CONTENT
目录

市场数据

热销榜单

关键风格

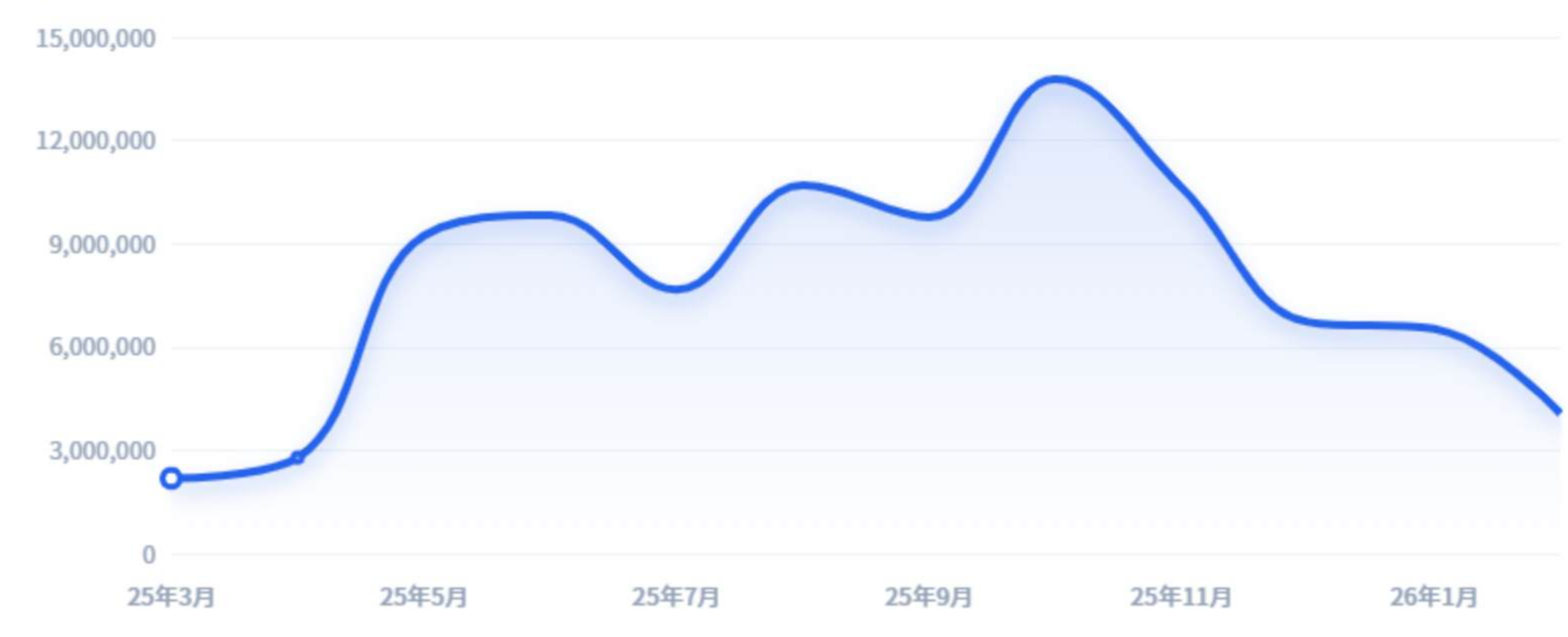
关键图案

总结推荐

MARKET DATA
市场数据

销量	销售额	上新商品数	目前商品在售数
1057.65万	22.29亿	1.16万	46.92万
▲YOY +218.86% ▼MOM -35.65%	▲YOY +330.58% ▼MOM -54.19%	▼YOY -29.20% ▼MOM -43.08%	YOY 无 ▲MOM +0.18%

近十二月销量趋势
2025年3月至2026年2月



热销卖点
Hot Sales Points

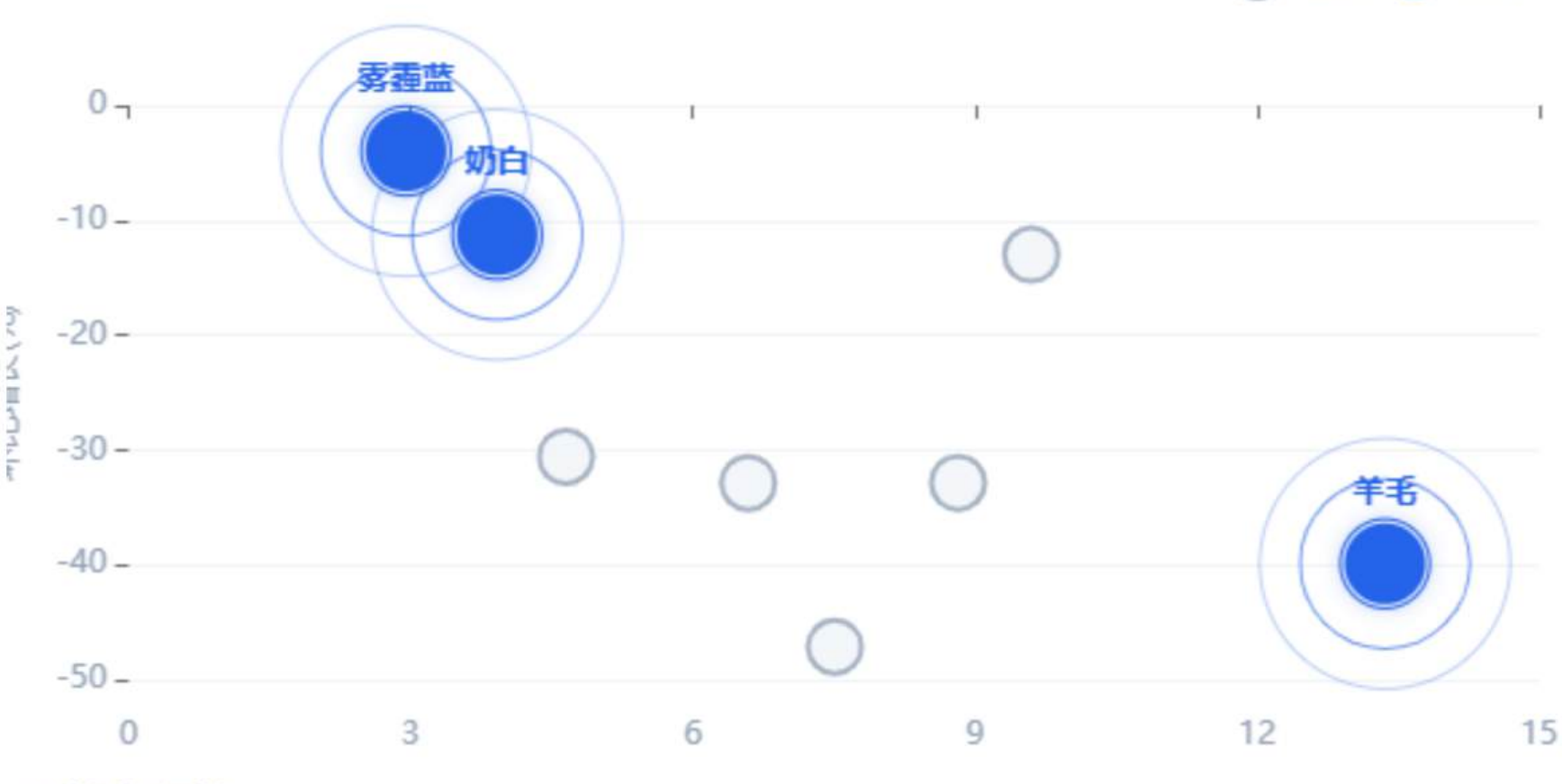
2026年1至2月床品套件市场呈现出显著的同比爆发式增长，销量与销售额分别为218.86%和330.58%的惊人增幅，这标志着家纺行业在全域电商渠道的渗透率达到了新高度。然而，受春节假期物流停运及冬季保暖需求提前释放的影响，2月环比数据出现季节性回落，销售额环比下降54.19%。从供需关系看，上新商品数同比下降29.20%，反映出商家在冬春交替之际持谨慎观望态度，重点以消化冬季库存为主。目前在售商品数维持在46.92万的高位，市场竞争依然白热化。材质方面，牛奶绒与全棉材质构成了市场的双核心驱动力，保暖性能与亲肤触感是消费者在年初换新时的首要决策因素。随着气温回升，市场正处于从重质保暖向轻盈透气转型的临界点。

数据时间范围：2026.01.01~2026.02.28

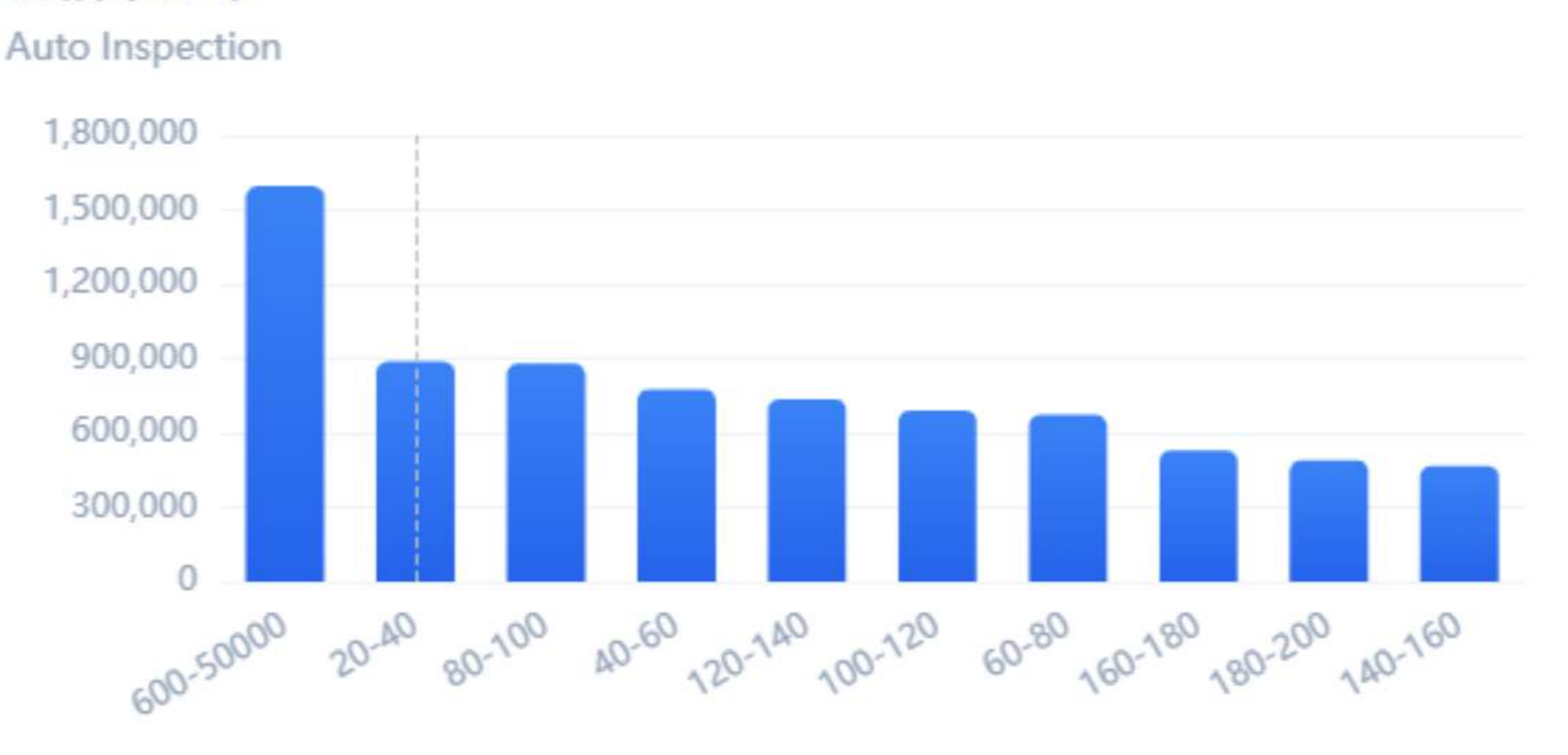
市场数据--颜色&价格带&品牌分布

品牌竞争格局呈现出明显的头部引领态势，无印良品凭借极简美学心智占据11.06%的市场份额，稳居第一梯队。颜色偏好上，羊毛色以8.00%的占比成为今冬黑马，反映了消费者对视觉温暖感的强烈需求。价格带分布显示出明显的K型消费特征，600元以上的高端市场占比达15.31%，而20-100元的极致性价比区间依然是走量核心，市场呈现品质升级与价格下沉并行的双轨趋势。

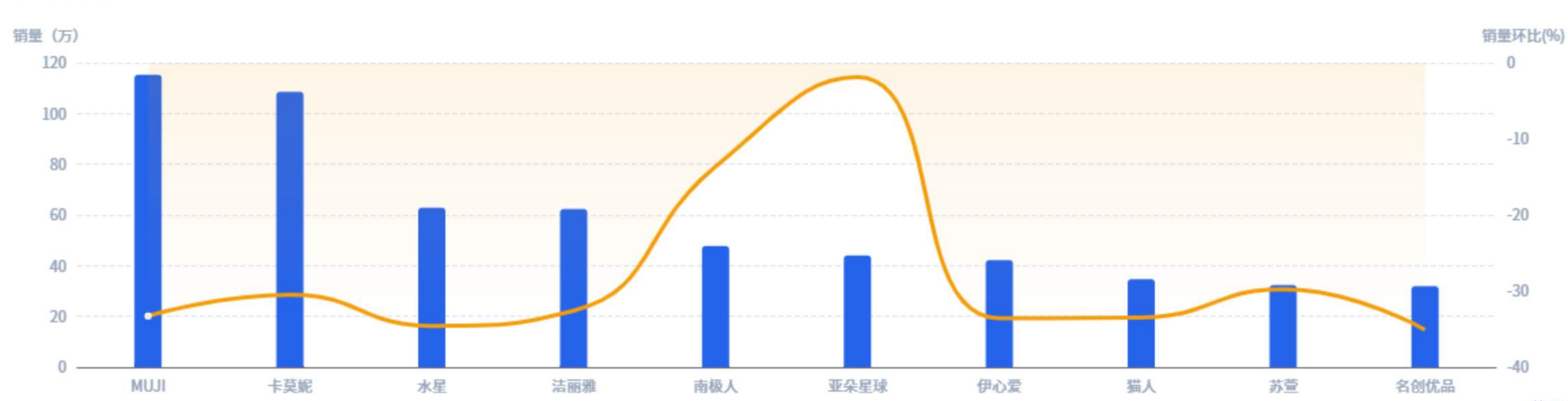
颜色销量热度分布



价格带分布
Auto Inspection



品牌分布榜



数据时间范围：2026.01.01~2026.02.28

市场数据--店铺排行榜

店铺维度分析显示，易安阁家纺凭借极高的折扣转化率位居销量榜首，其环比跌幅优于大盘，显示出极强的用户粘性。TeenieWeenie 家纺、水星家纺紧随其后，以 300 元以上的中端客单价、50% 左右的折扣力度，实现了 11W + 的高销量，兼顾了品牌溢价与市场规模；腰部店铺呈现出清晰的多元发展格局，高折扣走量、正价稳调性等不同运营策略均在细分赛道实现了稳定突破；高端店铺如罗莱、富安娜虽然受季节性波动影响较大，但其客单价依然稳健，维持了品牌的高溢价能力。

电商数据｜1-2月床品套件热卖数据分析热销店铺榜TOP1-10

排名	店铺名	客单价	销量	折扣率
1	易安阁家纺	167	13.52W	81.73%
2	TeenieWeenie家纺旗舰店	309	11.67W	52.28%
3	水星旗舰店	480	11.61W	47.98%
4	苏萱家纺旗舰店	133	10.97W	72.43%
5	无印良品家纺专卖店	176	10.93W	71.05%
6	MIDO HOUSE铭都家居旗舰店	363	10.10W	32.36%
7	水漾家纺旗舰店	269	9.96W	27.93%
8	洁丽雅床上用品旗舰店	142	9.79W	62.68%
9	罗莱官方旗舰店	593	6.44W	29.74%
10	雅鹿家纺旗舰店	138	6.12W	61.00%

数据时间范围：2026.01.01~2026.02.28

热销店铺榜TOP11-20

排名	店铺名	客单价	销量	折扣率
11	卡莫妮旗舰店	78	5.68W	53.08%
12	无印良品旗舰店	200	5.65W	42.04%
13	卡丝迪尔家纺旗舰店	121	4.45W	99.87%
14	博洋家纺旗舰店	455	4.24W	75.46%
15	富安娜官方旗舰店	504	4.03W	31.14%
16	多喜爱旗舰店	541	3.91W	52.09%
17	南极人家纺旗舰店	135	3.77W	68.30%
18	海澜之家家居旗舰店	164	3.77W	99.91%
19	向内穿行 NELA HOME	250	3.62W	76.00%
20	造卧zwow｜全店顺丰	391	3.58W	75.79%

市场数据--人群洞察

都市简约品质派
追求极简主义审美与高支全棉触感的理性中产阶层。

消费特征：该人群具有极高的品牌忠诚度，偏好无印良品等日系或北欧风格。他们对材质的物理属性如支数、密度、透气性有专业认知，消费决策受环保理念和睡眠健康驱动，愿意为高品质的天然纤维支付溢价，不盲目追求低价促销。

偏好款式：偏好纯色、细条纹或低饱和度的莫兰迪色系。设计上追求无印迹、无多余装饰的极简剪裁。材质锁定在100S长绒棉、贡缎或天丝等高端面料，注重洗涤后的平整度与耐用性，强调床品与整体家居装修风格的和谐统一。

购买场景：主要发生在季节更替时的全屋焕新，或在搬迁新居、乔迁礼赠等重要生活节点。他们倾向于在品牌旗舰店或高端买手店购买，关注包装的质感与售后服务的保障，将购买床品视为一种提升生活品质的仪式感行为。

极度怕冷保暖族
对冬季床品保暖性有依赖且信任国民品牌的家庭用户。

消费特征：受气候变化驱动明显，主要分布在北方或无暖气的南方地区。他们对牛奶绒、珊瑚绒等功能性材质有极高的搜索频次，倾向于购买加厚、双面绒等具有即时温暖感的卖点产品，对雅鹿、水星等老牌家纺品牌的保暖技术高度认可。

偏好款式：偏好具有厚重感的视觉设计，如大提花、深色系或具有毛绒质感的表面。款式上多选择床笠款以增强包裹感。牛奶绒四件套是其核心选择，尤其是带有防静电处理和抗菌功能的升级款，是他们应对严寒天气的核心装备。

购买场景：集中在初冬降温预警期及春节前的年货置办期。他们常为全家人统一采购，关注大促期间的组合优惠。购买决策往往受到家庭成员需求的直接驱动，如为老人或孩子选购更保暖的套件，实用主义占据绝对主导地位。

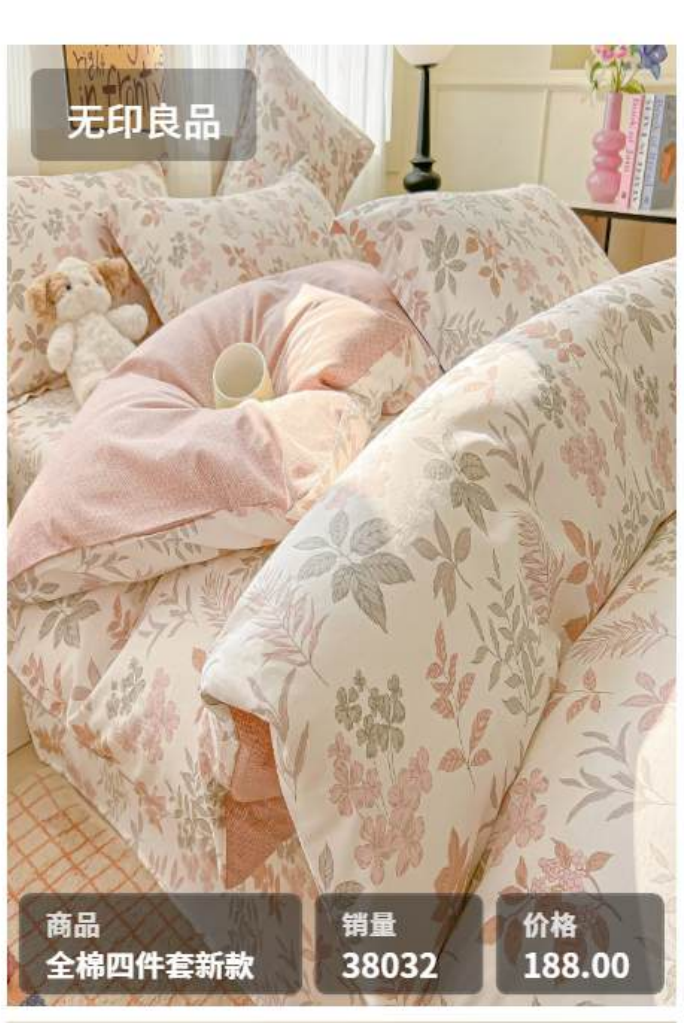
潮流萌系学生党
受社交媒体驱动偏好卡通IP的年轻群体。

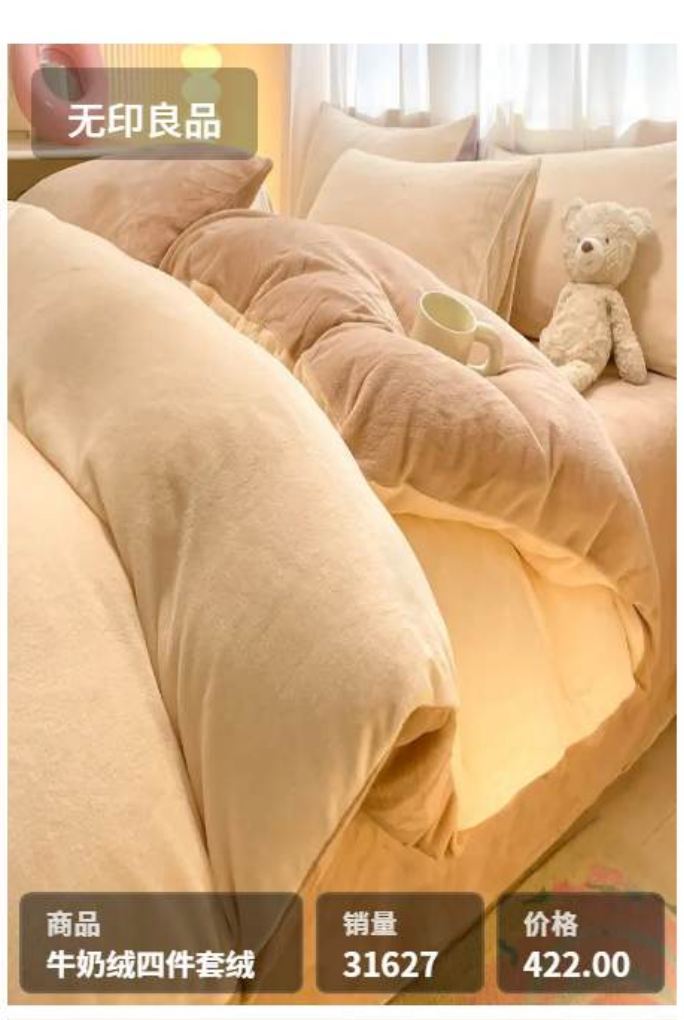
消费特征：对价格极其敏感，追求视觉上的精致感与社交分享价值。他们是名创优品、南极人等品牌的主力受众，喜欢通过更换不同风格、色彩鲜艳或带有潮流元素（如美拉德风、卡通小熊）的床品来改善居住心情，购买频次高但单价较低。

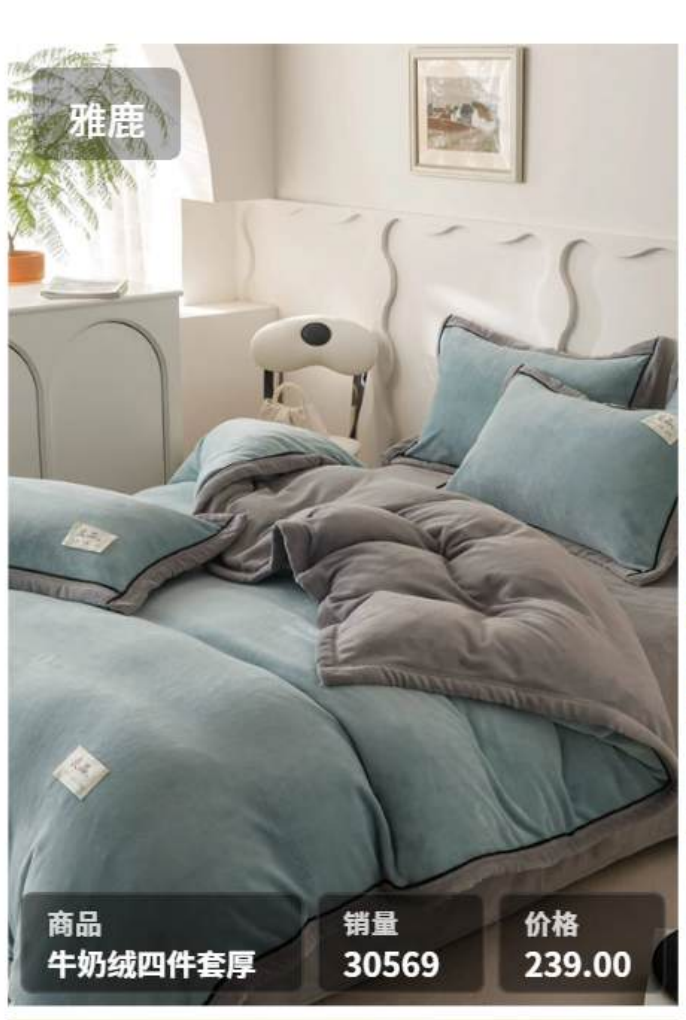
偏好款式：偏好卡通IP联名款、清新碎花或具有设计感的格子纹样。色彩上大胆使用粉色、亮蓝色或撞色设计。材质多为水洗棉或平价全棉，注重易打理性和快干性，以适应宿舍或租房环境的洗涤条件，强调个性化表达。

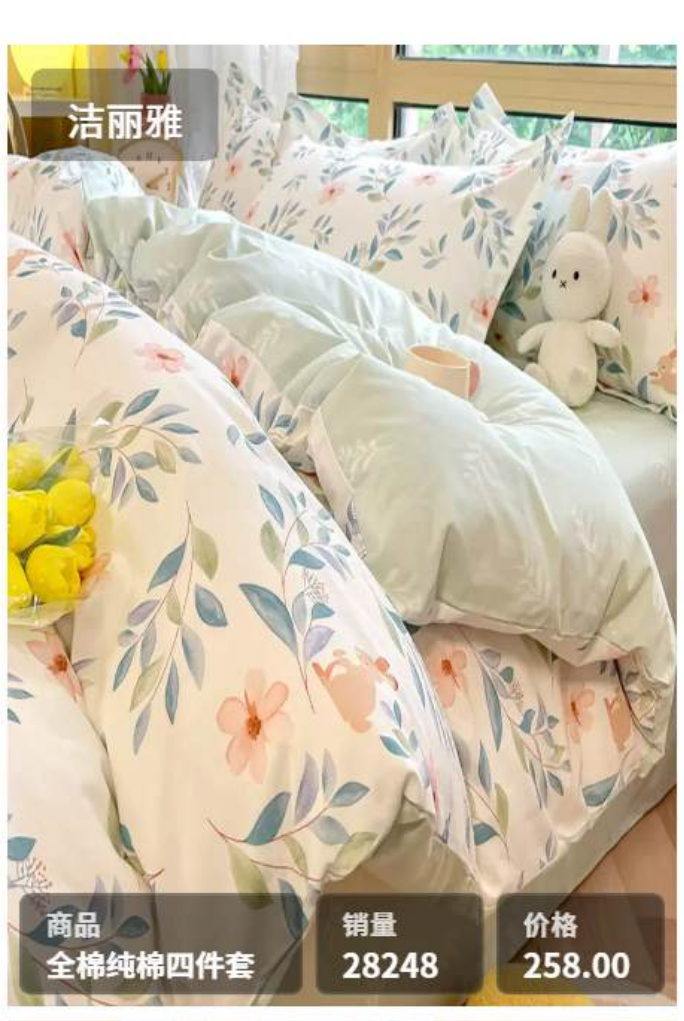
购买场景：多发生于开学季、入职季或受社交平台种草后的冲动消费。他们关注直播间的即时优惠与赠品，喜欢尝试新奇材质或限时花色。床品对他们而言不仅是生活必需品，更是调节租房生活氛围、缓解工作压力的情绪消费载体。

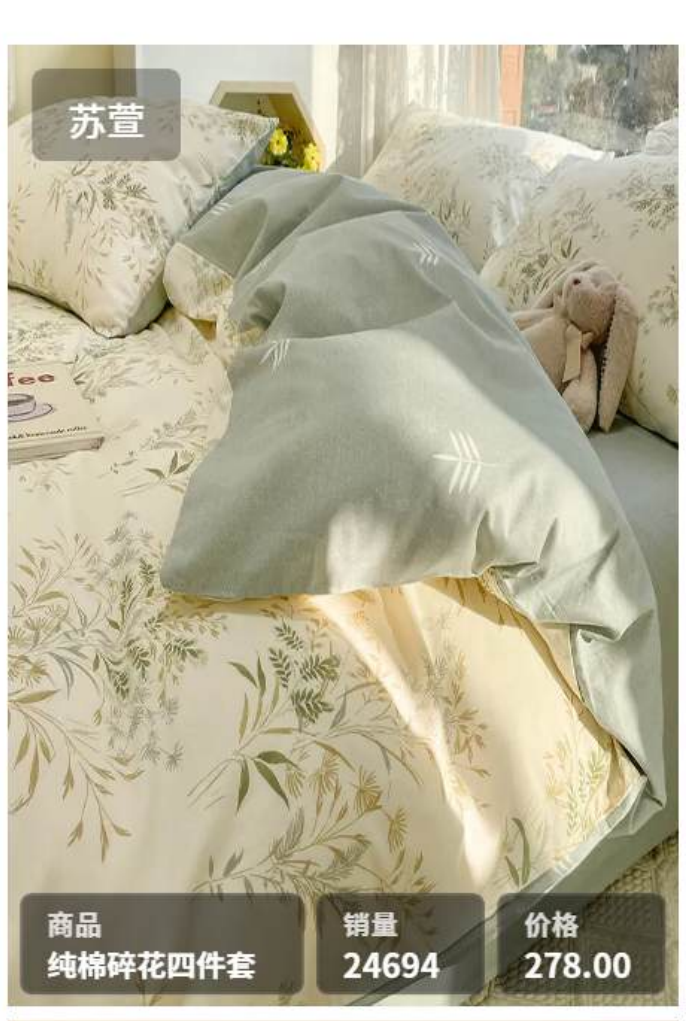
Top 10 Best-Selling Products
热销商品榜TOP10

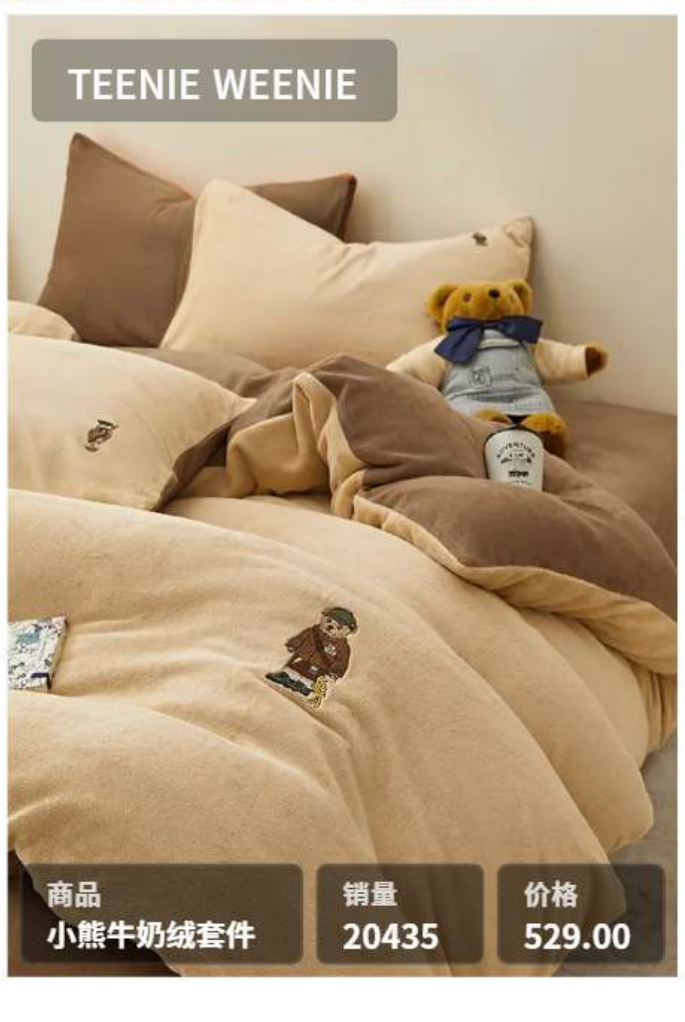

无印良品
商品
全棉四件套新款
销量
38032
价格
188.00

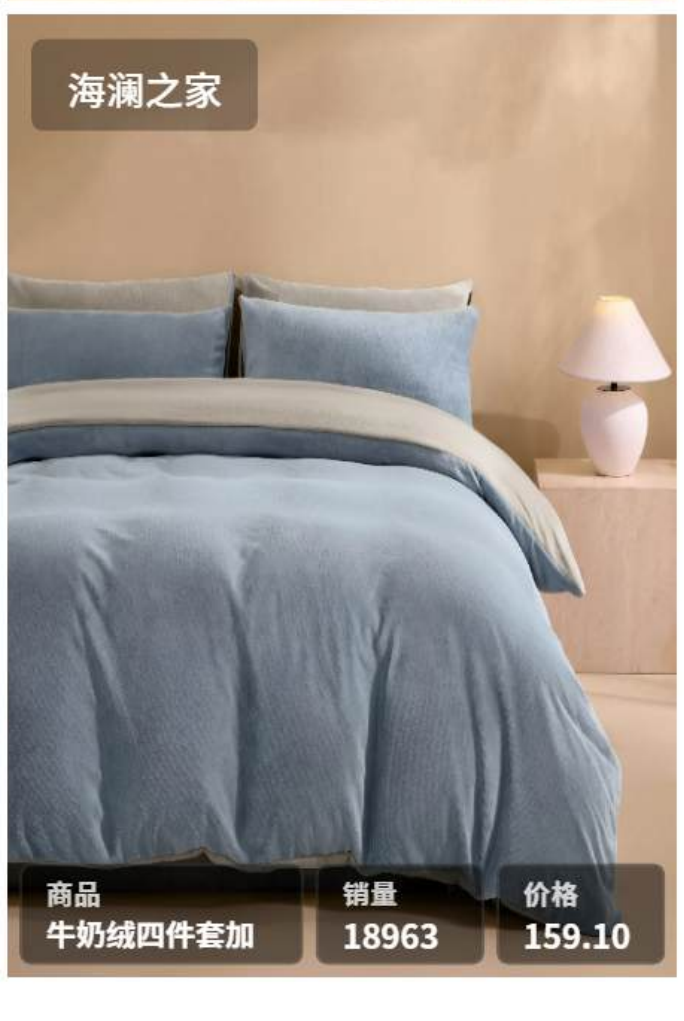

无印良品
商品
牛奶绒四件套绒
销量
31627
价格
422.00

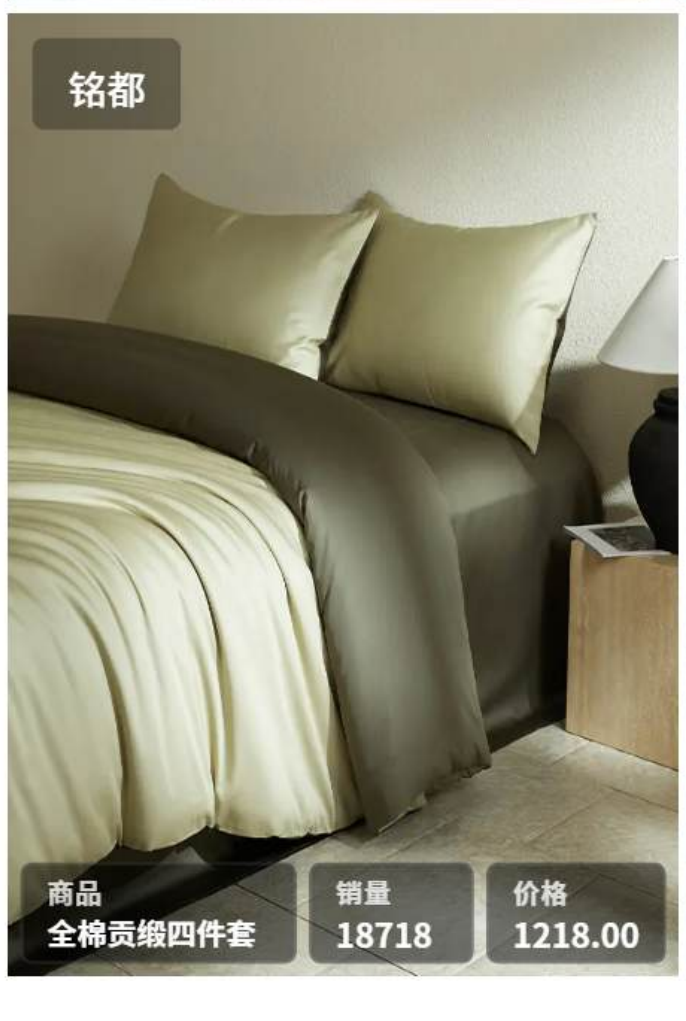

雅鹿
商品
牛奶绒四件套厚
销量
30569
价格
239.00

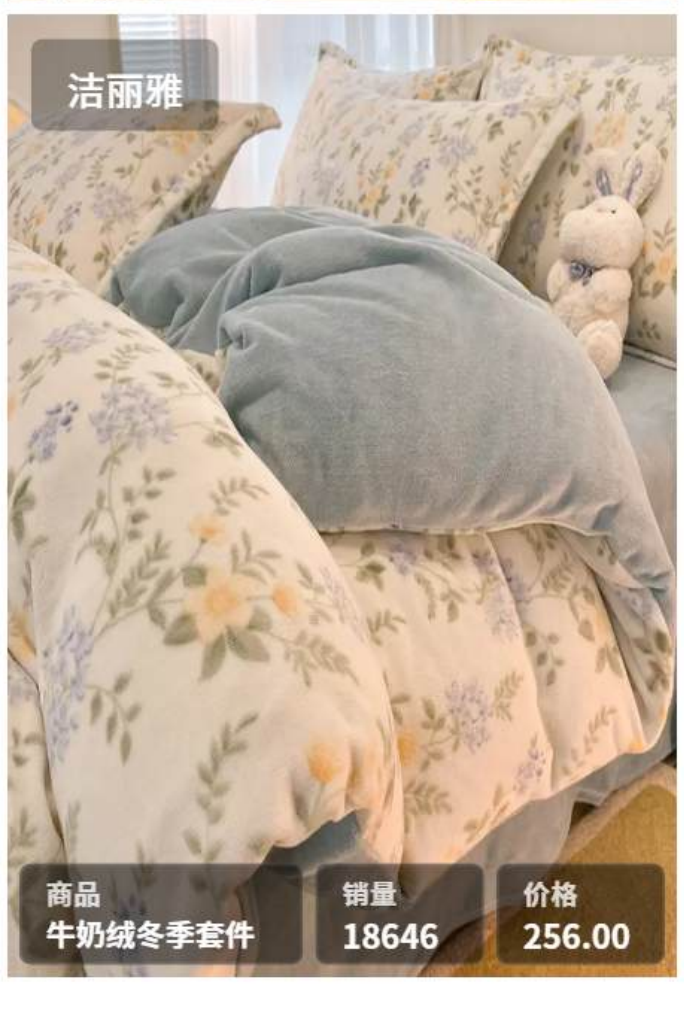

洁丽雅
商品
全棉纯棉四件套
销量
28248
价格
258.00

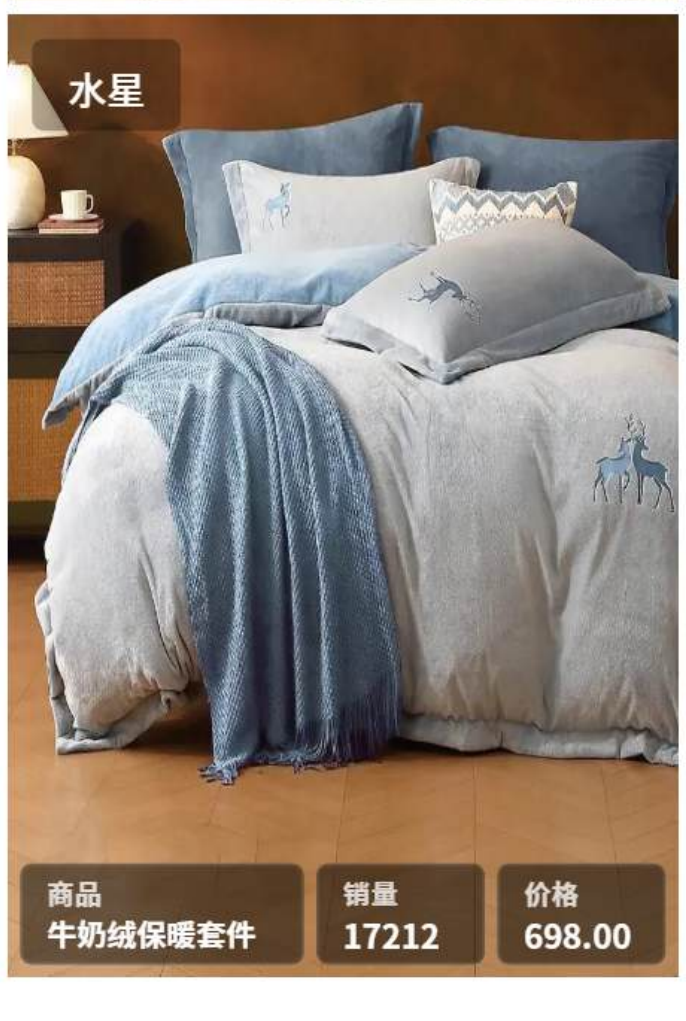

苏萱
商品
纯棉碎花四件套
销量
24694
价格
278.00


TEENIE WEENIE
商品
小熊牛奶绒套件
销量
20435
价格
529.00


海澜之家
商品
牛奶绒四件套加
销量
18963
价格
159.10


铭都
商品
全棉贡缎四件套
销量
18718
价格
1218.00


洁丽雅
商品
牛奶绒冬季套件
销量
18646
价格
256.00


水星
商品
牛奶绒保暖套件
销量
17212
价格
698.00

关键风格--田园风

本次精选的 POP 网站田园风新款床品，整体以轻治愈系田园风为核心基调，摒弃了传统田园风的浓烈厚重感，以低饱和柔雾感的奶白、浅紫、淡粉、柔黄为基底色，印花聚焦自然花卉主题，既有细腻灵动的满铺小碎花设计，也有水彩写意感的大花枝、手绘风定位花卉图案，部分款式辅以同色系低对比撞色包边与枕套搭配，在保留田园风自然野趣与柔美氛围的同时，兼顾了适配奶油风、轻法式、韩式温柔风等当下主流家居审美的简约质感，整体呈现出清新治愈、细腻耐看的轻田园设计趋势。

MIDO HOUSE 铭都

MIDO HOUSE 铭都

SHARELI 她的卧室

iS LIVING 依丝丽雯

Shuiyang 水漾

关键图案--卡通动物

本次精选的 POP 网站卡通动物图案新款床品，整体围绕卡通动物核心主题形成两大设计方向，一类是以低饱和奶白、柔粉、浅黄为基底，搭配线条柔和的萌兔、小马、软萌小动物散点印花的轻卡通款式，弱化夸张视觉冲击，兼顾童趣感与适配年轻群体家居审美的简约治愈质感；另一类则是面向儿童群体的童趣款，通过高饱和明快撞色、大尺寸动物满印、经典 IP 联名、条纹格纹拼接等设计，打造出萌宠、Hello Kitty 等强辨识度的卡通形象，精准契合儿童房的活泼氛围，整体呈现出全年龄段覆盖、轻治愈与强童趣双线并行的设计趋势。

FAZOZO 花花造梦

NELA HOME 向内穿

The Beast Home 野

NELA HOME 向内穿

SHARELI 她的卧室

Beyond kids 博洋宝

MIDO HOUSE 铭都

MERCURY KIDS 水星

Summary & Recommendations
总结&推荐

总结分析： 一、市场规模与增长动能：1-2月床品套件市场呈现出极强的增长韧性，销售额同比增幅远超销量，标志着行业已进入品质化升级的快车道。这种增长不仅是季节性换新的结果，更是消费者对高客单价、高品质材质认可度的提升。二、材质与风格的二元化趋势：市场在材质上形成了牛奶绒保暖派与全棉品质派的双峰格局。风格上，以无印良品为代表的极简主义和以苏萱为代表的清新碎花风各据一方，反映出审美多元化的特征。三、价格带的结构性机会：600元以上高端区间与20-100元大众区间并存，中端市场面临品牌溢价与性价比的双重挤压。品牌应考虑向上突破品质天花板或向下深挖极致供应链效率。四、颜色心理与消费偏好：低饱和度的羊毛色、浅灰色成为销量支柱，体现了后疫情时代消费者通过家居色彩寻求心理治愈的深层需求。五、前瞻性建议：随着春季深度换新潮的到来，品牌应加速布局100S及以上的高支全棉新品，并关注抗菌、防螨等功能性卖点的溢价空间。同时，针对Z世代的社交需求，开发更具视觉冲击力的联名款或设计款，将是获取新增长点的关键。

POP × DATA ANALYSIS
淘
天猫
电商数据
DATA ANALYSIS

电商数据｜12月床品套件热卖数据分析

PET GROOMING
(图案趋势
TREN
Pattern Trend
以人化陪伴
2027春夏

2027春夏家纺图案企划--拟人化陪伴