

# 2017-2022年中国软床行业 深度研究与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2017-2022年中国软床行业深度研究与投资前景预测报告》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.abaogao.com/b/jiajumucan/D04382ZA9V.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、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。

家具市场上的软床大致分布艺床、皮床和皮布结合床三种，彰显高贵气质皮床的床头、床架都由真皮做面子，色调主要有白色、红色、紫色、棕色；色彩斑斓的布艺床则由各种好看的棉布或真丝做表面，看上去感觉很温馨；皮布结合的软床将布艺和皮艺有机地结合起来装饰床头和床身表面，时尚现代。在造型方面，软床打破了传统长方形床架一统天下的局面，既有直径两米左右的圆形床，也有一般尺寸的长方形床。有的软床床头上的靠枕还可以调节高度，让人睡得更舒服，睡前在灯下翻几页书，或靠在柔软的床头上看看电视，有温柔的感觉。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国软床行业深度研究与投资前景预测报告》共十章。首先介绍了软床相关概念及发展环境，接着分析了中国软床规模及消费需求，然后对中国软床市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国软床面临的机遇及发展前景。若您想对中国软床有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业现状19

第一章 国内软床行业品牌发展环境分析20

第一节 产品/行业特征20

一、产品/行业定义20

二、产品/行业消费特征20

第二节 经济环境特征21

一、中国GDP分析21

二、固定资产投资26

三、社会消费品零售分析28

四、进出口增速回落29

五、居民消费价格涨幅回落32

六、中国城镇化率33

七、外汇市场分析33

第三节 政策环境特征34

一、国家宏观调控政策分析34

二、软床行业相关政策分析40

第四节 软床行业竞争特征40

一、品牌竞争格局40

二、行业进入壁垒分析44

三、可替代品威胁分析46

四、贴牌加工产品市场威胁分析46

第五节 软床行业技术环境48

一、执行技术指标探讨48

二、技术环境53

第二章 国内软床行业品牌产品市场规模分析57

第一节 2014-2016年软床市场规模分析57

第二节 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60

四、中南地区市场规模分析61

五、西南地区市场规模分析62

六、西北地区市场规模分析63

第四节 2017-2022年软床市场规模预测64

第二部分 市场分析66

第三章 国内软床行业品牌需求与消费者偏好调查67

第一节 2014-2016年软床产量统计分析67

第二节 2014-2016年软床历年消费量统计分析67

第三节 2014-2016年国内软床行业品牌产品平均价格走势分析68

#### 第四节 软床产品目标客户群体调查69

##### 一、不同收入水平消费者偏好调查69

##### 二、不同年龄的消费者偏好调查70

##### 三、不同地区的消费者偏好调查70

#### 第五节 软床产品的品牌市场调查70

##### 一、消费者对软床品牌认知渠道70

##### 二、软床品牌忠诚度调查71

##### 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80

##### 一、价格敏感程度80

##### 二、购买方便的影响80

##### 三、广告的影响程度80

##### 四、包装的影响程度81

### 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92

#### 第二节 销售渠道特征分析95

##### 一、销售渠道定义95

##### 二、销售渠道格局95

##### 三、销售渠道形式96

##### 四、销售渠道要素分析96

##### 五、销售渠道对软床行业品牌发展的重要性100

#### 第三节 软床行业销售渠道的重要环节 分析100

##### 一、批发商100

##### 二、零售商（无店铺零售、店铺零售）101

##### 三、代理商103

#### 第四节 2014-2016年中国软床行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析103

##### 一、华东103

##### 二、中南104

### 三、西部104

#### 第五节 未来软床行业营销趋势104

- 一、设计创新加速原创设计受重视104
- 二、生产工艺创新品质大幅提升104
- 三、终端将成为各品牌的必争高地105
- 四、“品牌战”将逐步取代价格战105
- 五、“文化营销”或成软床营销主流106
- 六、试水网络营销软床企业新增利益点106

#### 第六节 销售渠道策略分析107

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略107
- 二、长渠道或短渠道的营销策略107
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略108
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略108
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略109
- 六、渠道发展建议109

#### 第七节 销售渠道决策的评估方法112

- 一、销售渠道评估数学模型介绍112
- 二、财务评估法介绍112
- 三、交易成本评估法介绍113
- 四、经验评估法介绍113

#### 第八节 2016年软床行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析114

- 一、生产企业投资运作模式114
- 二、营销企业投资运作模式115
- 三、工业园区开发的“创新模式”胜芳家具产业园运作模式剖119

### 第五章 国内软床行业进出口市场情况分析123

#### 第一节 2014-2016年国内软床行业进出口量分析123

- 一、2014-2016年国内软床行业进口分析123
- 二、2014-2016年国内软床行业出口分析124

#### 第二节 2017-2022年国内软床行业进出口市场预测分析125

- 一、2017-2022年国内软床行业进口预测125
- 二、2017-2022年国内软床行业出口预测126

### 第三部分 竞争格局128

#### 第六章 国内软床行业优势品牌企业分析129

##### 第一节 CBD远超家居有限公司129

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 第二节 慕思寢室用品有限公司138

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 第三节 依思蒙沙(北京)家具有限公司144

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 第四节 深圳梦甜甜家具有限公司148

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 第五节 广东家梦健康寢具股份有限公司153

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 第六节 美神实业发展有限公司158

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 第七节 深圳市圆方园实业发展有限公司162

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 第八节 广东美梦思床具有限公司168

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 第九节 雅露斯家具制造有限公司172

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 第十节 湖南省晚安家居实业有限公司176

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 第七章 国内软床行业品牌竞争格局分析180

#### 第一节 软床行业历史竞争格局概况180

- 一、软床企业集中度分析180
- 二、软床行业竞争程度分析180

#### 第二节 软床行业企业竞争状况分析181

- 一、领导企业的市场力量181
- 二、其他企业的竞争力181
  - 1、慕思寝具181
  - 2、赛菲娅（香港皇朝家私软床）182
  - 3、深圳CBD软床184

#### 第三节 2017-2022年国内软床行业品牌竞争格局展望185

### 第四部分 行业预测187

#### 第八章 2017-2022年国内软床行业品牌发展预测188

##### 第一节 2017-2022年软床行业供需预测188

- 一、2017-2022年软床产量预测188
- 二、2017-2022年软床需求预测188
- 三、2017-2022年软床供需平衡预测189

##### 第二节 2017-2022年软床行业投资机会190

- 一、2017-2022年软床行业主要领域投资机会190

二、2017-2022年软床行业企业的多元化投资机会193

第三节 影响软床行业发展的主要因素194

一、2017-2022年影响软床行业运行的有利因素分析194

二、2017-2022年影响软床行业运行的不利因素分析195

三、2017-2022年我国软床行业发展面临的挑战分析195

四、2017-2022年我国软床行业发展面临的机遇分析196

第四节 软床行业投资风险及控制策略分析196

一、2017-2022年软床行业市场风险及控制策略196

二、2017-2022年软床行业政策风险及控制策略197

三、2017-2022年软床行业经营风险及控制策略198

四、2017-2022年软床行业技术风险及控制策略199

五、2017-2022年软床行业同业竞争风险及控制策略200

第五部分 投资战略202

第九章 2017-2022年国内软床行业品牌投资价值与投资策略分析203

第一节 行业SWOT模型分析203

一、优势分析203

二、劣势分析203

三、机会分析204

四、风险分析205

第二节 软床行业发展的PEST分析205

一、政治和法律环境分析205

二、经济发展环境分析209

三、社会、文化与自然环境分析216

四、技术发展环境分析224

五、家具行业“十三五”规划225

六、家纺行业“十三五”规划234

第三节 软床行业投资价值分析259

一、2017-2022年软床发展趋势分析259

1、未来软床行业营销趋势259

2、未来软床行业产品发展趋势260

3、未来软床企业经营趋势261

#### 4、未来软床行业渠道发展趋势262

##### 二、2017-2022年软床的细分方向及未来的发展模式262

##### 三、2017-2022年软床价格走势分析266

#### 第四节 软床行业投资风险分析267

##### 一、宏观调控风险267

##### 二、技术创新风险268

##### 三、经营管理风险268

#### 第五节 软床行业投资策略分析268

##### 一、重点投资品种分析268

##### 二、重点投资地区分析269

##### 三、项目投资建议270

###### 1、投资额度建议270

###### 2、技术性风险建议270

###### 3、项目可行性分析275

### 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276(ZY WZY)

#### 第一节 软床行业问题总结276

#### 第二节 2017-2022年软床行业企业的标杆管理277

##### 一、国内企业的经验借鉴277

##### 二、国外企业的经验借鉴277

#### 第三节 2017-2022年软床行业企业的资本运作模式278

##### 一、软床行业企业国内资本市场的运作建议278

###### 1、软床行业企业的兼并及收购建议278

###### 2、软床行业企业的融资方式选择建议278

##### 二、软床行业企业海外资本市场的运作建议281

#### 第四节 2017-2022年软床行业企业营销模式建议282

##### 一、软床行业企业的国内营销模式建议282

###### 1、软床行业企业的渠道建设282

###### 2、软床行业企业的品牌建设286

##### 二、软床行业企业海外营销模式建议287

###### 1、软床行业企业的海外细分市场选择287

###### 2、软床行业企业的海外经销代理选择287

## 第五节 软床市场的重点客户战略实施288

### 一、实施重点客户战略的必要性288

### 二、合理确立重点客户290

### 三、对重点客户的营销策略291

#### 图表目录：

图表1：2011-2016年国内生产总值及其增长速度21

图表2：2016年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比22

图表3：2011-2016年全部工业增加值及其增长速度23

图表4：2016年主要工业产品产量及其增长速度24

图表5：2011-2016年全国一般公共预算收入25

图表6：2011-2016年全社会固定资产投资26

图表7：2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度27

图表8：2016年固定资产投资新增主要生产与运营能力27

图表9：2011-2016年全年社会消费品零售总额28

图表10：2011-2016年货物进出口总额29

图表11：2016年货物进出口总额及其增长速度29

图表12：2016年主要商品出口数量、金额及其增长速度30

图表13：2016年主要商品进口数量、金额及其增长速度30

图表14：2016年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度31

图表15：2016年居民消费价格月度涨跌幅度32

图表16：2016年居民消费价格比上年涨跌幅度32

图表17：中国汇率调整33

图表18：2014-2016年我国软床行业市场规模分析57

图表19：2016年我国软床区域结构分析57

图表20：2014-2016年东北地区市场规模分析58

图表21：2014-2016年华北地区市场规模分析59

图表22：2014-2016年华东地区市场规模分析60

图表23：2014-2016年中南地区市场规模分析61

图表24：2014-2016年西南地区市场规模分析62

图表25：2014-2016年西北地区市场规模分析63

图表26：2017-2022年软床行业市场规模预测64

图表27：2014-2016年中国软床行业产量分析67

图表28：2014-2016年中国软床行业消费量分析67

图表29：2014-2016年中国软床行业平均价格走势分析68

图表30：软床行业十大品牌71

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucui/D04382ZA9V.html>