

2020-2026年中国床上用品 制造行业前景展望与投资潜力分析报告

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年中国床上用品制造行业前景展望与投资潜力分析报告》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/202007/175641.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

随着人工成本、环保成本等经营成本的不断增加，落后产能被淘汰。印染染整环节为家纺生产中的重要环节，近年来环保政策不断趋严，供给侧改革落后产能被淘汰，印染成本不断提升，部分小微企业无法承受过高的经营成本，逐年亏损，最终被行业淘汰。

电商平台流量向大品牌倾斜，小微品牌退出市场。随着流量成本的增长，以及电商巨头出于提升流量转化率和影响力的考虑而将流量资源向龙头品牌倾斜，部分小微家纺品牌被迫退出市场。自 2016 年底至 2017 年年底，阿里平台床上用品品牌数由 10209 个下降至 5854 个，床上用品套件的品牌数由 3719 个下降至 2880 个。阿里平台床上用品的品牌数量不断下滑阿里平台床上用品套件的品牌数量同样不断下滑

中企顾问网发布的《2020-2026年中国床上用品制造行业前景展望与投资潜力分析报告》共十三章。首先介绍了中国床上用品制造行业市场发展环境、床上用品制造整体运行态势等，接着分析了中国床上用品制造行业市场运行的现状，然后介绍了床上用品制造市场竞争格局。随后，报告对床上用品制造做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国床上用品制造行业发展趋势与投资预测。您若想对床上用品制造产业有个系统的了解或者想投资中国床上用品制造行业，本报告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：

第一章 床上用品行业综述分析

第一节 床上用品定义

第二节 床上用品行业发展历程

第三节 床上用品分类情况

第四节 床上用品产业链分析

一、产业链模型介绍

二、床上用品产业链模型分析

第五节 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 2016床上用品业发展环境分析

第一节 2018年床上用品业全球经济环境分析

一、全球经济总体情况

二、经济全球化现状

第二节 2014-2018年床上用品业国内宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、居民消费水平分析

三、恩格尔系数

四、工业发展形势分析

五、存贷款利率变化

六、财政收支状况

第三节 2018年床上用品业国内政策环境分析

一、产业相关政策及动向分析

二、相关法律法规解读

三、行业相关标准解析

四、行业监管部门及监管体制分析

第四节 2018年床上用品业国内社会环境分析

一、人口结构

二、就业率情况

三、人均收入水平

第五节 2018年床上用品业国内技术环境分析

一、国内床上用品技术发展现状

二、国内床上用品技术发展趋势

三、国内外行业技术差距对比分析

第三章 2014-2018年中国床上用品市场供需调查分析

第一节 2014-2018年中国床上用品市场供需分析

一、产品市场供给

二、产品市场需求

三、产品价格分析

四、主要渠道分析

第二节 2014-2018年中国床上用品市场特征分析

一、2014-2018年中国床上用品产品特征分析

二、2014-2018年中国床上用品价格特征分析

三、2014-2018年中国床上用品渠道特征

四、2014-2018年中国床上用品购买特征

第四章中国床上用品行业区域市场调研

第一节 华北地区床上用品行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026年行业投资前景预测

第二节 东北地区床上用品行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026年行业投资前景预测

第三节 华东地区床上用品行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026年行业投资前景预测

第四节 华南地区床上用品行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026年行业投资前景预测

第五节 华中地区床上用品行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026年行业投资前景预测

第六节 西南地区床上用品行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026年行业投资前景预测

第七节 西北地区床上用品行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026年行业投资前景预测

第五章床上用品行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争状况分析

第二节 行业竞争结构分析

1. 现有企业（品牌）间竞争

2. 潜在进入者分析

3. 替代品威胁分析

4. 产品/服务质量

5. 价格

第三节 行业集中度分析

2006-2016 十年间床上用品套件前十品牌市场集中度从 28.7%提升至 35.2%，同期，床上用品被芯前十品牌市场集中度从 25.2%提升至 29.2%。从床上用品市场份额情况来看，优势品牌的市场份额持续上升。其中，罗莱、梦洁、富安娜、水星 2016 年市占率分别达到 9.4%、6.7%、5.4%、2.6%，分别较 2013 年提升 1.5、0.2、0.6、0.2pct。床上用品前十名市场集中度变化

第四节 床上用品行业市场竞争策略分析

1. 床上用品行业市场增长潜力分析
2. 床上用品行业产品竞争策略分析
3. 床上用品行业竞争格局展望

第五节 床上用品行业国际竞争力比较

1. 生产要素
2. 需求条件
3. 支援与相关产业
4. 企业战略、结构与竞争状态
5. 政府的作用

第六章 2014-2018年中国床上用品品牌消费者偏好深度调查

第一节 中国床上用品产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 中国床上用品产品的品牌所属行业市场运营状况分析

- 一、消费者对床上用品品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对床上用品产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对床上用品品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的风格
- 五、床上用品品牌忠诚度调查

第三节 不同客户购买消费行为分析

第七章 床上用品行业产品价格分析

第一节 价格特征分析

第二节 主要品牌企业产品价位

第三节 价格与成本的关系

第四节 行业价格策略分析

第五节 国内外经济形势对床上用品所属行业产品价格的影响

第八章 床上用品行业用户分析

第一节 床上用品行业用户认知程度

第二节 床上用品行业用户关注因素

1. 功能
2. 质量
3. 价格
4. 外观
5. 服务

第三节 用户的其它特性

第九章床上用品行业技术工艺发展分析

第一节 当前床上用品行业技术应用情况分析

第二节 2011-2018年国内床上用品行业主要研发成果分析

第三节 国内床上用品行业相关专利分析

第四节 国内床上用品行业技术成熟度分析

第五节 国内主要企业技术工艺应用及研发情况

第六节 国内外床上用品行业技术工艺比较

第十章床上用品国内重点生产厂家分析

第一节 上海罗莱家用纺织品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略分析

第二节 深圳富安娜家饰用品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略分析

第三节 深圳羽光家纺有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营状况

四、企业发展战略分析

第四节 紫罗兰家纺科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略分析

第五节 维科控股集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略分析

第六节 上海恒源祥家用纺织品有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略分析

第十一章 床上用品行业市场调研

第一节 市场规模分析

1. 2011-2018年床上用品行业市场规模及增速
2. 床上用品行业市场饱和度
3. 国内外经济形势对床上用品行业市场规模的影响
4. 2020-2026年床上用品行业市场规模及增速预测

第二节 市场结构分析

第三节 市场特点分析

1. 床上用品行业所处生命周期
2. 技术变革与行业革新对床上用品行业的影响
3. 差异化分析

第十二章 2020-2026年中国床上用品行业发展趋势分析

第一节 2020-2026年中国床上用品市场趋势分析

一、我国床上用品市场趋势总结

二、2020-2026年我国床上用品发展趋势分析

第二节 2020-2026年床上用品发展趋势分析

一、2020-2026年床上用品技术趋势分析

二、2020-2026年床上用品价格趋势分析

第三节 2020-2026年中国床上用品行业供需预测

一、2020-2026年中国床上用品供给预测

二、2020-2026年中国床上用品需求预测

三、2020-2026年中国床上用品价格预测

第四节 2020-2026年床上用品行业规划建议

一、2020-2026年床上用品行业整体规划

二、2020-2026年床上用品行业发展预测

三、2020-2026年床上用品行业规划建议

第十三章 床上用品企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、床上用品价格策略分析

二、床上用品渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高床上用品企业竞争力的策略

一、提高中国床上用品企业核心竞争力的对策

二、床上用品企业提升竞争力的主要方向

三、影响床上用品企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高床上用品企业竞争力的策略

第四节 对我国床上用品品牌的战略思考

一、床上用品实施品牌战略的意义

二、床上用品企业品牌的现状分析

三、我国床上用品企业的品牌战略

四、床上用品品牌战略管理的策略

第五节 建议

图表目录：

图表：床上用品产业链分析

图表：床上用品上游供应分布

图表：床上用品下游需求领域

图表：床上用品行业生命周期

图表：2014-2018年床上用品行业市场规模分析

图表：2020-2026年床上用品行业市场规模预测

图表：2014-2018年中国床上用品行业供给规模分析

图表：2020-2026年中国床上用品行业供给规模预测

图表：2014-2018年中国床上用品行业需求规模分析

图表：2020-2026年中国床上用品行业需求规模预测

图表：2014-2018年中国床上用品行业企业数量情况

图表：2014-2018年中国床上用品行业企业竞争结构

图表：2014-2018年国内生产总值及其增长速度

图表：2014-2018年居民消费价格涨跌幅度

图表：2018年居民消费价格比2015年涨跌幅度

图表：2014-2018年固定资产投资及其增长速度

图表：2014-2018年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2018年人口数及其构成

图表：2014-2018年农村居民收入及其增长速度

图表：2014-2018年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国床上用品行业投资前景分析

图表：中国床上用品行业发展趋势预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/175641.html>