

中国蚕丝被行业现状深度分析与发展前景预测报告（2025-2032年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国蚕丝被行业现状深度分析与发展前景预测报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202501/741452.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

前言：

中国是全球茧丝绸原料的主产地，蚕丝被生产具备良好基础，但近年来受蚕茧原料供应不足及环保政策趋严影响，我国蚕丝被产量有所下降。从消费市场看，随着人们生活水平提高及消费结构升级，蚕丝被市场呈现出蓬勃发展态势。从销售渠道看，蚕丝被线上销售渠道已占据较大比重，但在激烈的市场竞争中，线下销售渠道的发展仍不可忽视，因此目前国内蚕丝被企业倾向于构建全渠道的销售生态，来占据更多的市场份额。同时，蚕丝被国货品牌紧抓“国潮风”机遇，通过不断创新，实力领跑蚕丝被行业，成为我国蚕丝被消费市场重要力量。

一、受蚕茧原料供应不足及环保政策趋严影响，我国蚕丝被产量有所减少

蚕丝被即以蚕丝为填充物的被子，是自然界中集轻、柔、细为一体的天然纤维制品。根据国标规定，填充物含桑蚕丝和(或)柞蚕丝50%及以上的被类可称为蚕丝被，填充物含100%蚕丝的为纯蚕丝被，50%及以上蚕丝为混合蚕丝被。

中国作为全球茧丝绸原料的主产地，蚕茧和生丝产量占全球比例超过70%，为蚕丝被生产提供了良好基础。但近年来我国蚕丝被产量有所下降，主要原因在于，一方面，蚕茧原料受土地和人力资源的影响，供应量有限。特别是江浙地区，由于工业化、城镇化的推进，土地资源矛盾更为突出。再加上人工成本的不断推高，原料资源的不足导致蚕丝被产业链上的供需失衡，以及价格的大幅波动，给蚕丝被企业生产经营带来了较大的风险，企业生产积极性下降，导致蚕丝被产量减少。另一方面，近年来，随着我国政府对环保的重视程度不断提高，一些不合规的污染环境的蚕丝企业被关停，直接影响了蚕丝被产量。根据数据，2023年我国蚕丝被产量为992万条，同比下降40.32%。

数据来源：观研天下数据中心整理

二、人均可支配收入持续增长，我国蚕丝被市场增长势头强劲

蚕丝被透气性好，保暖性佳，且贴肤柔软、蓬松轻盈，备受消费者青睐。蚕丝被的消费群体主要集中在中高端市场，以追求生活品质、注重健康的消费者为主，随着人们生活水平的提高，消费结构升级，蚕丝被市场呈现出蓬勃的发展态势。

根据数据，截至 2023 年底，全国人均可支配收入达39218亿元，蚕丝被市场规模达220亿元，全国蚕丝被主营企业的营业收入总体增长 8%，行业复合增长率达到 6.8%。2024年我国人均可支配收入进一步增长至41314亿元，蚕丝被市场有望延续增长态势。

三、蚕丝被线上销售渠道占比较大，激烈竞争下企业倾向构建全渠道销售生态

当前蚕丝被消费渠道主要分为线下和线上两大体系。线上渠道不仅能够突破地域限制，让蚕丝被产品覆盖更广泛的消费群体，还能够通过大数据分析、精准营销等手段，更好地满足消费者的个性化需求。随着电商渠道的迅猛发展，蚕丝被企业纷纷拓展线上销售渠道，通过电

商平台、直播带货、社交媒体营销等方式，扩大品牌影响力和市场覆盖面。蚕丝被线上销售渠道占比快速提升，至2023年已达63%。

蚕丝被线下渠道占比下降至37%，但对于蚕丝被企业来说，要想在激烈的市场竞争中脱颖而出，仍需重视线下和线上两大渠道的协同发展。随着消费者对于购物体验要求的提升，传统的门店销售模式已经难以满足现代消费者的需求，因此线下渠道需要不断创新，通过打造更加舒适、便捷的购物环境，以及提供个性化的服务，为消费者带来全新的消费体验。这种新业态、新场景的打造，不仅能够吸引更多消费者，还能够提升蚕丝被的品牌形象和市场竞争力，因此蚕丝被线下销售渠道的发展仍不可忽视。

数据来源：观研天下数据中心整理

我国蚕丝被行业代表企业销售渠道建设情况 企业名称 销售渠道建设情况 罗莱生活 公司线下销售采用“特许加盟连锁+直营连锁+集采团购”的复合营销模式。线上销售在与天猫、京东、唯品会等大型电商平台开展合作基础上，积极布局网络直播、社群营销、品牌小程序等新兴销售渠道，并探索各类新营销方式。富安娜 以直营、加盟和电商三大营销渠道，逐步布局“艺术家纺+艺术家居”的线上和线下的门店空间。 水星家纺

以经销、网络销售和直营为主，团购、国际贸易等为辅的多通路立体销售模式 太湖雪 线上渠道方面：公司在天猫、京东、唯品会、抖音、视频号等国内电商平台以及亚马逊跨境电商平台均设立了品牌直营店，还通过太湖雪海外官网等电子商务平台进行线上销售。线下渠道方面：公司聚焦苏州、北京核心区域市场，通过直营门店及企业客户集采方式进行销售。

资料来源：观研天下整理

细分来看，电商平台、实体店、直播电商等各具优势，共同构成了蚕丝被市场的销售渠道格局。综合电商平台以其广泛的商品选择、便捷的价格比较及完善的物流和售后服务体系成为了消费者购买蚕丝被的首选渠道，62%的消费者选择通过淘宝、京东、天猫等综合电商平台购买。其次，直播电商平台作为新兴的销售渠道正迅速崛起，48%的消费者选择通过抖音、快手等直播电商平台购买蚕丝被。另外，品牌实体店虽然占比 33%，但仍然是消费者购买蚕丝被的重要渠道之一，对于单价相对较高的蚕丝被品类，消费者更倾向于在实体店中触摸、试穿，以更为直观地感受产品质量和款式合适程度。实体店购物的方式在某些方面仍然具有优势，如提供亲身体验、专业咨询以及即时售后服务等。此外，线下旅游店和私域平台如小红书等也占据了一定的市场份额，18%的消费者会选择在旅游过程中购买蚕丝被作为纪念品或礼品，而 25%的消费者倾向于在小红书等私域平台购买。

数据来源：观研天下数据中心整理

四、国货品牌不断创新，成为我国蚕丝被消费市场重要力量

随着“国潮风”的盛行，越来越多的消费者开始青睐具有中国传统文化元素和历史文化底蕴的国货产品。这不仅体现在新中式穿搭、国潮文创产品等领域，也在蚕丝被等高端消费品市场

中得到了充分体现。

国产蚕丝被品牌紧抓机遇，在产品创新、工艺技术创新以及蚕丝文化的融合方面下足了功夫，研发出了众多具有独特魅力和高品质的蚕丝被制品，成功吸引了大量年轻消费者的关注，实力领跑蚕丝被行业。其中水星家纺2023年蚕丝被销量排名第一，太湖雪连续5年全国蚕丝被线上渠道销量第一。

未来，随着消费者对品质和文化内涵的进一步追求，国货品牌将继续保持强劲的发展势头，成为中国消费市场的重要力量。

我国蚕丝被行业主要企业布局情况 企业名称 基本情况 产品定位 罗莱生活 罗莱生活成立于1992年，是国内最早涉足家用纺织品行业集研发、设计、生产、销售于一体的龙头企业。公司采用多品牌运作策略，具有较强的品牌知名度和美誉度。罗莱主品牌保持多年连续行业第一的地位，其他子品牌市场定位清晰，满足消费者多元化个性需求和对高品质生活方式的追求。主要产品为床品套件等家纺产品，蚕丝被为补充类被芯产品，定位中高端。富安娜 富安娜主要从事床上用品的研发、设计、生产和销售业务，是首批获得“中国名牌”产品称号的国内床上用品企业之一，其主导产品床上用品所占市场份额近几年一直处于国内行业三甲之列，“富安娜”商标荣膺“中国驰名商标”称号。

主要产品为床品套件等家纺产品，蚕丝被为补充类被芯产品，定位中高端床品套件。

水星家纺 公司坐落于上海奉贤综合工业开发区，公司以“水星”品牌为主，“百丽丝”品牌为辅，以“水星家纺婚庆馆”“水星宝贝”“水星 KIDS”等品牌为组合细分品类。公司主营业务为以套件、被芯和枕芯等床上用品为主的家用纺织品研发、设计、生产和销售。公司产品涵盖床罩多件套、被子、枕芯、单件组合、靠坐垫、儿童用品、夏令用品、毛毯等八大系列 300多个品种。

主要产品为床品套件等家纺产品，蚕丝被为补充类被芯产品，定位中高端床品套件。

太湖雪公司以“太湖雪”品牌为核心，专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产加工、品牌推广、渠道建设和销售服务。在新消费、新国货、新零售的背景下，努力弘扬中华丝绸文化。经过十余年的深耕发展，公司形成蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰四大产品系列，“太湖雪”成为市场上具备一定行业知名度的苏州丝绸代表品牌。

主要产品为蚕丝被、真丝套件，定位中高端蚕丝被、床品套件、丝绸服饰、丝绸饰品。

资料来源：观研天下整理（zlj）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国蚕丝被行业现状深度分析与发展前景预测报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国蚕丝被行业发展概述

第一节 蚕丝被行业发展情况概述

一、蚕丝被行业相关定义

二、蚕丝被特点分析

四、蚕丝被行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、蚕丝被行业需求主体分析

第二节 中国蚕丝被行业生命周期分析

一、蚕丝被行业生命周期理论概述

二、蚕丝被行业所属的生命周期分析

第三节 蚕丝被行业经济指标分析

一、蚕丝被行业的赢利性分析

二、蚕丝被行业的经济周期分析

三、蚕丝被行业附加值的提升空间分析

第二章 中国蚕丝被行业监管分析

第一节 中国蚕丝被行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国蚕丝被行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对蚕丝被行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国蚕丝被行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对蚕丝被行业的影响分析

一、中国宏观经济环境

一、中国宏观经济环境对蚕丝被行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对蚕丝被行业的影响分析

第三节 中国对外贸易环境与对蚕丝被行业的影响分析

第四节 中国蚕丝被行业投资环境分析

第五节 中国蚕丝被行业技术环境分析

第六节 中国蚕丝被行业进入壁垒分析

一、蚕丝被行业资金壁垒分析

二、蚕丝被行业技术壁垒分析

三、蚕丝被行业人才壁垒分析

四、蚕丝被行业品牌壁垒分析

五、蚕丝被行业其他壁垒分析

第七节 中国蚕丝被行业风险分析

一、蚕丝被行业宏观环境风险

二、蚕丝被行业技术风险

三、蚕丝被行业竞争风险

四、蚕丝被行业其他风险

第四章 2020-2024年全球蚕丝被行业发展现状分析

第一节 全球蚕丝被行业发展历程回顾

第二节 全球蚕丝被行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲蚕丝被行业地区市场分析

一、亚洲蚕丝被行业市场现状分析

二、亚洲蚕丝被行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲蚕丝被行业市场前景分析

第四节 北美蚕丝被行业地区市场分析

一、北美蚕丝被行业市场现状分析

二、北美蚕丝被行业市场规模与市场需求分析

三、北美蚕丝被行业市场前景分析

第五节 欧洲蚕丝被行业地区市场分析

一、欧洲蚕丝被行业市场现状分析

二、欧洲蚕丝被行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲蚕丝被行业市场前景分析

第六节 2025-2032年全球蚕丝被行业分布走势预测

第七节 2025-2032年全球蚕丝被行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国蚕丝被行业运行情况

第一节 中国蚕丝被行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国蚕丝被行业市场规模分析

一、影响中国蚕丝被行业市场规模的因素

二、中国蚕丝被行业市场规模

三、中国蚕丝被行业市场规模解析

第三节 中国蚕丝被行业供应情况分析

一、中国蚕丝被行业供应规模

二、中国蚕丝被行业供应特点

第四节 中国蚕丝被行业需求情况分析

一、中国蚕丝被行业需求规模

二、中国蚕丝被行业需求特点

第五节 中国蚕丝被行业供需平衡分析

第六节 中国蚕丝被行业存在的问题与解决策略分析

第六章 中国蚕丝被行业产业链及细分市场分析

第一节 中国蚕丝被行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、蚕丝被行业产业链图解

第二节 中国蚕丝被行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对蚕丝被行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对蚕丝被行业的影响分析

第三节 中国蚕丝被行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国蚕丝被行业市场竞争分析

第一节 中国蚕丝被行业竞争现状分析

一、企业区域分布特征

- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征
- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论
- 一、SWOT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论
- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好
- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素
- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析
- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

一、行业投资价值

二、行业风险评估

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202501/741452.html>