

2006 年中国床上用品市场调查研究与投资咨询研究报告

纸介版价格 (¥)	5600
电子版价格 (¥)	5900
两种版本价格 (¥)	6000
出版日期	2006 年 01 月
报告页数 (页)	186
报告字数 (个)	160000
报告图表数 (个)	117

简介：

纺织品行业按其终端用途可划分为三个产业，即服装用纺织品业、产业用纺织品业和装饰用纺织品业，装饰用纺织品业一般又称为家用纺织品业，床上用品行业是家用纺织品的其中一个子行业。

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。

本报告的数据来源于国家海关、国家统计局、国务院发展研究中心、国家信息中心、公司数据库中的相关资料，其它渠道行业非公开数据、行业专家访谈结果。本研究报告

由中国服装行业研究小组历时 2 个月于 2006 年 1 月独家撰写完成。

目录：

第一部分 中国床上用品行业宏观环境分析

第一章 宏观经济环境分析

第一节 2001-2004 年 GDP 及人口变化

- 一、2001-2004 年 GDP 持续平稳增长
- 二、2001-2004 年人口增长速度放缓
- 三、2001-2004 年人均 GDP 逐步提高

第二节 中国居民收入支出情况

- 一、2001-2004 年城乡家庭恩格尔系数变化
- 二、1998-2004 年城乡居民收入分析

第二章 纺织工业现状分析

第一节 纺织产业结构调整

第二节 产业集群化及重要的家纺生产区域

- 一、产业集群化发展
- 二、中国布艺名城——浙江省杭州市余杭区
- 三、中国家纺绣品名镇——江苏省海门市三星镇
- 四、中国布艺名镇——浙江省海宁市许村镇
- 五、中国静电植绒名镇——浙江省嘉兴市油车港镇
- 六、中国家纺之都——山东省滨州市

第三节 纺织工业最新政策分析

- 一、颜料标准化要趋向完善
- 二、生态纺织品的技术要求和主要监控内容
- 三、婴幼儿纺织品检测实行最严格标准
- 四、商务部将采取措施鼓励中小流通企业发展

第二部分 中国床上用品行业总体运行情况分析

第三章 床上用品行业概况

第一节 国际床上用品行业发展概况

- 一、床上用品的范畴
- 二、国际床上用品产业发展势头强劲

三、发达国家努力发展高端产品

四、功能性、环保型的床上用品需求日趋旺盛

第二节 中国床上用品行业及市场现状

一、床上用品行业概况

二、床上用品当前市场特征

三、行业存在的问题及建议

第三节 行业发展的新特点

一、品牌化营销趋势明显

二、产权保护深入人心

第四章 2003-2005 年行业运行情况分析

第一节 床上用品行业的规模

一、2003-2005 年资产变化情况

二、2003-2005 年负债变化情况

三、2003-2005 年销售收入变化情况

第二节 床上用品行业盈利情况分析

一、2003-2005 年利润总额变化情况

二、2003-2005 年毛利率变化情况

三、2003-2005 年销售利润率变化情况

四、2003-2005 年利润率变化情况

五、2003-2005 年资产负债率变化情况

第三节 床上用品行业结构分析

一、2003-2005 年销售收入集中度

二、2003-2005 年利润集中度

第五章 2002-2005 中国床上用品进出口分析

第一节 进口情况分析

一、2002-2005 年床上用品总体进口情况分析

二、2005 年 1-10 月不同种类床上用品进口情况分析

三、2005 年 1-10 月床上用品不同国家和地区进口情况分析

第二节 出口情况分析

一、2002-2005 年床上用品总体出口情况分析

二、2005 年 1-10 月不同种类床上用品出口情况分析

三、2005 年 1-10 月床上用品不同国家和地区出口情况分析

第三节 中国床上用品国际市场竞争力分析

一、优势

二、不足

第四节 纺织品出口的主要贸易壁垒及应对措施

一、纺织品出口面临新的贸易壁垒

二、纺织品出口企业的应对措施

第五节 进出口相关政策分析

一、纺织品招标细则分析

二、《纺织品出口临时管理办法》分析

三、进口丙烯酸酯 2005 年 11 月 23 日起终止征收反倾销税

四、《中国进出口商品检验法实施条例》2005 年 12 月 1 日起施行

五、台湾地区自大陆进口纺织服装的现行管制政策

六、“香港制造”2006 年零关税

第三部分 中国床上用品市场总体及重点地区需求状况

第六章 床上用品市场需求及规模预测

第一节 影响床上用品需求的因素分析

一、社会文化因素

二、流行因素

三、床上用品的心理功能与特征

四、商品名称

五、商标

六、商品价格

七、广告

八、消费者收入

第二节 国际市场床上用品需求分析

一、国际市场床上用品总体需求规模

二、主要国家/地区床上用品市场情况

第三节 国内床上用品市场构成分析及规模预测

一、国内床上用品消费文化

二、国内床上用品新消费特点

三、国内床上用品主要消费领域构成及其规模预测

第七章 重点地区床上用品市场分析

第一节 各地床上用品市场概况分析

一、1998-2004 年我国城镇居民床上用品消费情况分析

二、2004 年典型地区城镇居民床上用品消费分析

第二节 上海床上用品市场

- 一、上海床上用品市场规模预测
- 二、上海床上用品市场现状

第三节 北京床上用品市场

- 一、北京床上用品市场规模预测
- 二、北京床上用品市场现状
- 三、北京床上用品市场相关政策

第四节 广东床上用品市场

- 一、市场总体现状
- 二、品牌竞争现状

第五节 浙江床上用品市场

- 一、市场总体现状
- 二、品牌竞争现状

第六节 重庆床上用品市场

- 一、重庆床上用品市场规模
- 二、重庆床上用品市场现状

第七节 山东床上用品市场

- 一、市场总体现状
- 二、品牌竞争现状

第八节 天津床上用品市场

第八章 床上用品主要消费群体分析

第一节 天伦之乐

第二节 单身贵族

第三节 新婚燕尔

第四节 童言无忌

第五节 夕阳无限

- 一、老年消费市场特征
- 二、老年消费市场营销策略选择

第四部分 中国床上用品市场竞争分析

第九章 床上用品销售渠道分析

第一节 床上用品销售渠道构成

- 一、百货商场
- 二、普通商场

- 三、超市
- 四、品牌专卖店
- 五、专业连锁
- 六、批发市场
- 七、专业展会或相关招标会议

第二节 企业开拓国际市场的策略

- 一、新的市场运作规则
- 二、战略性的答复国际市场
- 三、进入国外市场方式
- 四、国外市场卖点
- 五、市场针对性策略

第三节 销售渠道未来发展趋势

- 一、复合营销网络
- 二、实施床上用品品牌经营
- 三、无店销售
- 四、与零售业结成联盟
- 五、直销
- 六、主题商场

第十章 床上用品市场竞争格局

第一节 中国床上用品市场竞争总体态势

- 一、跨行业竞争
- 二、集群化竞争趋势
- 三、与国外品牌合作竞争

第二节 床上用品市场价格竞争分析

第三节 产品设计竞争分析

第四节 床上用品市场产品竞争分析

第五节 营销模式的竞争

- 一、特色营销
- 二、网络营销

第六节 中国床上用品市场竞争的发展态势

- 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、人力资源竞争
- 七、理念竞争
- 八、资讯竞争

第十一章 主要床上用品生产企业分析

第一节 江苏梦兰集团

- 一、企业基本情况
- 二、品牌简介
- 三、主要产品
- 四、经营策略
- 五、2003-2005 年运营情况分析

第二节 湖南梦洁家纺有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、品牌简介
- 三、主要产品
- 四、2003-2005 年运营情况分析

第三节 深圳市富安娜家饰用品有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、品牌简介
- 三、经营策略
- 四、2003-2005 年运营情况分析

第四节 江苏堂皇集团

- 一、企业基本情况
- 二、品牌简介
- 三、经营策略
- 四、2003-2005 年运营情况分析

第五节 宁波维科精华集团股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、主要产品
- 三、经营策略
- 四、2003-2005 年运营情况分析

第六节 宁波博洋集团公司

- 一、企业基本情况
- 二、品牌简介
- 三、经营策略
- 四、2003-2005 年运营情况分析

第七节 上海民光国际企业有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、品牌简介
- 三、经营策略
- 四、2003-2005 年运营情况分析

第八节 福建佳丽斯家纺有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、品牌简介
- 三、经营策略
- 四、2003-2005 年运营情况分析

第九节 上海红富士被服有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、主要产品
- 三、经营策略
- 四、2004-2005 年运营情况分析

第十节 青岛喜盈门集团公司

- 一、企业基本情况
- 二、品牌简介
- 三、经营策略
- 四、2003-2005 年运营情况分析

第五部分 中国床上用品未来发展趋势

第十二章 床上用品发展趋势分析

第一节 国际流行及开发趋势

- 一、国际床上用品开发趋势
- 二、欧洲家纺产品趋势

第二节 产品发展趋势

- 一、崇尚自然、个性化
- 二、追求保健床上用品
- 三、“绿色”床上用品受青睐
- 四、追求高科技床上用品
- 五、健康卫生成为床上用品的新追求
- 六、床上用品追求时尚化

第三节 面料发展趋势

- 一、新防火布料备受瞩目

- 二、新兴纳米材料
- 三、天然彩色棉织物
- 四、医药纤维
- 五、无纺织物

第四节 研究开发方向

- 一、市场上的新产品
- 二、床上用品新产品开发的方向

第五节 床上用品设计趋势

- 一、专业化和市场化
- 二、配套化、系列化
- 三、融入国际思潮

第六节 2006 年流行趋势预测

- 一、个性化
- 二、民族自然
- 三、欧美古典

第十三章 床上用品行业分析与建议

第一节 行业 SWOT 分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机会
- 四、威胁

第二节 行业进入策略与建议

- 一、市场定位策略
- 二、企业的竞争策略

附录

- 附录一 2005 年 1-9 月 88 家床上用品代表企业运行情况一览表
- 附录二 2004 年中国城市大型百货商场前 10 名床上用品品牌市场占有率销售统计
- 附录三 实施 ISO14001 认证基本步骤
- 附录四 国际市场的绿色通行证
- 附录五 OEKO-TEX 标准化新版本
- 附录六 家用纺织品安全性指标及检测

图表目录

- 图表 1 2001-2004 年 GDP 增长图

- 图表 2 2004 年三大产业增加值及增长率对比图
图表 3 2001-2004 年人口增长图
图表 4 2001-2004 年人均 GDP 变化图
图表 5 2001—2004 年城镇和农村恩格尔系数对比图
图表 6 1998—2004 年城镇居民可支配收入增长图
图表 7 1998—2004 年农村居民可支配收入增长图
图表 8 2004 年 10 月中国各省市城镇居民家庭收支基本情况
图表 9 2004 年 1 季度各省市农村居民现金收入情况一览表
图表 10 2003-2005 年中国床上用品行业行业资产总额变化图
图表 11 2003-2005 年中国床上用品行业行业负债变化图
图表 12 2003-2005 年中国床上用品行业行业销售收入变化图
图表 13 2003-2005 年中国床上用品行业行业利润总额变化图
图表 14 2003-2005 年中国床上用品行业行业毛利率变化图
图表 15 2003-2005 年中国床上用品行业行业销售利润率变化图
图表 16 2003-2005 年中国床上用品行业行业利润率变化图
图表 17 2003-2005 年中国床上用品行业行业资产负债率变化图
图表 18 2003-2005 年中国床上用品行业销售收入集中度变化图
图表 19 2003-2005 年中国床上用品行业销售收入集中度变化表
图表 20 2003-2005 年中国床上用品行业利润集中度变化图
图表 21 2003-2005 年中国床上用品行业利润集中度变化表
图表 22 2002-2005 年中国床上用品进出口情况统计表
图表 23 2002-2005 年床上用品进口情况变化表
图表 24 2002-2005 年床上用品进口数量变化图
图表 25 2002-2005 年床上用品进口金额变化图
图表 26 2002-2005 年床上用品进口平均单价变化图
图表 27 2005 年 1-10 月出口六大类床上用品比重一览表
图表 28 2005 年 1-10 月进口毯子类统计表
图表 29 2005 年 1-10 月进口床罩类统计表
图表 30 2005 年 1-10 月进口棉制床上用织物制品统计表
图表 31 2005 年 1-10 月进口化纤制床上用织物制品统计表
图表 32 2005 年 1-10 月进口麻制床上用织物制品统计表
图表 33 丝及其他材料制床上用织物制品统计表
图表 34 2005 年 1-10 月进口床上用品的主要国家和地区
图表 35 2002-2005 年床上用品出口情况变化表
图表 36 2002-2005 年床上用品出口数量变化图
图表 37 2002-2005 年床上用品出口金额变化图

- 图表 38 2002-2005 年床上用品出口平均单价变化图
图表 39 2005 年 1-10 月出口六大类床上用品比重表
图表 40 2005 年 1-10 月出口毯子类统计表
图表 41 2005 年 1-10 月出口床罩类统计表
图表 42 2005 年 1-10 月出口棉制床上用品用织物制品统计表
图表 43 2005 年 1-10 月出口化纤制床上用品用织物制品统计表
图表 44 2005 年 1-10 月出口麻制床上用品用织物制品统计表
图表 45 2005 年 1-10 月出口丝及其他材料制床上用品用织物制品统计表
图表 46 2005 年 1-10 月出口床上用品的主要国家和地区统计表
图表 47 日本家用纺织品流通渠道
图表 48 美国零售市场全棉产品所占的比率
图表 49 美国消费者购买床上用品的渠道分析
图表 50 美国消费者对于全棉织品的消费倾向比例
图表 51 德国适销床单主要规格
图表 52 德国适销被套主要规格
图表 53 德国适销枕套主要规格
图表 54 德国适销被单主要规格
图表 55 德国适销床罩主要规格
图表 56 英国纺织品生产分类构成
图表 57 英国床用市场床沿适销规格
图表 58 英国床用市场床单适销规格
图表 59 英国床用市场被套适销规格
图表 60 英国床用市场枕套适销规格
图表 61 英国床用市场床罩适销规格
图表 62 挪威近年来床上用品进口渠道构成图
图表 63 1998-2004 年城镇居民人均床上用品支出统计表
图表 64 2000-2003 年星级饭店相关统计表
图表 65 1998-2003 年中专及大学数量与招生人数变化图
图表 66 1998-2003 年医疗机构与病床数变化情况图
图表 67 1998-2003 年每年病床位增加数量比较
图表 68 1998-2002 年国家铁路客车拥用量变化情况
图表 69 1998-2002 年全国公路运输载客汽车拥有量情况
图表 70 1998-2004 年城镇人均床上用品支出及其占总消费支出比例变化图
图表 71 1998-2004 年城镇人口与居民床上用品消费额变化图
图表 72 1999-2004 年城镇居民床上用品消费额增长率变化图
图表 73 2004 年城镇居民床上用品人均消费额较高的地区

- 图表 74 2004 年人均消费额较高的地区消费性支出和床上用品支出所占比例
图表 75 2004 年城镇居民床上用品人均消费额较低的地区
图表 76 2004 年人均消费额较低的地区消费性支出和床上用品支出所占比例
图表 77 2000-2004 年上海城镇居民人均床上用品消费支出变化图
图表 78 2000-2004 年上海城镇居民人口变化图
图表 79 2000-2004 年上海城镇居民床上用品消费总额变化图
图表 80 2000-2004 年上海城镇居民人均床上用品消费支出变化图
图表 81 2000-2004 年上海床上用品消费额占全国比例变化图
图表 82 2000-2004 年北京城镇居民人均床上用品消费支出变化图
图表 83 2000-2004 年北京城镇居民人口变化图
图表 84 2000-2004 年北京城镇居民床上用品消费总额变化图
图表 85 2000-2004 年北京城镇居民人均床上用品消费支出变化图
图表 86 2000-2004 年北京床上用品消费额占全国比例变化图
图表 87 2000-2004 年广东城镇居民人均床上用品消费支出变化图
图表 88 2000-2004 年浙江城镇居民人均床上用品消费支出变化图
图表 89 2000-2004 年重庆城镇居民人均床上用品消费支出变化图
图表 90 2000-2004 年山东城镇居民人均床上用品消费支出变化图
图表 91 梦洁、博洋、富安娜在山东设立办事或专卖单位比例比较图
图表 92 2000-2004 年天津城镇居民人均床上用品消费支出变化图
图表 93 2003-2005 年梦兰集团主要运行指标
图表 94 2003-2005 年梦兰集团运行情况分析
图表 95 2003-2005 年梦洁家纺主要运行指标
图表 96 2003-2005 年梦洁家纺运行情况分析
图表 97 2003-2005 年富安娜家饰主要运行指标
图表 98 2003-2005 年富安娜家饰运行情况分析
图表 99 2003-2005 年江苏堂皇主要运行指标
图表 100 2003-2005 年江苏堂皇运行情况分析
图表 101 2003-2004 年宁波维科精华主要运行指标
图表 102 2003-2004 年宁波维科精华运行情况分析
图表 103 2004-2005 年 1-9 月宁波维科主要分公司运行情况一览表
图表 104 2003-2005 年宁波博洋主要运行指标
图表 105 2003-2005 年宁波博洋华运行情况分析
图表 106 2003-2005 年上海民光床单厂主要运行指标
图表 107 2003-2005 年上海民光床单厂运行分析
图表 108 2003-2005 年福建佳丽斯主要运行指标
图表 109 2003-2005 年福建佳丽斯运行情况分析

- 图表 110 2004-2005 年上海红富士主要运行指标
图表 111 2004-2005 年上海红富士运行情况分析
图表 112 2003-2005 年青岛喜盈门主要运行指标
图表 113 2003-2005 年青岛喜盈门运行情况分析
图表 114 2005 年 1-9 月 88 家床上用品代表企业运行情况一览表
图表 115 OEKO-TEX 标准 100 相配套的检验指标
图表 116 GB18401-2001 《纺织品甲醛含量的限定》强制性标准
图表 117 《纺织品基本安全技术要求》强制性标准要求

2006 年中国床上用品市场调研研究与投资咨询研究报告（节选）

本报告节选的部分内容供我们尊敬的客户阅览和参考，如需报告全文请致电（智库在线 010-58626531）咨询详情。智库在线将会为您提供更多的行业咨询服务。

本报告为原著者制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过原著者书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

第四章 2003 - 2005 年行业运行情况分析

从数据库中随机选取 88 家生产床上用品的企业作为床上用品行业的代表，对其运行情况进行分析，借以反映整个床上用品行业的运行情况。

注：这 88 家企业中，有仅生产床上用品的，也有同时生产其他产品的，下面的所涉及的各项指标均为各企业总体指标，如“销售收入”中可能包含有部分非床上用品的销售收入，88 家企业的名称和主要运行情况请参加附录一。

本章的只在于分析说明床上用品行业的大致情况和发展趋势，而非严格的数理计算；本章的讨论仅限于这 88 家企业的范围之内。难免有误差和偏颇，分析结果仅供参考。

第一节 床上用品行业的规模

一、2003 - 2005 年资产变化情况

图表 1 2003-2005 年中国床上用品行业行业资产总额变化图

单位：千元

数据来源：国家统计局

三年来，资产总额呈现出高速稳定的增长态势，同比增长稳定在 %。

二、2003 - 2005 年负债变化情况

图表 2 2003-2005 年中国床上用品行业行业负债变化图

单位：千元

数据来源：国家统计局

负债的变化趋势和资产大致一致，增幅稍高资产，在 %左右变化。

三、2003 - 2005 年销售收入变化情况

图表 3 2003-2005 年中国床上用品行业行业销售收入变化图

单位：千元

数据来源：国家统计局

销售收入增幅较大，2004 年为 %，2005 年 1 - 9 月为 %。

第七章 重点地区床上用品市场分析

考虑到城镇居民床上用品消费市场的重要性及农村床上用品价格较低，且统计困难，本章研究的市场仅指城镇居民床上用品消费市场

第二节 上海床上用品市场

一、上海床上用品市场规模预测

图表 4 2000-2004 年上海城镇居民人均床上用品消费支出变化图

单位：元

数据来源：国家统计局

上海城镇居民床上用品年人均消费金额呈增长趋势，2000 年为 33.38 元，2004 达到了 63.83 元

图表 5 2000-2004 年上海城镇居民人口变化图

单位：万人

注：2004 年上海城镇人口数为推算数据

数据来源：国家统计局

图表 6 2000-2004 年上海城镇居民床上用品消费总额变化图

单位：亿元

数据来源：国家统计局

由上图可以看出上海城镇居民的床上消费总额呈上升趋势，2004 年达到 10 亿元。根据近几年上海居民床上用品年人均消费金额的增长率与人口增长率，预计，2006 年上海市床上用品市场的规模将在 12.5 亿以上。

二、上海床上用品市场现状

（一）在全国床上用品市场的地位

上海人均床上用品支出水平远远高于全国平均水平，2001 年以来一直在全国平均值的两倍左右。

图表 7 2000-2004 年上海城镇居民人均床上用品消费支出变化图

（以全国同期平均数值为 1）

数据来源：国家统计局

2004 年上海市床上用品消费额占全国的 5.69%，其他年份的比例请参见下表。

图表 8 2000-2004 年上海床上用品消费额占全国比例变化图

数据来源：国家统计局

（二）品牌竞争现状

上海的床上用品零售市场中，品牌众多。单是其本地产就有“红富士”、“民光”、“香榭里”、“双猫”、“幸福”等等都是国内知名品牌。而相对而言，上海床上用品零售市场上更为显眼的则是，众多国内外名牌、大牌在上海市场的激烈竞争。

上海市场。大多数国外品牌都是来自美国、英国、法国、加拿大、意大利等国的著名品牌。这些床上用品有不同尺寸的床罩、枕套、被套、床单等，花型独特，用料讲究、工艺先进，如美国的“丹瑞芙”产品，采用先进的工艺，纹理细腻，色调柔和；意大利的“罗拉”品牌有条纹、针织及色彩鲜艳的特点，面料来源于埃及、希腊产的长绒棉优质纱线织造、高支高密；美国的“博柏利”品牌产品由名家设计、款式简洁明快，风格独特，成为时尚的先驱者；法国的“依英德伦”床上用品，高贵、典雅、色泽柔和，极具浪漫色彩，采用100%高支高密精梳棉纱制成。手感柔滑如丝绸，被誉为“世界床上用品中的极品”；而加拿大的“1909”产品则起源于1900年的墙纸系列样式，每一个花型都有一个经典的故事，产品有很强的立体感，让人犹如在欣赏一幅美丽的风景画。

另外，还有“ESPRIT”、“安睡宝”、“馨亭”、“卡撒天娇”、“多喜爱”、“奥西奴”、“一千零一夜”、“雅图”、“喜来登”、“赫豹”等等一系列国外名牌床上用品。国内大多数床上用品品牌也均在上海设有营销网点。

略

（三）上海床上用品市场消费特点

目前上海床上用品市场正在由保暖型向保健型转变，流行高科技床上用品。

羊毛被、羽绒被、中空棉，这些在上海一度甚为走俏的保暖型床上用品，近来颇受冷落，取而代之的是具有保健作用的新型床褥产品。据了解，目前上海市场的保健型床上用品包括被子、枕头、床单、被褥、毯子等各个种类。较为畅销的有“香被”、“药枕”等，香被是在高科技产品“九曲纤维”材料中，放入长效固体夜来香、柠檬香、茉莉香、桂花香等高级香料，产生独特的提神醒脑等多种保健功能，晚上入睡时恬然舒适，晨起时神清气爽。药枕则是从汉朝皇宫的御用品中受到启发，并运用科学方法，对传统药枕进行物理、化学成份等综合测定和改良后生产，对神经衰弱、失眠、颈椎病患者具有较高的理疗功效。专业生产远红外纺织品的上海依福瑞公司也反映，该公司在上海各大商场的专柜，具有健身功能远红外被子、枕头比内衣更受欢迎。

略

第十一章 主要床上用品生产企业分析

第一节 江苏梦兰集团

一、企业基本情况

江苏梦兰集团坐落于国家历史文化名城常熟市，以专业生产床上用品起家。30多年来，梦兰集团发扬艰苦奋斗创家业，脚踏实地求发展的创业精神，坚持科技创新，在激烈竞争的市场经济中，走出了一条独特的健康稳步发展之路，创出了全国家纺行业第一个中国驰名商标、第一个中国文化品牌、第一批中国名牌产品。现拥有职工 2000 多名、总资产 20.3 亿，成为中国家纺行业“十强”龙头企业，中国纺织行业销售、出口“双百强”企业。

二、品牌简介

梦兰不断推出了金梦兰、银梦兰、绿梦兰系列新品，同时还自行研发了多项高科技含量的新型产品，有列入国家重点新产品发展计划的粒状棉保健室内装饰用品，有列入江苏省科技攻关项目的纯天然竹纤维丝竹纱家用纺织品；目前公司正与美国杜邦公司合作，应用最新纳米超细纤维多层技术开发生产健康、环保、舒适的新一代床上用品，体现了现代人“自由奔放”的个性，引领了新一轮绿色家居的潮流，被中央领导同志盛赞为中国家纺行业中的“梦之队”。2005年，梦兰床上用品（系列配套件）、化纤被双双获得中国名牌产品称号。梦兰产品在全国同行业中率先取得国家环境标志产品、国际生态纺织品 CQC 认证，并被评为国家免检产品和国家商务部重点培育和发展的出口名牌。在由世界品牌实验室推出的《品牌中国》大型调查中荣登 2004 中国最具影响力品牌家纺行业榜首和 2005 中国 500 最具价值品牌家纺行业榜首，梦兰的品牌价值已经达到 68.75 亿元。

三、主要产品

1. 金梦兰

选用进口名贵丝绸 用梦兰品牌特定兰花图案以中国四大名绣之瑰宝 - 苏绣新工艺

精心制作高档卧室系列用品典雅华贵 色泽秀丽 是梦兰名牌的艺术极品

2. 银梦兰

采用进口纯天然全棉高档面料精细制作亮丽大方柔软舒适给家庭居室增添浓郁的自然风情

3. 绿梦兰

略

4. 绉缝配套件

新世纪最具代表的寝室名品无一不是“梦兰”的精心杰作，其秉持传统织品顶级质感精细的做工，新概念设计美学，创造精简大方，温柔细致的寝室用品。

5. 竹纤维

略

四、经营策略

为适应大众家居消费配套化的理念变化，以“长三角”为平台，辐射全国，在主要的省会等大中城市相继开设了梦兰床上用品连锁店、专卖店，以连锁经营和专卖的新模式，采用床上用品与室内软装饰配套服务，销售产品和弘扬家居软装饰文化相结合，使企业的产品和服务更具时尚品位和人文关怀。同时，外贸通过与美国北京工艺、加拿大 GREATEX、日本 NITORY 等国际跨国公司合资，扩大床上用品生产和出口，使梦兰成为他们床上用品的出口生产基地，2004 年梦兰进出口额达 4800 万美元，出口创汇连年成倍增长。如今，“好梦开始的地方”这句给人以无限遐想的广告词已传遍祖国山山水水，而且跨越重洋，走向世界。

略

五、2003-2005 年运营情况分析

图表 9 2003-2005 年梦兰集团主要运行指标

单位：千元

指标	2003	2004	2005.1-9
资产总计	909990		
负债合计	479710		
销售收入			
销售成本			
销售费用			
销售税金及附加			
利润总额			

数据来源：国家统计局

图表 10 2003-2005 年梦兰集团运行情况分析

指标	2003	2004	2005.1-9
毛利率	6.58%		
利润率	5.06%		
资产负债率	52.72%		

数据来源：国家统计局

智库在线

智库在线 (www.zikoo.com) 秉承“**智通库汇**”理念，做好企业“外脑”，我们将依托新互联网平台，不断集成有线和无线信息技术，为企业和从事数据收集和策略分

析的咨询和顾问公司，为领导者的经营决策提供市场咨询、深度分析、专家“博客”和基于市场研究行业的信息技术策略和解决方案。

● 栏目

分析报告 趋势方向 - 消费数据 - 产业预警 - 产业观察 - 市场资讯 - 管调营渠

● 使命

智库在线旨在通过全面、及时的市行业研究场报告，帮助企业、机构和组织把握市场动态，为决策和决策参与者提供实效决策支持。

● 服务承诺

智库在线严格遵守智库在线制定的信息服务《规范承诺》；

智库在线力求保证产品的客观、公正、中立；

智库在线在发展过程中不断得到客户和业内同仁的指导和帮助，公司的管理团队再次表示衷心感谢！欢迎客户和业内人士反馈意见和建议，同时希望业内专家和行业主管批评指正，我们为此将不胜感激！

● 联系方式

地址：北京市朝阳区朝阳北路 107 号珠江罗马嘉园阿波罗 29 座 201#

服务热线：010-58626531 58626532

绿色通道：13371712227

VIP MSN：zikoo@zikoo.com

邮编：100025

<http://www.zikoo.com>