

# 2017-2022年中国软床行业 市场发展现状调研分析及投资前景研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2017-2022年中国软床行业市场发展现状调研分析及投资前景研究咨询报告》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.bosidata.com/report/G81651BAFA.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2016-12-22

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国软床行业市场发展现状调研分析及投资前景研究咨询报告》介绍了软床行业相关概述、中国软床产业运行环境、分析了中国软床行业的现状、中国软床行业竞争格局、对中国软床行业做了重点企业经营状况分析及中国软床产业发展前景与投资预测。您若想对软床产业有个系统的了解或者想投资软床行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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、外汇市场调研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 市场调研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运营状况分析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 软床相关家具行业调研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投资预测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	一、公司概况129	二、品牌发展历程129	三、企业销售收入分析130	四、公司产品变化131	五、公司品牌竞争策略137	第二节 慕思寝室用品有限公司138	一、公司及产品概况138	二、品牌发展历程140	三、产品变化142	四、企业销售分析143	五、公司品牌竞争策略143	第三节 依思蒙沙(北京)家具有限公司144	一、公司及产品概况144	二、品牌发展历程145	三、企业销售收入分析146	四、公司产品分析147	五、公司品牌竞争策略147	第四节 深圳梦甜甜家具有限公司148	一、公司及产品概况148	二、品牌发展历程149	三、企业销售收入分析151	四、公司产品分析152	五、公司品牌竞争策略152	第五节 广东家梦健康寝具股份有限公司153	一、公司及产品概况153	二、品牌发展153		

三、企业销售收入分析154	四、公司产品变化155	五、公司品牌竞争策略157
第六节 美神实业发展有限公司158	一、公司及产品概况158	二、品牌发展158
三、企业销售收入分析160	四、公司产品分析160	五、公司品牌竞争策略161
第七节 深圳市圆方圆实业发展有限公司162	一、公司及产品概况162	二、品牌发展历程163
三、企业销售收入分析164	四、公司产品分析164	五、公司品牌竞争策略165
第八节 广东美梦思床具有限公司168	一、公司及产品概况168	二、品牌发展历程168
三、企业销售收入分析170	四、公司产品分析171	五、公司品牌竞争策略171
第九节 雅露斯家具制造有限公司172	一、公司及产品概况172	二、品牌发展历程173
三、企业销售收入分析175	四、公司产品分析175	五、公司品牌竞争策略176
第十节 湖南省晚安家居实业有限公司176	一、公司及产品概况176	二、品牌发展建设177
三、企业销售收入分析178	四、公司品牌竞争策略179	
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	二、软床行业竞争程度分析180
一、软床企业集中度分析180	二、其他企业的竞争力181	
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 软床行业投资前景及控制策略分析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 投资规划建议202	第九章 2017-2022年国内软床行业品牌投资价值与投资前景研究分析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 软床行业投资前景分析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 软床行业投资前景研究分析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	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
表目录：图表1：2010-2016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3：2010-2016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5：2010-2016年全国一般公共财政收入25																											
图表6：2010-2016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9：2010-2016年全年社会消费品零售总额28																											
图表10：2010-2016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图表31 :  
软床行业价格敏感程度80图表32 : 软床行业购买方便影响程度80图表33 : 软床行业广告影响  
程度80图表34 : 软床行业包装影响程度81图表35 : 2014-2016年中国软床行业进口量统计表123  
图表36 : 2014-2016年中国软床行业进口量趋势图123图表37 : 2014-2016年中国软床行业出口量  
统计表124图表38 : 2014-2016年中国软床行业出口量趋势图124图表39 : 2017-2022年中国软床  
行业进口量预测125图表40 : 2017-2022年中国软床行业出口量预测126图表41 : 深圳市远超家  
居用品有限公司企业经营状况分析130图表42 : 东莞市慕思寢室用品有限公司企业经营状况分  
析143图表43 : 依思蒙沙(北京)家具有限公司企业经营状况分析146图表44 : 深圳市梦甜甜家  
具有限公司企业经营状况分析151图表45 : 广东家梦健康寢具股份有限公司企业经营状况分  
析154图表46 : 佛山市美神实业发展有限公司企业经营状况分析160图表47 : 深圳市圆方园实业  
发展有限公司企业经营状况分析164图表48 : 广东美梦思床具有限公司企业经营状况分析170  
图表49 : 深圳市雅露斯家具制造有限公司企业经营状况分析175图表50 : 湖南省晚安家居实业  
有限公司企业经营状况分析178图表51 : 2017-2022年我国软床行业产量预测188图表52  
: 2017-2022年我国软床行业需求量预测188图表53 : 2017-2022年我国软床行业供需平衡预  
测189图表54 : 软床企业的多元化投资机会194图表55 : 2016年人口数及构成216图表56  
: 2010-2016年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数218图表57 : 2017-2022年我国软  
床行业价格走势预测266图表58 : 软床产品技术应用注意事项271图表59 : 软床产品项目投资注  
意事项272图表60 : 软床产品生产开发注意事项273图表61 : 软床产品销售注意事项274略.....

详细请访问 : <http://www.bosidata.com/report/G81651BAFA.html>