

2020-2026年中国床垫市场 深度分析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年中国床垫市场深度分析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/202005/163641.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

2016年我国床垫消费约541亿元（81.8亿美元），过去5年符合增速13%，已超过美国成为全球最大的床垫消费市场。目前，我国床垫行业仍存在渗透率低（不足50%）、更换周期长（平均更换周期近10年，远高于美国3-5年更换周期）、消费单价低等问题。2019年我国床垫行业销售市场规模约620亿元。近几年国内床垫行业规模情况如下图所示： 2009-2019年中国床垫市场规模情况 资料来源：中企顾问网整理

《2020-2026年中国床垫市场深度分析与投资潜力分析报告》由中企顾问网公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了床垫行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国床垫行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国床垫行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一章 2017-2019年床垫电商市场环境发展分析 1

第一节 “互联网+”的相关概述 1

一、“互联网+”的提出 1

二、“互联网+”的内涵 1

三、“互联网+”的发展 3

四、“互联网+”的评价 13

五、“互联网+”的趋势 14

第二节 电子商务相关概念简述 18

一、电子商务定义及发展模式分析 18

二、中国电子商务行业政策现状 24

第三节 中国电子商务行业发展现状 25

一、中国电子商务整体监测数据 25

1、2011-2019年中国电子商务交易规模 25

2、2011-2019年中国电子商务从业人数 26

二、中国B2B 电子商务监测数据 27

| | |
|------------------------------------|----|
| 1、2011-2019年中国B2B 电子商务交易规模 | 27 |
| 2、2011-2019年中国B2B 电子商务服务商市场营收 | 28 |
| 3、2019年中国B2B 电子商务服务商市场份额 | 29 |
| 4、2019年中国B2B 电子商务服务商融资规模 | 29 |
| 5、2019年中国B2B 电子商务市场趋势 | 30 |
| 三、跨境电商监测数据 | 31 |
| 1、2011-2019年中国跨境电商交易规模 | 31 |
| 2、2010-2019年中国跨境电商进出口交易规模比例 | 32 |
| 3、2010-2019年中国跨境电商交易规模模式结构 | 33 |
| 4、中国跨境进口电商三个阶段 | 33 |
| 5、跨境进口电商主要类型对比 | 33 |
| 6、市场趋势 | 34 |
| 四、网络零售监测数据 | 35 |
| 1、2011-2019年中国网络零售交易规模 | 35 |
| 2、2020-2026年网络零售市场销售额占比 | 36 |
| 3、2019年中国网络零售市场份额 | 37 |
| 4、2011-2019年中国网络规模占社会消费品零售总额比例 | 38 |
| 5、2011-2019年中国网购用户规模 | 38 |
| 6、2011-2019年中国移动网购交易规模 | 39 |
| 7、农村网购市场规模 | 40 |
| 第四节 床垫电商市场现状及建设情况 | 41 |
| 一、床垫电商总体开展情况 | 41 |
| 二、床垫电商案例分析 | 43 |
| 三、床垫电商平台分析（自建和第三方网购平台） | 44 |
| 第五节 床垫电商行业未来前景及趋势预测 | 47 |
| 一、床垫电商市场规模预测分析 | 47 |
| 二、床垫电商发展前景分析 | 48 |
| 第二章 床垫行业“十三五”规划相关分析 | 49 |
| 第一节 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》 | 49 |
| 一、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》正式发布 | 49 |
| 二、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》重点解读 | 52 |

| | |
|--|----|
| 第二节 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》对床垫行业的影响 | 59 |
| 一、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》对床垫行业的规划 | 59 |
| 二、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》对床垫行业的影响 | 62 |
| 第三节 床垫行业十三五规划及解读 | 63 |
| 一、指导思想、基本原则 | 63 |
| 二、主要目标 | 63 |
| 三、重点领域和任务 | 64 |
| 四、政策措施 | 65 |
| 五、重点解读 | 68 |
| | |
| 第三章 2017-2019年全球床垫行业发展情况分析 | 70 |
| 第一节 2017-2019年全球床垫行业发展情况分析 | 70 |
| 一、全球床垫行业发展现状及市场规模统计分析 | 70 |
| 二、2019年全球床垫业竞争格局分析 | 75 |
| 三、2020-2026年全球床垫业利润预测 | 76 |
| 四、全球床垫行业发展最新动态分析 | 76 |
| 第二节 2017-2019年主要国家和地区行业发展情况分析 | 77 |
| 一、欧洲地区市场现状及发展趋势分析 | 77 |
| 二、北美地区市场现状及发展趋势分析 | 79 |
| 三、亚太地区市场现状及发展趋势分析 | 81 |
| 四、其他地区市场现状及发展趋势分析 | 82 |
| 第三节 2020-2026年全球床垫行业发展前景分析预测 | 83 |
| | |
| 第四章 2017-2019年中国床垫行业发展现状分析 | 84 |
| 第一节 床垫行业定义及历程 | 84 |
| 一、行业定义 | 84 |
| 二、行业历程 | 84 |
| 三、行业特性 | 85 |
| 第二节 床垫行业统计标准 | 85 |
| 一、统计部门和统计口径 | 85 |
| 二、行业主要统计方法介绍 | 85 |
| 三、行业涵盖数据种类介绍 | 88 |

| | |
|---------------------------------|-----|
| 第三节 2017-2019年中国床垫行业经济指标分析 | 92 |
| 一、赢利性 | 92 |
| 二、成长速度 | 92 |
| 三、附加值的提升空间 | 92 |
| 四、进入壁垒 / 退出机制 | 93 |
| 五、风险性 | 93 |
| 六、行业周期 | 94 |
| 七、竞争激烈程度指标 | 95 |
| 第四节 床垫行业产业链分析 | 95 |
| 一、产业链结构分析 | 95 |
| 二、主要环节的增值空间 | 96 |
| 三、2019年中国床垫行业上游运行现状分析 | 96 |
| 四、2020-2026年中国床垫行业上游市场趋势预测分析 | 101 |
| 五、上游对床垫行业产生的影响分析 | 102 |
| 六、2019年中国床垫行业下游运行现状分析 | 102 |
| 七、2020-2026年中国床垫行业下游市场趋势预测分析 | 104 |
| 八、下游对床垫行业产生的影响分析 | 104 |
| | |
| 第五章 2019年中国床垫行业市场环境及影响分析 (PEST) | 106 |
| 第一节 2017-2019年中国床垫行业政治法律环境 (P) | 106 |
| 一、行业监管体制及主要政策法规解读 | 106 |
| 二、政策环境对床垫行业的影响分析 | 107 |
| 第二节 2019年中国床垫行业经济环境分析 (E) | 109 |
| 一、宏观经济形势分析 | 109 |
| 二、宏观经济环境对床垫行业的影响分析 | 132 |
| 三、2020-2026年中国经济发展展望分析 | 132 |
| 第三节 2019年中国床垫行业社会环境分析 (S) | 134 |
| 一、床垫产业社会环境分析 | 134 |
| 二、社会环境对床垫行业的影响分析 | 145 |
| 第四节 2019年中国床垫行业技术环境分析 (T) | 146 |
| 一、床垫行业技术发展分析 | 146 |
| 二、技术环境对床垫行业的影响分析 | 146 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 第六章 2017-2019年中国床垫行业发展现状分析 | 147 |
| 第一节 2019年中国床垫行业发展状况 | 147 |
| 一、2019年床垫行业发展状况分析 | 147 |
| 二、2019年中国床垫行业发展动态 | 148 |
| 三、2019年中国床垫行业发展热点 | 151 |
| 四、2019年中国床垫行业存在的问题 | 151 |
| 第二节 2019年中国床垫行业市场供需状况 | 152 |
| 一、2010-2019年中国床垫行业供给分析 | 152 |
| 二、2010-2019年中国床垫行业市场需求分析 | 153 |
| 三、2010-2019年中国床垫行业市场规模分析 | 154 |
| 第三节 2019年中国床垫行业SWOT分析 | 154 |
| 一、床垫行业优势分析 | 154 |
| 二、床垫行业劣势分析 | 155 |
| 三、床垫行业机会分析 | 155 |
| 四、床垫行业威胁分析 | 155 |
| | |
| 第七章 2020-2026年中国床垫所属行业主要数据监测分析 | 156 |
| 第一节 2020-2026年中国床垫所属行业规模分析 | 156 |
| 一、企业数量分析 | 156 |
| 二、资产规模分析 | 156 |
| 三、销售规模分析 | 157 |
| 四、利润规模分析 | 157 |
| 第二节 2020-2026年中国床垫所属行业产值分析 | 158 |
| 一、产成品分析 | 158 |
| 二、工业总产值分析 | 158 |
| 第三节 2020-2026年中国床垫所属行业成本费用分析 | 159 |
| 一、销售成本分析 | 159 |
| 二、销售费用分析 | 159 |
| 三、管理费用分析 | 160 |
| 四、财务费用分析 | 160 |
| 第四节 2020-2026年中国床垫所属行业运营效益分析 | 161 |

- 一、盈利能力分析 161
- 二、偿债能力分析 162
- 三、运营能力分析 162
- 四、成长能力分析 163

第八章 2017-2019年中国床垫行业市场竞争策略分析 164

第一节 床垫行业总体市场竞争状况分析 164

- 一、床垫行业竞争结构分析 164
 - 1、现有企业间竞争 164
 - 2、潜在进入者分析 164
 - 3、替代品威胁分析 165
 - 4、供应商议价能力 165
 - 5、客户议价能力 166
 - 6、竞争结构特点总结 166
- 二、床垫行业企业间竞争格局分析 166
 - 1、不同地域企业竞争格局 166
 - 2、不同规模企业竞争格局 167
 - 3、不同所有制企业竞争格局 167

第二节 床垫行业竞争格局综述 167

- 一、床垫行业竞争概况 167
 - 1、床垫业未来竞争格局和特点 167
 - 2、床垫市场进入及竞争对手分析 169
- 二、床垫行业竞争力分析 169
 - 1、床垫行业竞争力剖析 169
 - 2、床垫企业市场竞争的优势 169
 - 3、国内床垫企业竞争能力提升途径 170
- 三、床垫竞争力优势分析 172
 - 1、整体竞争力评价 172

近年来，国内床垫行业发展速度较快，行业内企业数量增多，两极分化严重。因技术实力不足且生产规模有限，小型生产企业较难进入知名品牌商的供应体系，从而无法参与国际市场竞争。我国部分床垫生产商简介

| 公司 | 成立时间 | 渠道构成 | 所在地 | 公司背景 |
|-----|------|-------------|-----|------|
| 慕思 | 2004 | 零售、电商、酒店、出口 | 广东 | 内资 |
| 喜临门 | 1996 | 零售、酒店、电商、出口 | 浙江 | 内资 |

梦百合 2003 零售、电商、酒店、出口 江苏 内资 穗宝 1971 零售、电商、酒店、出口 广东 内资 舒达 2008 零售、出口、酒店 广东 外资 雅兰 1997 零售、电商、酒店、出口、工程 广东 内资 大自然 1990 零售、酒店、工程、电商 贵州 内资 玮兰 1995 零售、酒店、电商 重庆 内资 金可儿 2000 零售、酒店、电商、出口 上海 外资 晚安 1997 零售、出口 湖南 内资 丝涟 2008 零售、酒店、出口 上海 外资 爱蒙 2004 零售、出口 广东 外资 资料来源：公司公告

该等企业的产品主要用于内销，技术含量较低且同质化程度严重，竞争相对激烈。随着欧美市场增速的放缓，床垫企业逐步转向国内市场，加速国内自主品牌的建设。喜临门、梦百合、盛诺集团和际诺思等少数规模化生产企业凭借技术实力和规模优势在国内外市场展开竞争。 2019年我国部分床垫生产商床垫产品产销量统计 资料来源：公司公告

2、竞争力评价结果分析 172

3、竞争优势评价及构建建议 173

第三节 床垫市场竞争策略分析 173

一、床垫市场增长潜力分析 173

二、床垫典型企业产品竞争策略分析 174

第四节 床垫行业集中度分析 177

一、行业集中度分析 177

二、企业集中度分析 179

根据部分企业披露的财务数据：2019年喜临门床垫销售收入达到190963.5万元；梦百合床垫销售收入达到130395.36万元；自然科技床垫销售收入达到33145.74万元。 2019年我国部分企业床垫销售收入统计图 资料来源：公司公告

目前我国国内市场上床垫生产企业众多，行业格局散乱，虽然目前行业龙头逐渐出现，但是市场的竞争依旧散乱，行业发展水平不高，相比较与国外床垫巨头，还有较大的差距。总体说来，我国的床垫行业的整体竞争力由于市场结构散乱，技术水平不高，销售渠道较窄，市场区域化明显，所以总体的竞争力不强。 2019年我国床垫市场主要企业份额分析 资料来源：中企顾问网整理

三、区域集中度分析 182

第九章 2017-2019年中国床垫行业重点区域分析及前景 185

第一节 华北地区 185

一、华北地区基本简介 185

二、华北地区经济实力统计分析 186

| | |
|----------------------|-----|
| 三、华北地区床垫行业占全国的比重地位分析 | 187 |
| 四、华北地区床垫产销情况分析 | 188 |
| 五、华北地区床垫行业市场规模统计分析 | 188 |
| 六、华北地区床垫行业前景分析预测 | 189 |
| 第二节 华东地区 | 190 |
| 一、华东地区基本简介 | 190 |
| 二、华东地区经济实力统计分析 | 191 |
| 三、华东地区床垫行业占全国的比重地位分析 | 193 |
| 四、华东地区床垫产销情况分析 | 193 |
| 五、华东地区床垫行业市场规模统计分析 | 194 |
| 六、华东地区床垫行业前景分析预测 | 194 |
| 第三节 东北地区 | 195 |
| 一、东北地区基本简介 | 195 |
| 二、东北地区经济实力统计分析 | 196 |
| 三、东北地区床垫行业占全国的比重地位分析 | 198 |
| 四、东北地区床垫产销情况分析 | 198 |
| 五、东北地区床垫行业市场规模统计分析 | 199 |
| 六、东北地区床垫行业前景分析预测 | 200 |
| 第四节 华中地区 | 200 |
| 一、华中地区基本简介 | 200 |
| 二、华中地区经济实力统计分析 | 201 |
| 三、华中地区床垫行业占全国的比重地位分析 | 203 |
| 四、华中地区床垫产销情况分析 | 203 |
| 五、华中地区床垫行业市场规模统计分析 | 204 |
| 六、华中地区床垫行业前景分析预测 | 205 |
| 第五节 华南地区 | 205 |
| 一、华南地区基本简介 | 205 |
| 二、华南地区经济实力统计分析 | 206 |
| 三、华南地区床垫行业占全国的比重地位分析 | 208 |
| 四、华南地区床垫产销情况分析 | 208 |
| 五、华南地区床垫行业市场规模统计分析 | 209 |
| 六、华南地区床垫行业前景分析预测 | 210 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 第六节 西南地区 | 210 |
| 一、西南地区基本简介 | 210 |
| 二、西南地区经济实力统计分析 | 211 |
| 三、西南地区床垫行业占全国的比重地位分析 | 213 |
| 四、西南地区床垫产销情况分析 | 213 |
| 五、西南地区床垫行业市场规模统计分析 | 214 |
| 六、西南地区床垫行业前景分析预测 | 215 |
| 第七节 西北地区 | 215 |
| 一、西北地区基本简介 | 215 |
| 二、西北地区经济实力统计分析 | 216 |
| 三、西北地区床垫行业占全国的比重地位分析 | 218 |
| 四、西北地区床垫产销情况分析 | 218 |
| 五、西北地区床垫行业市场规模统计分析 | 219 |
| 六、西北地区床垫行业前景分析预测 | 220 |
| 第十章 2020-2026年中国床垫行业十大重点领先企业调查分析 | 221 |
| 第一节 顾家家居 | 221 |
| 一、公司简介 | 221 |
| 二、公司经营情况分析 | 221 |
| 1.企业主要经济指标 | 221 |
| 2.企业偿债能力分析 | 222 |
| 3.企业盈利能力分析 | 223 |
| 4.企业运营能力分析 | 224 |
| 三、公司主营业务及产品结构分析 | 225 |
| 四、公司竞争优势和劣势分析 | 225 |
| 五、公司发展最新发展动态分析 | 228 |
| 六、公司未来发展前景及战略规划分析 | 229 |
| 第二节 敏华控股 | 229 |
| 一、公司简介 | 229 |
| 二、公司经营情况分析 | 230 |
| 1.企业主要经济指标 | 230 |
| 2.企业偿债能力分析 | 231 |

| | |
|-------------------|-----|
| 3.企业盈利能力分析 | 232 |
| 4.企业运营能力分析 | 233 |
| 三、公司主营业务及产品结构分析 | 234 |
| 四、公司竞争优势和劣势分析 | 235 |
| 五、公司发展最新发展动态分析 | 235 |
| 六、公司未来发展前景及战略规划分析 | 236 |
| 第三节 左右家私 | 237 |
| 一、公司简介 | 237 |
| 二、公司经营情况分析 | 237 |
| 1.企业主要经济指标 | 237 |
| 2.企业偿债能力分析 | 238 |
| 3.企业盈利能力分析 | 238 |
| 4.企业运营能力分析 | 238 |
| 三、公司主营业务及产品结构分析 | 239 |
| 四、公司竞争优势和劣势分析 | 239 |
| 五、公司发展最新发展动态分析 | 239 |
| 六、公司未来发展前景及战略规划分析 | 240 |
| 第四节 华达利 | 240 |
| 一、公司简介 | 240 |
| 二、公司经营情况分析 | 241 |
| 1.企业主要经济指标 | 241 |
| 2.企业偿债能力分析 | 241 |
| 3.企业盈利能力分析 | 242 |
| 4.企业运营能力分析 | 242 |
| 三、公司主营业务及产品结构分析 | 242 |
| 四、公司竞争优势和劣势分析 | 243 |
| 五、公司发展最新发展动态分析 | 244 |
| 六、公司未来发展前景及战略规划分析 | 244 |
| 第五节 斯可馨 | 244 |
| 一、公司简介 | 244 |
| 二、公司经营情况分析 | 245 |
| 1.企业主要经济指标 | 245 |

| | |
|-------------------|-----|
| 2.企业偿债能力分析 | 246 |
| 3.企业盈利能力分析 | 246 |
| 4.企业运营能力分析 | 246 |
| 三、公司主营业务及产品结构分析 | 246 |
| 四、公司竞争优势和劣势分析 | 247 |
| 五、公司发展最新发展动态分析 | 247 |
| 六、公司未来发展前景及战略规划分析 | 248 |
| 第六节 喜临门 | 248 |
| 一、公司简介 | 248 |
| 二、公司经营情况分析 | 249 |
| 1.企业主要经济指标 | 249 |
| 2.企业偿债能力分析 | 250 |
| 3.企业盈利能力分析 | 251 |
| 4.企业运营能力分析 | 252 |
| 三、公司主营业务及产品结构分析 | 253 |
| 四、公司竞争优势和劣势分析 | 254 |
| 五、公司发展最新发展动态分析 | 256 |
| 六、公司未来发展前景及战略规划分析 | 257 |
| 第七节 慕思寝室用品 | 258 |
| 一、公司简介 | 258 |
| 二、公司经营情况分析 | 259 |
| 1.企业主要经济指标 | 259 |
| 2.企业偿债能力分析 | 259 |
| 3.企业盈利能力分析 | 260 |
| 4.企业运营能力分析 | 260 |
| 三、公司主营业务及产品结构分析 | 260 |
| 四、公司竞争优势和劣势分析 | 261 |
| 五、公司发展最新发展动态分析 | 261 |
| 六、公司未来发展前景及战略规划分析 | 262 |
| 第八节 舒达 | 262 |
| 一、公司简介 | 262 |
| 二、公司经营情况分析 | 263 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 1.企业主要经济指标 | 263 |
| 2.企业偿债能力分析 | 263 |
| 3.企业盈利能力分析 | 264 |
| 4.企业运营能力分析 | 264 |
| 三、公司主营业务及产品结构分析 | 264 |
| 四、公司竞争优势和劣势分析 | 264 |
| 五、公司发展最新发展动态分析 | 265 |
| 六、公司未来发展前景及战略规划分析 | 266 |
| | |
| 第十一章 2020-2026年中国床垫行业前景及投资价值分析预测 | 267 |
| 第一节 2020-2026年床垫市场发展前景 | 267 |
| 一、2020-2026年床垫市场发展潜力价值 | 267 |
| 二、2020-2026年床垫市场发展前景展望 | 267 |
| 第二节 2020-2026年床垫市场发展趋势预测 | 268 |
| 一、2020-2026年床垫行业发展趋势 | 268 |
| 二、2020-2026年床垫市场规模预测 | 269 |
| 第三节 2020-2026年中国床垫行业供需预测 | 269 |
| 一、2020-2026年中国床垫行业供给预测 | 269 |
| 二、2020-2026年中国床垫行业产量预测 | 270 |
| 三、2020-2026年中国床垫市场销量预测 | 270 |
| 四、2020-2026年中国床垫行业需求预测 | 271 |
| 五、2020-2026年中国床垫行业供需平衡预测 | 271 |
| 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势 | 272 |
| 一、市场整合成长趋势 | 272 |
| 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 | 272 |
| 三、企业区域市场拓展的趋势 | 272 |
| 四、科研开发趋势及替代技术进展 | 273 |
| 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 | 273 |
| | |
| 第十二章 2020-2026年中国床垫行业投资价值评估分析 | 274 |
| 第一节 床垫行业投资特性分析 | 274 |
| 一、床垫行业盈利因素分析 | 274 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 二、床垫行业盈利模式分析 | 275 |
| 第二节 2020-2026年床垫行业发展的影响因素 | 276 |
| 一、有利因素 | 276 |
| 二、不利因素 | 277 |
| 第三节 行业投资效益分析 | 277 |
| 1、行业活力系数比较及分析 | 277 |
| 2、行业投资收益率比较及分析 | 278 |
| 3、行业投资效益评估 | 278 |
| 第四节 产业发展的空白点分析 | 278 |
| 第五节 投资回报率比较高的投资方向 | 279 |
| 第六节 新进入者应注意的障碍因素 | 279 |
| | |
| 第十三章 2020-2026年中国床垫行业投资机会与风险防范 | 280 |
| 第一节 床垫行业投融资情况 | 280 |
| 一、行业资金渠道分析 | 280 |
| 二、固定资产投资分析 | 280 |
| 三、床垫行业新增投资规模现状分析 | 281 |
| 第二节 2020-2026年床垫行业投资机会 | 282 |
| 一、产业链投资机会 | 282 |
| 二、重点区域投资机会 | 283 |
| 三、床垫行业投资机遇 | 283 |
| 第三节 2020-2026年床垫行业投资风险及防范 | 283 |
| 一、床垫行业环境风险 | 283 |
| 1.国际经济环境风险 | 283 |
| 2.汇率风险 | 284 |
| 3.宏观经济政策风险 | 284 |
| 4.区域经济变化风险 | 284 |
| 二、床垫行业产业链上下游风险 | 285 |
| 1.上游行业风险 | 285 |
| 2.下游行业风险 | 285 |
| 3.其他关联行业风险 | 285 |
| 三、床垫行业政策风险 | 285 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 1.产业政策风险 | 285 |
| 2.经营管理政策风险 | 286 |
| 3.市场运营机制风险 | 286 |
| 4.区域经济政策风险 | 287 |
| 5.市场供需风险 | 287 |
| 6.市场竞争风险 | 287 |
| 7.床垫行业其他风险分析 | 288 |
| | |
| 第十四章 2020-2026年中国床垫行业投资建议 | 289 |
| 第一节 2019年中国床垫行业面临的困境 | 289 |
| 第二节 床垫企业面临的困境及对策 | 289 |
| 一、重点床垫企业面临的困境及对策 | 289 |
| 二、中小床垫企业发展困境及策略分析 | 290 |
| 三、国内床垫企业的出路分析 | 291 |
| 第三节 2019年中国床垫行业存在的问题及对策 | 291 |
| 一、中国床垫行业存在的问题 | 291 |
| 二、床垫行业发展的建议对策 | 292 |
| 1、把握国家投资的契机 | 292 |
| 2、竞争性战略联盟的实施 | 293 |
| 3、企业自身应对策略 | 294 |
| 三、市场的重点客户战略实施 | 295 |
| 1、实施重点客户战略的必要性 | 295 |
| 2、合理确立重点客户 | 295 |
| 3、重点客户战略管理 | 296 |
| 4、重点客户管理功能 | 297 |
| 第四节 对中国床垫品牌的战略思考 | 297 |
| 一、床垫品牌的重要性 | 297 |
| 二、床垫实施品牌战略的意义 | 298 |
| 三、床垫企业品牌的现状分析 | 299 |
| 四、中国床垫企业的品牌战略 | 301 |
| 五、床垫品牌战略管理的策略 | 302 |
| 第五节 2020-2026年中国床垫产品生产及销售投资运作模式探讨 | 302 |

| | |
|--------------------------|-----|
| 一、国内生产企业投资运作模式 | 302 |
| 二、国内营销企业投资运作模式 | 302 |
| 三、外销与内销优势分析 | 303 |
| 1、产品外销优势 | 303 |
| 2、产品内销优势 | 303 |
| 第六节 床垫行业“十三五”投资建议 | 303 |
| 一、行业发展策略建议 | 303 |
| 二、行业投资方向建议 | 304 |
| 三、行业投资方式建议 | 304 |
| 第七节 2020-2026年中国床垫产业研究总结 | 306 |

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163641.html>