

2017-2022年中国软床市场深度分析与发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国软床市场深度分析与发展前景预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201611/465165.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

软床是随着人们生活水平不断提高，对睡眠质量要求越来越高而发展起来的新兴床铺。目前家具市场上的软床大致分布艺床、皮床和皮布结合床三种，色调主要有米白色、杏色、米黄色、咖啡色。

智研咨询发布的《2017-2022年中国软床市场深度分析与发展前景预测报告》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研究分析。它是业内企业、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，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

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2011-2016年（近几年）软床市场规模分析57

第二节2015-2016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2017-2022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2011-2016年（近几年）软床产量统计分析62

第二节2011-2016年（近几年）软床历年消费量统计分析63

第三节2011-2016年（近几年）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2011-2016年（近几年）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2015-2016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2011-2016年（近几年）国内软床行业进出口量分析141

一、2011-2016年（近几年）国内软床行业进口分析141

二、2011-2016年（近几年）国内软床行业出口分析142

第二节2017-2022年国内软床行业进出口市场预测分析142

一、2017-2022年国内软床行业进口预测142

二、2017-2022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

第二节慕思寝室用品有限公司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2017-2022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2017-2022年国内软床行业品牌发展预测198
 - 第一节2017-2022年软床行业供需预测198
 - 一、2017-2022年软床产量预测198
 - 二、2017-2022年软床需求预测199
 - 三、2017-2022年软床供需平衡预测200
 - 第二节2017-2022年软床行业投资机会201
 - 一、2017-2022年软床行业主要领域投资机会201
 - 二、2017-2022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、2017-2022年影响软床行业运行的有利因素分析206
 - 二、2017-2022年影响软床行业运行的不利因素分析209
 - 三、2017-2022年我国软床行业发展面临的挑战分析209
 - 四、2017-2022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、2017-2022年软床行业市场风险及控制策略213

- 二、2017-2022年软床行业政策风险及控制策略217
- 三、2017-2022年软床行业经营风险及控制策略218
- 四、2017-2022年软床行业技术风险及控制策略219
- 五、2017-2022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2017-2022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、2017-2022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、2017-2022年软床的细分方向及未来的发展模式277
- 三、2017-2022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

第十章业内专家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2017-2022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2017-2022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2017-2022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2011-2016年（近几年）中国GDP规模及增长2

图表2013-2016年中国GDP季度增长3

图表2013-2016年中国规模以上工业增加值增速3

图表2011-2016年（近几年）中国GDP分析3

图表2014-2016年中国固定资产投资（不含农户）增速5

图表2011-2016年（近几年）固定投资分析5

图表2015-2016年固定投资分析5

图表2015-2016年国房景气指数6

图表2013-2016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2015-2016年中国各省市城镇居民家庭分析8

图表2015-2016年原材料进价指数分析9

图表2015-2016年消费价格指数分析9

图表2014-2016年中国进出口情况对比12

图表2015-2016年CPI走势分析13

图表2014-2016年收入与物价扩散指数13

图表2014-2016年家具行业销售总额27

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201611/465165.html>