

2013-2017年床垫市场运营态势及战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年床垫市场运营态势及战略咨询研究报告》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.huaon.com/detail/125898.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

床垫是为了保证消费者获得健康而又舒适的睡眠而使用的一种介于人体和床之间的一种物品，材质繁多。能够使人感到舒适的床垫有两个标准：一是人无论处于哪种睡眠姿势，脊柱都能保持平直舒展；二是压强均等，人躺在上面全身能够得到充分放松。

睡眠是健康之本，怎样才能拥有健康的睡眠呢？除了工作、生活、身体、心理等方面的原因外，拥有“卫生、舒适、美观、耐用”的健康寝具是获得高质量睡眠的关键所在。随着物质文明和技术工艺的不断进步，现代人们使用的床垫种类逐渐趋向多元化，主要有：弹簧床垫、棕榈床垫、乳胶床垫、水床垫、气床垫、磁床垫等，在这些床垫中，弹簧床垫占较大的比重。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年床垫市场运营态势及战略咨询研究报告》共十章。本床垫市场分析报告，首先是床垫行业品牌发展环境分析，然后是床垫行业品牌产品市场供需渠道分析、床垫行业进出口市场情况分析，接着是床垫行业优势品牌企业分析、床垫行业品牌竞争格局分析，最后是床垫行业品牌投资价值与投资策略分析。为床垫企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一节 产品行业特征

- 一、产品行业定义
- 二、产品行业消费特征

第二节 经济环境特征

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第三节 政策环境特征

- 一、国家宏观调控政策分析
- 二、床垫行业相关政策分析

第四节 床垫行业竞争特征

- 一、国内外品牌竞争格局
- 二、行业进入壁垒分析
- 三、可替代品威胁分析
- 四、贴牌加工产品市场威胁分析

第五节 床垫行业技术环境特征

第二章 国内床垫行业品牌产品市场规模分析

第一节 2009-2012年床垫市场规模分析

第二节 2012年我国床垫区域结构分析

第三节 床垫区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节 2012—2016年床垫市场规模预测

第三章 国内床垫行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节 2009-2012年床垫产量统计分析

第二节 2009-2012年床垫历年消费量统计分析

第二节 2009-2012年国内床垫行业品牌产品价格走势分析

第三节 床垫产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第四节 床垫产品的品牌市场调查

一、消费者对床垫品牌认知度宏观调查

二、消费者对床垫产品的品牌偏好调查

三、消费者对床垫品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、床垫品牌忠诚度调查

六、床垫品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 国内床垫行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节 销售渠道对床垫行业品牌发展的重要性

第三节 床垫行业销售渠道的重要环节 分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节 2009-2012年中国床垫行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节 销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节 销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节 销售渠道决策的评估方法

一、销售渠道评估数学模型介绍

二、财务评估法介绍

三、交易成本评估法介绍

四、经验评估法介绍

第八节 2012年国内床垫行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第五章 国内床垫行业进出口市场情况分析

第一节 2009-2012年国内床垫行业进出口量分析

一、2009-2012年国内床垫行业进口分析

二、2009-2012年国内床垫行业出口分析

第二节 2013-2017年国内床垫行业进出口市场预测分析

一、2013-2017年国内床垫行业进口预测

二、2013-2017年国内床垫行业出口预测

第六章 国内床垫行业优势品牌企业分析

第一节 品牌一

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第二节 品牌二

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第三节 品牌三

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第四节 品牌四

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第五节 品牌五

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第七章 国内床垫行业品牌竞争格局分析

第一节 床垫行业历史竞争格局概况

一、床垫行业集中度分析

二、床垫行业竞争程度分析

第二节 床垫行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 2013-2017年国内床垫行业品牌竞争格局展望

第八章 2013-2017年国内床垫行业品牌发展预测

第一节 2013-2017年床垫行业品牌市场财务数据预测

一、2013-2017年床垫行业品牌市场规模预测

二、2013-2017年床垫行业总产值预测

三、2013-2017年床垫行业利润总额预测

四、2013-2017年床垫行业总资产预测

第二节 2013-2017年床垫行业供需预测

一、2013-2017年床垫产量预测

二、2013-2017年床垫需求预测

三、2013-2017年床垫供需平衡预测

五、2013-2017年主要床垫产品进出口预测

第三节 2013-2017年床垫行业投资机会

一、2013-2017年床垫行业主要领域投资机会

二、2013-2017年床垫行业出口市场投资机会

三、2013-2017年床垫行业企业的多元化投资机会

第四节 影响床垫行业发展的主要因素

一、2013-2017年影响床垫行业运行的有利因素分析

二、2013-2017年影响床垫行业运行的稳定因素分析

三、2013-2017年影响床垫行业运行的不利因素分析

四、2013-2017年我国床垫行业发展面临的挑战分析

五、2013-2017年我国床垫行业发展面临的机遇分析

第五节 床垫行业投资风险及控制策略分析

一、2013-2017年床垫行业市场风险及控制策略

二、2013-2017年床垫行业政策风险及控制策略

三、2013-2017年床垫行业经营风险及控制策略

四、2013-2017年床垫行业技术风险及控制策略

五、2013-2017年床垫行业同业竞争风险及控制策略

六、2013-2017年床垫行业其他风险及控制策略

第九章 2013-2017年国内床垫行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 床垫行业发展的PEST分析

一、政治和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节 床垫行业投资价值分析

一、2013-2017年床垫市场趋势总结

二、2013-2017年床垫发展趋势分析

三、2013-2017年床垫市场发展空间

四、2013-2017年床垫产业政策趋向

五、2013-2017年床垫技术革新趋势

六、2013-2017年床垫价格走势分析

第四节 床垫行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第五节 床垫行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

1、投资额度建议

2、技术性风险建议

3、项目可行性分析

第十章 2013-2017年国内床垫行业总结及企业经营战略建议

第一节 床垫行业问题总结

第二节 2013-2017年床垫行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节 2013-2017年床垫行业企业的资本运作模式

一、床垫行业企业国内资本市场的运作建议

1、床垫行业企业的兼并及收购建议

2、床垫行业企业的融资方式选择建议

二、床垫行业企业海外资本市场的运作建议

第四节 2013-2017年床垫行业企业营销模式建议

一、床垫行业企业的国内营销模式建议

1、床垫行业企业的渠道建设

2、床垫行业企业的品牌建设

二、床垫行业企业海外营销模式建议

1、床垫行业企业的海外细分市场选择

2、床垫行业企业的海外经销商选择

第五节 床垫市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

图表目录

图表 2009-2012年床垫市场规模变化

图表 2009-2012年床垫市场规模变化图

图表 2012年床垫市场产量区域分布图

图表 2012年床垫市场产量区域分布图

图表 2009—2012年东北地区床垫销售收入变化

图表 2009—2012年东北地区床垫销售收入变化图

图表 2009—2012年华北地区床垫销售收入变化

图表 2009—2012年华北地区床垫销售收入变化图

图表 2009—2012年华东地区床垫销售收入变化

图表 2009—2012年华东地区床垫销售收入变化图

图表 2009—2012年华中地区床垫销售收入变化

图表 2009—2012年华中地区床垫销售收入变化图

图表 2009—2012年华南地区床垫销售收入变化

图表 2009—2012年华南地区床垫销售收入变化图

图表 2009—2012年西部地区床垫销售收入变化

图表 2009—2012年西部地区床垫销售收入变化图

图表 2012—2016年床垫市场规模预测图

图表 2009-2012年床垫产量变化

图表 2009-2012年床垫产量变化图

图表 2009-2012年床垫消费量变化

图表 2009-2012年床垫消费量变化图

图表 调研样本说明

图表 床垫产品采购人员年龄调查

图表 2012年不同地区客户消费特征调查

图表 2012年消费者对床垫品牌认知度调查

图表 2012年消费者对床垫的品牌偏好调查

图表 2012年消费者对床垫的品牌偏好调查

图表 2012年消费者对床垫品牌的首要认知渠道调查

图表 2012年份消费者经常买的床垫品牌调查

图表 2012年份消费者经常买的品牌调查

图表 2012年消费者品牌忠诚度调查

图表 2012年消费者品牌忠诚度调查

图表 2012年床垫牌市场占有率

图表 2012年床垫消费者性别比例调查分析

图表 消费者升级床垫的频率分析

图表 床垫消费者产品价格认同情况调查分析

图表 床垫产品包装影响程度分析

图表 床垫产品品牌的影响程度分析

图表 床垫产品购买场所分布图

图表 床垫产品广告影响程度分析
图表 床垫产品包装影响程度分析
图表 床垫行业成本构成
图表 2009-2012年床垫进口统计表
图表 2009-2012年床垫进口分析
图表 2009-2012年床垫出口统计表
图表 2009-2012年床垫出口分析
图表 2013-2017年床垫进口预测图
图表 2013-2017年床垫出口预测图
图表 2009-2012年公司效益指标分
图表 2009-2012年公司在床垫的市场占有率分析
图表 2012年我国床垫市场集中度分析
图表 2012—2016年床垫产量预测图
图表 2013-2017年我国床垫行业总资产预测图
图表 2013-2017年我国床垫产值预测图
图表 2013-2017年我国床垫行业销售收入预测图
图表 2012年我国床垫行业盈利能力情况
图表 2012年我国床垫行业偿债能力情况
图表 2012年我国床垫行业发展能力情况
略.....

通过《2013-2017年床垫市场运营态势及战略咨询研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/125898.html>