



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国软床行业市场 分析预测及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国软床行业市场分析预测及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/248942.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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 2009-2014年软床市场规模分析 57

第二节 2014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 2015-2020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 2009-2014年软床产量统计分析 62

第二节 2009-2014年软床历年消费量统计分析 63

第三节 2009-2014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 2009-2014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 2009-2014年国内软床行业进出口量分析 141

一、2009-2014年国内软床行业进口分析 141

二、2009-2014年国内软床行业出口分析 142

第二节 2015-2020年国内软床行业进出口市场预测分析 142

一、2015-2020年国内软床行业进口预测 142

二、2015-2020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、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 2015-2020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 2015-2020年国内软床行业品牌发展预测 198

第一节 2015-2020年软床行业供需预测 198

- 一、2015-2020年软床产量预测 198
- 二、2015-2020年软床需求预测 199
- 三、2015-2020年软床供需平衡预测 200

第二节 2015-2020年软床行业投资机会 201

- 一、2015-2020年软床行业主要领域投资机会 201
- 二、2015-2020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、2015-2020年影响软床行业运行的有利因素分析 206

二、2015-2020年影响软床行业运行的不利因素分析 209

三、2015-2020年我国软床行业发展面临的挑战分析 209

四、2015-2020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、2015-2020年软床行业市场风险及控制策略 213

二、2015-2020年软床行业政策风险及控制策略 217

三、2015-2020年软床行业经营风险及控制策略 218

四、2015-2020年软床行业技术风险及控制策略 219

五、2015-2020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 2015-2020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、家具行业十二五规划 248

六、家纺行业十二五规划 256

第三节 软床行业投资价值分析 272

一、2015-2020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、2015-2020年软床的细分方向及未来的发展模式 277

三、2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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：2009-2014年中国GDP规模及增长 2
- 图表：2012-2014中国GDP季度增长 3
- 图表：2012-2014中国规模以上工业增加值增速 3
- 图表：2009-2014年中国GDP分析 3
- 图表：2012-2014年中国固定资产投资（不含农户）增速 5
- 图表：2009-2014年固定投资分析 5
- 图表：2014年固定投资分析 5
- 图表：2014年国房景气指数 6
- 图表：2009-2014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年中国各省市城镇居民家庭分析 8
- 图表：2014年原材料进价指数分析 9
- 图表：2014年消费价格指数分析 9
- 图表：2010-2014年中国进出口情况对比 12
- 图表：2009年-2014年CPI走势分析 13
- 图表：2010-2014年收入与物价扩散指数 13
- 图表：2009-2014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：2009-2014年软床市场规模及增长 57

图表：2014年软床市场区域规模 57

图表：2014年软床市场规模区域结构 58

图表：2014年软床市场规模东北地区占比 58

图表：2014年软床市场规模华北地区占比 59

图表：2014年软床市场规模华东地区占比 59

图表：2014年软床市场规模中南地区占比 60

图表：2014年软床市场规模西南地区占比 60

图表：2014年软床市场规模西北地区占比 61

图表：2015-2020年软床市场规模及增长 61

图表：2009-2014年软床市场产量及增长 62

图表：2009-2014年软床华北、东北、华东产量规模及增长 62

图表：2009-2014年软床华北、东北、华东产量规模占比 62

图表：2009-2014年软床市场销售规模及增长 63

图表：2009-2014年软床中高端市场规模及增长 63

图表：2009-2014年软床中高端市场规模占比 63

图表：2009-2014年软床华北、东北、华东需求规模占比 64

图表：2009-2014年软床华北、东北、华东需求规模占比 64

图表：2009-2014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：2004-2014年其他卧室用木家具进出口对比分析 141

图表：2009-2014年其他卧室用木家具进口规模及增长 141

图表：2009-2014年其他卧室用木家具出口规模及增长 142

图表：2015-2020年其他卧室用木家具进口规模及增长 142

图表：2015-2020年其他卧室用木家具出口规模及增长 143

图表：2011-2014年CBD远超家居有限公司软床品牌销售总额 146

图表：2011-2014年慕思寝室用品有限公司软床品牌销售总 151

图表：2011-2014年依思蒙沙（北京）家具有限公司软床品牌销售总额 154

图表：2011-2014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：2011-2014年广东家梦健康寝具股份有限公司软床品牌销售总额 163

图表：2011-2014年美神实业发展有限公司软床品牌销售总额 167

图表：2011-2014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：2011-2014年广东美梦思床具有限公司软床品牌销售总额 177

图表：2011-2014年雅露斯家具制造有限公司软床品牌销售总额 181

图表：2011-2014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：2015-2020年软床产量规模及增长 198

图表：2015-2020年软床华北、东北、华东产量规模及增长 198

图表：2015-2020年软床销售规模及增长 199

图表：2015-2020年软床华北、东北、华东需求规模及增长 199

图表：2015-2020年软床中高端市场规模及增长 200

图表：2015-2020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：2009-2014年中国人口净增规模及增长 241

图表：十一五时期行业总产值 257

图表：十一五时期行业单位纤维产值 258

图表：十一五时期行业15个产业集群主要指标实现情况 259

图表：十一五时期家纺博览会举办情况 260

图表：十二五时期行业发展主要指标 267

图表：2015-2020年软床市场平均价格及增长 280

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248942.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。