

2013-2017年中国床垫产业 深度研究及投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2013-2017年中国床垫产业深度研究及投资前景评估报告》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.cction.com/report/201305/93785.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

床垫是人们的生活必需品，特别是在婚嫁、乔迁等活动中，床垫已经作为不可缺少的消费品，人口数量的增多必然增加床垫的销售量。中国传统大众“硬床板”观念的逐渐淡薄，弹簧床垫、乳胶床垫等的市场会越来越广。

根据欧美床垫市场的发展规律，新房销售带来的新屋需求、软床垫替代普通硬床垫和老床垫的更换需求是行业增长的三大主要驱动力。美国市场床垫普及率高，新增需求较少；但国民睡眠质量意识强，对床垫质量有很高的要求，床垫更换周期短，因此美国床垫市场以更换需求约占总需求的70%左右。我国床垫市场处于发展初期，床垫普及率低，短期内主要以新屋销售带来的新增需求为主。长期来看，随着国民收入水平提高和睡眠品质意识的增强，床垫替代和更新需求将逐步释放，决定了行业的空间和长期可持续增长能力。

根据第六次人口普查情况，我国共有4.2亿户人口，其中城镇户2.23亿户，农村户1.97亿户。按每城镇户需要2.5张床垫，每农村户需要1张床垫简单测算，国内床垫容量为7.72亿张；如果考虑上富裕家庭拥有多套房则市场容量更大。而目前国内弹簧床存量约3亿张，未来提升空间十分广阔。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国床垫产业深度研究及投资前景评估报告》共十章。首先介绍了床垫行业的概念以及中国床垫行业发展环境，然后对中国床垫行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国床垫行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国床垫行业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。

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

第一章 2012-2013年中国床垫行业品牌发展环境分析

第一节 床垫行业特征

一、床垫行业定义

二、床垫行业消费特征

第二节 中国宏观经济环境分析

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、2013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、中国外品牌竞争格局

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 中国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年中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 2013-2017年床垫市场规模预测

第三章 中国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年中国床垫行业品牌产品平均价格走势分析

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 2012-2013年中国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 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 中国床垫行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

- 一、中国生产企业投资运作模式
- 二、中国营销企业投资运作模式
- 三、外销与内销优势分析

第五章 2009-2012年中国床垫行业进出口市场情况分析

第一节 2009-2012年中国床垫行业进出口数量及金额分析

- 一、2009-2012年中国床垫行业进口分析
- 二、2009-2012年中国床垫行业出口分析
- 三、2009-2012年中国床垫进出口单价对比分析

第二节 2013-2017年中国床垫行业进出口市场预测分析

- 一、2013-2017年中国床垫行业进口预测
- 二、2013-2017年中国床垫行业出口预测

第六章 2012-2013年中国床垫行业重点企业分析

第一节 雅兰床垫

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2012-2013年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

第二节 吉斯床垫

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2012-2013年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第三节 喜临门床垫

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2013年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第四节 晚安床垫

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2013年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第五节 大自然床垫

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2013年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第七章 2012-2013年中国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年中国床垫行业品牌竞争格局展望

第八章 2013-2017年中国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、床垫行业品牌市场规模预测

二、床垫行业总产值预测

三、床垫行业利润总额预测

四、床垫行业总资产预测

第二节 2013-2017年床垫行业供需预测

一、床垫产量预测

二、床垫需求预测

三、床垫供需平衡预测

四、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、床垫行业主要领域投资机会

二、床垫行业出口市场投资机会

三、床垫行业企业的多元化投资机会

第四节 2013-2017年影响床垫行业发展的主要因素

一、床垫行业运行的有利因素分析

二、床垫行业运行的稳定因素分析

三、床垫行业运行的不利因素分析

四、中国床垫行业发展面临的挑战分析

五、中国床垫行业发展面临的机遇分析

第五节 2013-2017年床垫行业投资风险及控制策略分析

一、床垫行业市场风险及控制策略

二、床垫行业政策风险及控制策略

三、床垫行业经营风险及控制策略

四、床垫行业技术风险及控制策略

五、床垫行业同业竞争风险及控制策略

六、床垫行业其他风险及控制策略

第九章 2013-2017年中国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、中国企业的经验借鉴

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、床垫行业企业中国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、床垫行业企业的中国营销模式建议

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

第十章 2013-2017年中国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 2013-2017年床垫行业投资价值分析

一、床垫市场趋势总结

二、床垫发展趋势分析

三、床垫市场发展空间

四、床垫产业政策趋向

五、床垫技术革新趋势

六、床垫价格走势分析

第三节 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

第四节 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

部分图表目录：

图表：1953-2012年中国城镇化率

图表：2005-2011年我国登记结婚人数

图表：2009-2012年中国高星级酒店月度开业数量

图表：2010-2011年我国高星级酒店季度开业数量统计

图表：国际连锁酒店及酒店管理集团在华扩张计划

图表：新屋销售是目前我国民用床垫需求主要驱动力

图表：2012年商品住宅销售复苏对软体家具的影响将滞后至13年逐步体现

图表：中国床垫市场理论存量市场空间广阔

图表：中国生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：中国外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：2008-2012年中国床垫等其它家具制造行业企业数量增长趋势图

图表：2008-2012年中国床垫等其它家具制造行业从业人数增长分析

图表：2008-2012年中国床垫等其它家具制造行业资产规模增长分析

图表：2012年1-12月中国床垫等其它家具制造行业不同类型企业数量分析

图表：2012年1-12月中国床垫等其它家具制造行业不同所有制企业数量分析

图表：2012年1-12月中国床垫等其它家具制造行业不同类型企业销售收入分析

图表：2012年1-12月中国床垫等其它家具制造行业不同所有制企业销售收入分析

图表：2008-2012年中国床垫等其它家具制造行业产成品增长分析
图表：2008-2012年中国床垫等其它家具制造行业工业销售产值分析
图表：2008-2012年中国床垫等其它家具制造行业出口交货值分析
图表：2008-2012年中国床垫等其它家具制造行业销售成本分析
图表：2008-2012年中国床垫等其它家具制造行业销售费用分析
图表：2008-2012年中国床垫等其它家具制造行业资产收益率分析
图表：2008-2012年中国床垫等其它家具制造行业销售利润率分析
图表：2010-2012年喜临门集团有限公司主要经济指标走势
图表：2010-2012年喜临门集团有限公司经营收入走势
图表：2010-2012年喜临门集团有限公司盈利指标走势
图表：2010-2012年喜临门集团有限公司负债情况
图表：2010-2012年喜临门集团有限公司负债指标走势
图表：2010-2012年喜临门集团有限公司运营能力指标走势
图表：2010-2012年喜临门集团有限公司成长能力指标

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201305/93785.html>