

中国软床市场现状规模与竞争策略分析报告2021-2026年

产品名称	中国软床市场现状规模与竞争策略分析报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国软床市场现状规模与竞争策略分析报告2021-2026年【报告编号】:338920【出版时间】:2021年7月【出版机构】:中研智业研究院【交付方式】:EMIL电子版或特快专递
【报告价格】:【纸质版】:6500元【电子版】:6800元【纸质+电子】:7000元【联系人】:杨静--客服专员【报告来源】:<http://www.zyzyjy.com/baogao/338920.html>
免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

【报告目录】

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 2016-2021年软床市场规模分析 57 第二节 2021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 2021-2026年软床市场规模预测 61 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 2016-2021年软床产量统计分析 62 第二节 2016-2021年软床历年消费量统计分析 63 第三节 2016-2021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 2016-2021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
2021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 2016-2021年国内软床行业进出口量分析
141 一、2016-2021年国内软床行业进口分析 141 二、2016-2021年国内软床行业出口分析 142 第二节
2021-2026年国内软床行业进出口市场预测分析 142 一、2021-2026年国内软床行业进口预测
142 二、2021-2026年国内软床行业出口预测 143 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、品牌发展历程 145 三、企业销售收入分析
146 四、公司产品变化 147 五、公司品牌竞争策略 147 第二节 慕思寝室用品有限公司
149 一、公司及产品概况 149 二、品牌发展历程 150 三、产品变化 150 四、企业销售分析
151 五、公司品牌竞争策略 152 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、品牌发展历程 154 三、企业销售收入分析 154 四、公司产品分析
155 五、公司品牌竞争策略 155 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、品牌发展历程 157 三、企业销售收入分析 159 四、公司产品分析
159 五、公司品牌竞争策略 160 第五节 广东家梦健康寝具股份有限公司
161 一、广东家梦健康寝具股份有限公司 161 二、品牌发展 161 三、企业销售收入分析
163 四、公司产品变化 163 五、公司品牌竞争策略 164 第六节 美神实业发展有限公司
164 一、公司及产品概况 164 二、品牌发展 165 三、企业销售收入分析 167 四、公司产品分析
167 五、公司品牌竞争策略 168 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、品牌发展历程 170 三、企业销售收入分析 171 四、公司产品分析
172 五、公司品牌竞争策略 172 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、品牌发展历程 174 三、企业销售收入分析 177 四、公司产品分析
177 五、公司品牌竞争策略 178 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、品牌发展历程 179 三、企业销售收入分析 181 四、公司产品分析
182 五、公司品牌竞争策略 183 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、品牌发展建设 185 三、企业销售收入分析 186 四、公司品牌竞争策略 186 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
2021-2026年国内软床行业品牌竞争格局展望 196 第八章 2021-2026年国内软床行业品牌发展预测
198 第一节 2021-2026年软床行业供需预测 198 一、2021-2026年软床产量预测
198 二、2021-2026年软床需求预测 199 三、2021-2026年软床供需平衡预测 200 第二节
2021-2026年软床行业投资机会 201 一、2021-2026年软床行业主要领域投资机会
201 二、2021-2026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、2021-2026年影响软床行业运行的有利因素分析
206 二、2021-2026年影响软床行业运行的不利因素分析
209 三、2021-2026年我国软床行业发展面临的挑战分析
209 四、2021-2026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、2021-2026年软床行业市场风险及控制策略 213 二、2021-2026年软床行业政策风险及控制策略
217 三、2021-2026年软床行业经营风险及控制策略 218 四、2021-2026年软床行业技术风险及控制策略
219 五、2021-2026年软床行业同业竞争风险及控制策略 221 第九章
2021-2026年国内软床行业品牌投资价值与投资策略分析 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"十四五"规划
248 六、家纺行业"十四五"规划 256 第三节 软床行业投资价值分析
272 一、2021-2026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、2021-2026年软床的细分方向及未来的发展模式
277 三、2021-2026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 软床行业投资策略分析
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
2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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：2016-2021年中国GDP规模及增长
2 图表：2017-2021中国GDP季度增长 3 图表：2017-2021中国规模以上工业增加值增速
3 图表：2016-2021年中国GDP分析 3 图表：2017-2021年中国固定资产投资（不含农户）增速
5 图表：2016-2021年固定投资分析 5 图表：2021年固定投资分析 5 图表：2021年国房景气指数
6 图表：2012-2021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：2021年中国各省市城镇居民家庭分析 8 图表：2021年原材料进价指数分析
9 图表：2021年消费价格指数分析 9 图表：2016-2021年中国进出口情况对比
12 图表：2015年-2021年CPI走势分析 13 图表：2016-2021年收入与物价扩散指数
13 图表：2012-2021年家具行业销售总额 27 图表：各企业品牌市场份额比例 28 图表：十
大品牌比较分析 28 图表：各企业竞争指数 39 图表：进入壁垒与退出壁垒的关系矩阵
42 图表：代替品的威胁 43 图表：五力分析要素框架图中替代品威胁
45 图表：波特五力分析模型与一般战略的关系 46 图表：主要的技术指标及条款引用标准1
52 图表：主要的技术指标及条款引用标准2 53 图表：主要的技术指标及条款引用标准3
54 图表：2016-2021年软床市场规模及增长 57 图表：2021年软床市场区域规模
57 图表：2021年软床市场规模区域结构 58 图表：2021年软床市场规模东北地区占比
58 图表：2021年软床市场规模华北地区占比 59 图表：2021年软床市场规模华东地区占比
59 图表：2021年软床市场规模中南地区占比 60 图表：2021年软床市场规模西南地区占比
60 图表：2021年软床市场规模西北地区占比 61 图表：2021-2026年软床市场规模及增长
61 图表：2016-2021年软床市场产量及增长
62 图表：2016-2021年软床华北、东北、华东产量规模及增长
62 图表：2016-2021年软床华北、东北、华东产量规模占比
62 图表：2016-2021年软床市场销售规模及增长 63 图表：2016-2021年软床中高端市场规模及增长
63 图表：2016-2021年软床中高端市场规模占比

63 图表：2016-2021年软床华北、东北、华东需求规模占比
64 图表：2016-2021年软床华北、东北、华东需求规模占比
64 图表：2016-2021年软床市场平均价格及增长 65 图表：低收入者影响因素分析
66 图表：低收入者选择偏好 66 图表：中等收入者影响因素分析 66 图表：中等收入者选择偏好
67 图表：高收入者影响因素分析 67 图表：高收入者选择偏好 67 图表：市场品牌认识渠道分析
70 图表：软床市场品牌忠诚度分析 70 图表：软床市场品牌阶级占有率
71 图表：软床市场价格阶级占有率 75 图表：软床购买渠道分析 76 图表：消费者对广告的关注情况
77 图表：消费者获取产品/服务信息时所关注的广告类型和影响力
78 图表：软床市场购买受广告类型和影响力 79 图表：软床市场广告代言人分析
79 图表：各种应内销渠道成本分析 130 图表：各种应内销渠道毛利分析 131 图表：交易成本构成图
134 图表：2009-2021年其他卧室用木家具进出口对比分析
141 图表：2016-2021年其他卧室用木家具进口规模及增长
141 图表：2016-2021年其他卧室用木家具出口规模及增长
142 图表：2021-2026年其他卧室用木家具进口规模及增长
142 图表：2021-2026年其他卧室用木家具出口规模及增长
143 图表：2016-2021年CBD远超家居有限公司软床品牌销售总额
146 图表：2016-2021年慕思寢室用品有限公司软床品牌销售总
151 图表：2016-2021年依思蒙沙（北京）家具有限公司软床品牌销售总额
154 图表：2016-2021年深圳梦甜甜家具有限公司软床品牌销售总额 159 图表：MOTET的产品定位
159 图表：2016-2021年广东家梦健康寢具股份有限公司软床品牌销售总额
163 图表：2016-2021年美神实业发展有限公司软床品牌销售总额
167 图表：2016-2021年深圳市圆方园实业发展有限公司软床品牌销售总额
171 图表：2016-2021年广东美梦思床具有限公司软床品牌销售总额
177 图表：2016-2021年雅露斯家具制造有限公司软床品牌销售总额
181 图表：2016-2021年湖南省晚安家居实业有限公司软床品牌销售总额
186 图表：2021-2026年软床产量规模及增长
198 图表：2021-2026年软床华北、东北、华东产量规模及增长
198 图表：2021-2026年软床销售规模及增长
199 图表：2021-2026年软床华北、东北、华东需求规模及增长
199 图表：2021-2026年软床中高端市场规模及增长 200 图表：2021-2026年软床需求减产量规模及增长
200 图表：中国人口分布分析 240 图表：中国人口年龄分布
241 图表：2016-2021年中国人口净增规模及增长 241 图表："十三五"时期行业总产值
257 图表："十三五"时期行业单位纤维产值
258 图表："十三五"时期行业15个产业集群主要指标实现情况
259 图表："十三五"时期家纺博览会举办情况 260 图表："十四五"时期行业发展主要指标
267 图表：2021-2026年软床市场平均价格及增长 280