一、家庭	105
二、旅馆、酒店	106
三、学校	108
四、医疗卫生机构	109
五、交通运输	110
第四节 床上用品零售市场主要营销渠道	111
一、百货商场	111
二、超市	112
三、专业连锁	113
四、专业展会或相关招标会议	113
第七章 区域市场分析	115
第一节 区域市场分布形态	115

第二节 重点区域市场介绍 118

一、广东省 118

二、浙江省 119

三、江苏省 121

四、山东省 122

五、上海市 123

六、湖北省 125

七、北京市 127

八、天津市 130

九、重庆市 131

第四部分 竞争态势及要素

第八章 国内床上用品竞争态势及要素 132

第一节 国内床上用品市场竞争态势 132

一、跨行业竞争 132

二、集群化竞争趋势 133

三、与国外品牌合作竞争 134

第二节 国内床上用品市场竞争要素 134

一、功能化竞争 134

二、新材料竞争 136

三、时尚的竞争 140

四、床用文化的竞争 142

五、广告宣传的竞争 142

六、品质的竞争 144

七、营销方式的竞争 145

八、信息化的竞争 147

第三节 行业竞争的新变化 147

第九章 国际贸易的竞争态势 149 第一节 参与国际竞争 149

第二节 中国主要的竞争对手 150

一、巴基斯坦 152

二、印度 155

第三节 与国际品牌之间的竞争 158

一、品牌推广力度不够 158

二、对睡眠文化的研究不够	158
三、设计水平	159
第四节 中国的品牌工程竞争战略	159
一、纺织品协作开发体系	160
二、流行趋势研究与发布体系	160
三、FabricsChina标准与检测体系	160
四、贸易推广体系	160
第十章 重点业内企业介绍	163
第一节 佳丽斯	163
一、公司简介	163
二、品牌简介	166
三、经营特点	166
第二节 梦兰	167
一、公司简介	167
二、品牌简介	168
三、经营特点	169
第三节 梦洁	172
一、公司简介	172
二、品牌简介	175
三、经营特点	175
第四节 富安娜	179
一、公司简介	179
二、品牌简介	181
三、经营特点	181
第五节 堂皇	183
一、公司简介	183
二、品牌简介	184
三、经营特点	184
第六节 红富士	188
一、公司简介	188
二、品牌简介	189
三、经营特点	189
第七节 维科	191

一、公司简介 191

二、品牌简介 193

三、经营特点 193

第八节 博洋 195

一、公司简介 195

二、品牌简介 200

三、经营特点 200

第九节 喜盈门 202

一、公司简介 202

二、品牌简介 203

三、经营特点 204

第十节 民光 205

一、公司简介 205

二、品牌简介 206

三、经营特点 206

第五部分 预测与趋势分析

第十一章 市场需求预测与变化趋势分析 209

第一节 国民经济发展预测 209

一、国际经济环境 209

二、国内需求 213

三、结构调整与就业 214

第二节 床用市场需求预测 219

一、2005年国内家用纺织品市场前景展望 219

二、床上用品市场规模预测 221

三、新增住宅对于床上用品需求市场规模预测 247

四、床上用品业发展对策 253

第十二章 床上用品行业发展的SWOT分析 257

第一节 中国床上用品的优势与特点 257

一、生产原料齐全充足 257

二、劳动力资源丰富，价格较低，技术水平高 257

三、国内需求稳定且增长迅速 257

第二节 中国床上用品业存在的弱势与不足 257

- 一、缺乏品牌素质 257
- 二、缺乏立体的营销网络 259
- 三、信息工程建设滞后 260
- 四、缺乏设计创新能力 260
- 五、高新技术、高档产品、高端设备缺乏 261
- 第三节 行业发展的空间与机会 262
 - 一、中国床上用品市场前景广阔 262
 - 二、中国家纺装饰织物市场已入成熟期 263
 - 三、行业规范、标准受到重视并逐步完善 264
 - 四、中国羽绒寝具市场亟待开发 264
 - 五、丝绸床用产品 265
- 第四节 行业内外的不利因素与潜在威胁 266
 - 一、行业生产的环保问题 266
 - 二、行业内仿制仿冒劣质问题 266
 - 三、潜在进入者增多 266
 - 四、对外贸易的壁垒障碍 267
 - 五、国际竞争对手 268
 - 六、美方慎重使用纺织品限制措施 269
- 附录 271 附录一 床上用品企业销售收入排序 271
- 附录二 花色纱线装饰织物在床用行业的运用 272
 - 一、花色纱线装饰织物国际市场 272
 - 二、家纺行业常用的花式纱线 272
 - 三、花式纱线应用的新领域 272
- 附录三 国际市场的绿色通行证 275
- 附录四 Oeko-Tex标准化新版本 277
- 附录五 家用纺织品安全性指标及检测 278
 - 一、阻燃性能 278
 - 二、甲醛 279
 - 三、PH值 279
 - 四、色牢度 279
 - 五、异味 279
 - 六、可分解芳香胺染料 280

附录六 法国家用纺织品市场简介 282

一、市场经济规模 282

二、生产制造 282

三、进出口概况 282

四、消费模式 283

五、产业结构 285

六、行销通路 285

七、未来展望 286

附录七 土耳其家用纺织品市场 287

附录八 东非--布隆迪床上用品市场 288

附录九 中国出台生态纺织品技术要求 289

附录十 "中国名牌产品"评价章法 290

图表目录 图表：床上用品所用各类面料的物理特性与相关特点 4

图表：2004年西安市床上用品消费市场发展变化图 6

图表：毛毯20大主销商场 7

图表：全国家庭拥有毛毯数量比较图 8

图表：国内大型商场毛毯品牌前十位统计 8

图表：城乡居民被套消费市场增长变化比较图 11

图表：全国大型商场床上用品市场占有率排名前十位品牌统计表 13 图表：前十品牌市场销售
份额总量对比图 14

图表：中国国内生产总值发展变化图 22

图表：递增比例变化比较图 22

图表：中国纺织工业总产值变化趋势图（万亿元） 23

图表：中国纺织工业产值递增比例变化比较图 23

图表：GDP、纺织工业与家纺工业总产值比较图 24

图表：中国农村与城镇居民收入状况图（单位：元） 25

图表：城镇与农村居民消费情况比较图（单位：元/人） 25

图表：城镇与农村居民恩格尔系数变化比较图 26

图表：城镇居民床上用品人均支出与消费总支出占比情况图 27 图表：中国名牌战略推进委员
会公布的国内床上用品名牌 51

图表：北京家纺市场抽查结果示意图 52

图表：中国家纺业产值分类结构图（单位：亿元） 66

图表：中国家纺业与纺织工业增势比较图 67

图表：家纺业产值增长变化图（单位：亿元） 67

图表：中国家纺业在纺织业中的地位比较 68

图表：中国家纺业在纺织业进出口总值中的比例和地位 68

图表：2004年国外主要家纺消费市场与衣着类消费市场变化比较图 70 图表：2004年世界家纺市场主要出口国家所占比重比较图 71

图表：德国家用纺织品进口构成中主要供货国所占比例图 72

图表：法兰克福国际纺织博览会历届面料图案类型统计 比较 73 图表：德国床上用品用色调查统计 75

图表：2004年家纺产品出口与纺织品服装出口关系比较图 76

图表：近年我国出口毛巾对比情况 81

图表：中国家用纺织品出口变化趋势图 85

图表：中国床上用品出口在家纺产品出口中的比例 86

图表：中国家纺业进出口增势比较图 86

图表：德国适销床单主要规格 90

图表：德国适销被套主要规格 91

图表：德国适销枕套主要规格 91

图表：德国适销被单主要规格 91

图表；德国适销床罩主要规格 91

图表：英国纺织品生产分类构成 93

图表：英国床用市场床沿适销规格 93

图表：英国床用市场床单适销规格 94

图表；英国床用市场被套适销规格 94

图表：英国床用市场枕套适销规格 94

图表；英国床用市场床罩适销规格 94

图表：挪威近年来床上用品进口渠道构成图 97

图表：日本家用纺织品流通渠道 102

图表：城市居民家庭平均每人全年支出统计表 105

图表：年城镇居民人均消费纺织品增长比例分类比较 106

图表：涉外饭店相关统计表 106

图表：中专以上学校数量与招生人数比较图 108

图表：全国卫生机构床位数 109

图表：医疗机构与病床数变化情况图 110

图表：每年病床位增加数量比较 110

图表：中国连锁百强发展相关指标 112

图表：城镇年人均消费床上用品前五名省（市）比较图 115 图表：十五重点消费省（市）地区分布比重图 116

图表：十五省（市）床用消费与消费支出及可支配收入占比图 116 图表：沿海与内地省（市）家庭建设、总消费与收入平均占比比较 117 图表：十五省（市）床上用品在家庭建设支出中所占比重比较图 118 图表：梦洁、博洋、富安娜在山东设立办事或专卖单位比例比较图 123

图表：上海床用零售市场规模与全国床用市场占比增长比较图 124 图表：梦洁、博洋、佳丽斯在湖北设立办事或专卖单位比例比较图 127 图表：床上用品与其它针织类消费品零售市场规模比较图 129 图表：床上用品占北京市针织类消费品零售额的比重图 129

图表：向美出口被单和枕套增长比例较高的国家 151

图表：向美国出口被单和枕套的主要国家构成 152

图表：印度装饰布市场规模（单位：亿美元） 157

图表：佳丽斯在全国各省市销售网点分布详表 163

图表：佳丽斯国内市场网点分布分地区结构图 165

图表：佳丽斯在全国重点大型零售市场中数据统计 165

图表：佳丽斯国内市场经营网点分布数据比较图 167

图表：梦洁公司专卖网点国内分布表 172

图表：梦洁各地区分布网点比重结构图 174

图表：各地区网点分布数量与平均数量比较图 178

图表：梦洁在全国重点大型零售市场中数据统计 179

图表：富安娜国内办事处机构分布表 180

图表：富安娜国内办事处机构分布区域结构图 180

图表：富安娜发展预测路线图（单位：亿元） 181

图表：维科精华主营业务与床上用品销售比较图 192

图表：博洋家纺国内专卖店区域分布表 196

图表：博洋专卖店区域分布结构图 197

图表：博洋办事处机构区域分布表 197

图表：博洋办事处在国内分布结构比重图 198

图表：博洋零售终端与营销机构各地区配置比较图 199

图表：博洋集团销售收入增长变化趋势图 199

图表：喜盈门集团自营出口增长趋势图 203

图表：喜盈门销售总收入变化趋势图 203

图表：中国城镇登记失业人口数 219

图表：前五次全国人口普查--城镇人口统计数据图 221

图表：人城镇人口数量预测变化图（单位：亿人） 222

图表：城镇居民人均年消费性支出预测（单位：元） 222

图表：2002、2003年人均消费床上用品支出金额 223

图表：城镇居民消费床上用品零售市场规模预测图 223

图表：前五次全国人口普查-农村人口统计数据图 224

图表：城镇人口数量预测变化图 224

图表：农村居民人均年消费性支出预测 225

图表：人均消费床上用品支出金额表 225

图表：2000-2003年农村居民消费床上用品市场规模变化图 226 图表：零售市场床上用品消费规模比较图 226

图表：学校类床上用品主要消费校所统计比较图 227

图表：普通高校新招学生数量变化趋势图 228

图表：普通高校新招人数图 228

图表：中等专业学校新招学生数量变化图 229

图表：中等专业学校新招人数图 229

图表：普通中学初中部新招农村学生数量变化图 230

图表：普通中学初中部新招人数图 230

图表：普通高校新招学生数量变化图 231

图表：普通中学高中部新招人数图 231

图表：职业中学新招学生数量变化图 232

图表：年职业中学新招人数图 232

图表：普通高校新招学生数量变化图 233

图表：特殊教育学校新招人数图 233

图表：幼儿园幼儿数量比较图 234

图表：全国幼儿园新增幼儿数图 234

图表：七类校所及幼儿园预测年度新增人数统计表 235

图表：学校类床上用品需求市场规模图 235

图表：未全国旅游住宿性企事业单位构成图 236

图表：全国旅游设施拥有住宿床位比例结构图 236

图表：星级住宿单位与其他类旅游住宿营单位增长比较图 237 图表：国内旅游住宿设施每天住宿统计比较图 237

图表：软/硬卧车（辆）发展示意图 239

图表：内软硬卧增长幅度变化比较图 240

图表：软/硬卧车发展趋势图 241

图表：软/硬卧车新增床用品市场需示规模图 242

图表：民用客船与私人运输船载额量发展变化比较图 242

图表：载客量发展变化图 243

图表：客船对于床上用品需求量比较图 244

图表：中国卫生系统各项指标的增长情况图 245

图表：中国卫生机构床位数增长趋势预测 246

图表：新增床位对于床品需求规模预测图 246

图表：床用产品需求市场规模预测图 247

图表：城镇新增住宅面积变化趋势图 248

图表：住宅销售面积数据图 248

图表：新增住宅对于床上用品需求数量预测图 249

图表：新增住宅消费床上用品市场规模图 250

图表：农村新建住宅面积统计数据图 250

图表：农村新增住宅面积图 251

图表：农村新增住宅所需床上用品套数 251

图表：农村新增住宅对于床上用品的需求市场 252

图表：新增住宅部分对于床上用品需求规模 252

图表：国家工商总局抽查全部合格的品牌及企业 258

图表：中国出口床上用品平均吨单价与其它国家比较 262

图表：中国家纺协会会员企业销售收入排序表 271

图表：Oeko-Tex标准100相配套的检验指标 275

图表：GB18401-2001《纺织品甲醛含量的限定》强制性标准 280 图表：实施的《纺织品基本安全技术要求》强制性标准要求 280 图表：香胺清单 281

图表：法国家用纺织品（包括床用）进出口统计 282

图表：法国十大家用纺织品制造商 285

图表：土耳其家用纺织品出口一览表 287

图表：布隆迪床用市场上的床单产品主要规格 288

略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47728.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。