

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

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管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>