

# 2020-2026年中国软床市场 深度评估与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国软床市场深度评估与市场运营趋势报告》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/202003/156867.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

报告目录：

第一部分行业现状

第一章国内软床行业品牌发展环境分析1

第一节产品/行业特征1

一、产品/行业定义1

二、产品/行业消费特征1

第二节经济环境特征2

一、中国GDP分析2

二、固定资产投资4

三、社会消费品零售分析6

四、进出口增速回落10

五、居民消费价格涨幅回落12

六、中国城镇化率14

七、外汇市场分析15

第三节政策环境特征17

一、国家宏观调控政策分析17

二、软床行业相关政策分析22

第四节软床行业竞争特征28

一、品牌竞争格局28

二、行业进入壁垒分析40

三、可替代品威胁分析43

四、贴牌加工产品市场威胁分析47

第五节软床行业技术环境50

一、执行技术指标探讨50

二、技术环境55

第二章国内软床行业品牌产品市场规模分析57

第一节2014-2019年软床市场规模分析57

第二节2014-2019年我国软床区域结构分析57

第三节软床区域市场规模分析58

- 一、东北地区市场规模分析58
- 二、华北地区市场规模分析59
- 三、华东地区市场规模分析59
- 四、中南地区市场规模分析60
- 五、西南地区市场规模分析60
- 六、西北地区市场规模分析61
- 第四节2020-2026年软床市场规模预测61

## 第二部分市场分析

### 第三章国内软床行业品牌需求与消费者偏好调查62

#### 第一节2014-2019年软床产量统计分析62

#### 第二节2014-2019年软床历年消费量统计分析63

#### 第三节2014-2019年国内软床行业品牌产品平均价格走势分析65

#### 第四节软床产品目标客户群体调查65

##### 一、不同收入水平消费者偏好调查65

##### 二、不同年龄的消费者偏好调查68

##### 三、不同地区的消费者偏好调查68

#### 第五节软床产品的品牌市场调查69

##### 一、消费者对软床品牌认知渠道69

##### 二、软床品牌忠诚度调查70

##### 三、软床品牌市场占有率调查71

#### 第六节不同客户购买相关的态度及影响分析72

##### 一、价格敏感程度72

##### 二、购买方便的影响76

##### 三、广告的影响程度76

##### 四、包装的影响程度79

### 第四章国内软床行业品牌产品市场供需渠道分析82

#### 第一节软床相关家具行业分析82

##### 一、影响中国家具业发展的十大规律82

##### 二、家具产业链的渠道特点84

##### 三、中国家具业现状分析和未来发展趋势87

## 第二节销售渠道特征分析90

一、销售渠道定义90

二、销售渠道格局91

三、销售渠道形式91

四、销售渠道要素分析95

五、销售渠道对软床行业品牌发展的重要性97

## 第三节软床行业销售渠道的重要环节分析101

一、批发商101

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）102

三、代理商108

## 第四节2014-2019年中国软床行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析110

一、华东110

二、中南113

三、西部115

## 第五节未来软床行业营销趋势117

一、设计创新加速原创设计受重视117

二、生产工艺创新品质大幅提升117

三、终端将成为各品牌的必争高地117

四、品牌战将逐步取代价格战118

五、文化营销或成软床营销主流118

六、试水网络营销软床企业新增利益点118

## 第六节销售渠道策略分析119

一、直接渠道或间接渠道的营销策略119

二、长渠道或短渠道的营销策略120

三、宽渠道或窄渠道的营销策略121

四、单一销售渠道和多销售渠道策略123

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略126

六、渠道发展建议129

## 第七节销售渠道决策的评估方法130

一、销售渠道评估数学模型介绍130

二、财务评估法介绍132

三、交易成本评估法介绍133

#### 四、经验评估法介绍134

#### 第八节2014-2019年软床行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析135

##### 一、生产企业投资运作模式135

##### 二、营销企业投资运作模式136

##### 三、工业园区开发的创新模式胜芳家具产业园运作模式剖138

#### 第五章国内软床行业进出口市场情况分析141

##### 第一节2014-2019年国内软床行业进出口量分析141

##### 一、2014-2019年国内软床行业进口分析141

##### 二、2014-2019年国内软床行业出口分析142

##### 第二节2020-2026年国内软床行业进出口市场预测分析142

##### 一、2020-2026年国内软床行业进口预测142

##### 二、2020-2026年国内软床行业出口预测143

#### 第三部分竞争格局

#### 第六章国内软床行业优势品牌企业分析144

##### 第一节CBD远超家居有限公司144

##### 一、公司概况144

##### 二、企业经营情况分析145

##### 第二节慕思寢室用品有限公司149

##### 一、公司及产品概况149

##### 二、企业经营情况分析150

##### 第三节依思蒙沙（北京）家具有限公司153

##### 一、公司及产品概况153

##### 二、企业经营情况分析154

##### 第四节深圳梦甜甜家具有限公司156

##### 一、公司及产品概况156

##### 二、企业经营情况分析157

##### 第五节广东家梦健康寝具股份有限公司161

##### 一、公司及产品概况161

##### 二、企业经营情况分析161

##### 第六节美神实业发展有限公司164

一、公司及产品概况164  
二、企业经营情况分析165  
第七节深圳市圆方园实业发展有限公司169

一、公司及产品概况169  
二、企业经营情况分析170

第八节广东美梦思床具有限公司174

一、公司及产品概况174  
二、企业经营情况分析174

第九节雅露斯家具制造有限公司179

一、公司及产品概况179  
二、企业经营情况分析179

第十节湖南省晚安家居实业有限公司184

一、公司及产品概况184  
二、企业经营情况分析185

第七章国内软床行业品牌竞争格局分析188

第一节软床行业历史竞争格局概况188

一、软床企业集中度分析188  
二、软床行业竞争程度分析188

第二节软床行业企业竞争状况分析190

一、领导企业的市场力量190  
二、其他企业的竞争力191

1、慕思寝具191  
2、赛菲娅（香港皇朝家私软床）192  
3、深圳CBD软床194

第三节2020-2026年国内软床行业品牌竞争格局展望196

第四部分行业预测

第八章2020-2026年国内软床行业品牌发展预测198

第一节2020-2026年软床行业供需预测198

一、2020-2026年软床产量预测198  
二、2020-2026年软床需求预测199

三、2020-2026年软床供需平衡预测200

第二节2020-2026年软床行业投资机会201

一、2020-2026年软床行业主要领域投资机会201

二、2020-2026年软床行业企业的多元化投资机会202

第三节影响软床行业发展的主要因素206

一、2020-2026年影响软床行业运行的有利因素分析206

二、2020-2026年影响软床行业运行的不利因素分析209

三、2020-2026年我国软床行业发展面临的挑战分析209

四、2020-2026年我国软床行业发展面临的机遇分析212

第四节软床行业投资风险及控制策略分析213

一、2020-2026年软床行业市场风险及控制策略213

二、2020-2026年软床行业政策风险及控制策略217

三、2020-2026年软床行业经营风险及控制策略218

四、2020-2026年软床行业技术风险及控制策略219

五、2020-2026年软床行业同业竞争风险及控制策略221

第五部分投资战略

第九章2020-2026年国内软床行业品牌投资价值与市场监测224

第一节行业SWOT模型分析224

一、优势分析224

二、劣势分析224

三、机会分析225

四、威胁分析225

第二节软床行业发展的PEST分析226

一、政治和法律环境分析226

二、经济发展环境分析234

三、社会、文化与自然环境分析239

四、技术发展环境分析247

五、家具行业十三五规划248

六、家纺行业十三五规划256

第三节软床行业投资价值分析272

一、2020-2026年软床发展趋势分析272



- 1、未来软床行业营销趋势272
- 2、未来软床行业产品发展趋势274
- 3、未来软床企业经营趋势。274
- 4、未来软床行业渠道发展趋势275
- 二、2020-2026年软床的细分方向及未来的发展模式277
- 三、2020-2026年软床价格走势分析280
- 第四节软床行业投资风险分析281
  - 一、宏观调控风险281
  - 二、技术创新风险284
  - 三、经营管理风险286
- 第五节软床行业市场监测288
  - 一、重点投资品种分析288
  - 二、重点投资地区分析289
  - 三、项目投资建议290
    - 1、投资额度建议290
    - 2、技术性风险建议290
    - 3、项目可行性分析290
  
- 第十章业内对国内软床行业总结及企业经营战略建议291
  - 第一节软床行业问题总结291
  - 第二节2020-2026年软床行业企业的标杆管理291
    - 一、国内企业的经验借鉴291
    - 二、国外企业的经验借鉴291
  - 第三节2020-2026年软床行业企业的资本运作模式294
    - 一、软床行业企业国内资本市场的运作建议294
      - 1、软床行业企业的兼并及收购建议294
      - 2、软床行业企业的融资方式选择建议296
    - 二、软床行业企业海外资本市场的运作建议298
  - 第四节2020-2026年软床行业企业营销模式建议301
    - 一、软床行业企业的国内营销模式建议301
      - 1、软床行业企业的渠道建设301
      - 2、软床行业企业的品牌建设302

- 二、软床行业企业海外营销模式建议303
  - 1、软床行业企业的海外细分市场选择303
  - 2、软床行业企业的海外经销代理选择304
- 第五节软床市场的重点客户战略实施307
  - 一、实施重点客户战略的必要性307
  - 二、合理确立重点客户307
  - 三、对重点客户的营销策略308

图表目录：

图表2014-2019年中国GDP规模及增长2

图表2014-2019年中国GDP季度增长3

图表2014-2019年中国规模以上工业增加值增速3

图表2014-2019年中国GDP分析3

图表2014-2019年中国固定资产投资（不含农户）增速5

图表2014-2019年固定投资分析5

图表2014-2019年固定投资分析5

图表2014-2019年国房景气指数6

图表2014-2019年消费品零售销售和城镇居民家庭人均可支配收入对比分析7

图表2014-2019年中国各省市城镇居民家庭分析8

图表2014-2019年原材料进价指数分析9

图表2014-2019年消费价格指数分析9

图表2014-2019年中国进出口情况对比12

图表2014-2019年CPI走势分析13

图表2014-2019年收入与物价扩散指数13

图表2014-2019年家具行业销售总额27

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202003/156867.html>