

2012-2016年中国床垫市场 供需预测与投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2012-2016年中国床垫市场供需预测与投资趋势研究报告》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.chinairr.org/report/R12/R1201/201206/08-101292.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、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。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国床垫市场供需预测与投资趋势研究报告》共十六章。首先介绍了床垫行业相关概述、全球床垫行业发展现状等，接着分析了中国床垫市场运行的现状，然后介绍了中国床垫产业市场品牌、中国床垫行业市场竞争格局。随后，报告对中国床垫行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国床垫行业产业发展前景与投资战略。您若想对床垫产业有个系统的了解或者想投资床垫行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本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家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。

第一章 床垫行业相关概述

第一节 床垫细分产品透析

一、弹簧床垫

二、棕榈床垫

三、乳胶床垫

四、水床垫

五、气床垫

六、磁床垫

第二节 床垫行业特征

一、床垫指数

二、经济新指标

第二章 2011-2012年全球床垫行业发展现状分析

第一节 美国床垫行业发展分析

一、美国床垫业将持续低迷

二、中美床垫市场上演“冰火两重天”

三、床垫销售下滑透露美国第二波衰退

四、美国床垫业发展困境及对策

第二节 其他国家床垫行业发展分析

一、欧盟制定床垫生态标签标准要求

二、德国床垫市场分析

三、土耳其床垫商家投资美国市场分析

四、发展中国家床垫市场分析

第三章 2011-2012年中国家纺业整体运行态势分析

第一节 2011-2012年中国家纺行业运行简况

一、我国家纺业快速发展

二、我国家纺企业的差异化发展

三、我国家纺行业发展的四个走向

四、我国首个家纺行业指数正式发布

五、全球经济危机对家纺行业的影响

六、中国家纺产业集群透析

第二节 近几年中国家纺行业经济运行情况分析

一、2009年中国家纺经济运行情况分析

二、2010年中国家纺经济运行情况分析

三、2011年中国家纺经济运行情况分析

四、同比分析

第三节 家纺设计分析

一、家纺设计的层面及各环节的关系

二、家纺设计对中国家纺行业的作用

三、设计对家纺品牌的影响

四、中国家纺设计存在的问题及形成原因分析

五、中国家纺设计应走民族化道路

六、家纺设计知识产权的保护对策

第四节 2011-2012年家纺行业品牌发展分析

一、中国家纺行业品牌发展现状

二、国家推进服装家纺自主品牌建设

三、家纺企业遭遇品牌空心化问题

四、品牌的实施要注重实用价值

五、家纺企业应不断创新提升品牌贡献率

六、家纺企业建立品牌文化的重要性及建议

第五节 2011-2012年中国家纺行业运行态势分析

一、众多家纺企业加入轻纺城纺织创意行业

二、家纺企业自我调节

三、家纺企业必须建立长期的发展规划

第四章 2009-2011年中国床垫等其它家具制造行业数据监测分析

第一节 2009-2011年中国床垫等其它家具制造行业总体数据分析

一、2009年中国床垫等其它家具制造行业全部企业数据分析

二、2010年中国床垫等其它家具制造行业全部企业数据分析

三、2011年中国床垫等其它家具制造行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国床垫等其它家具制造行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国床垫等其它家具制造行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国床垫等其它家具制造行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国床垫等其它家具制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国床垫等其它家具制造行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国床垫等其它家具制造行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国床垫等其它家具制造行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国床垫等其它家具制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2009-2011年中国家具产量数据统计分析

第一节 2009-2010年中国家具产量数据分析

一、2009-2010年家具产量数据分析

二、2009-2010年家具重点省市数据分析

第二节 2011年中国家具产量数据分析

一、2011年全国家具产量数据分析

二、2011年家具重点省市数据分析

第三节 2011年中国家具产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第六章 2011-2012年中国床垫市场运行态势分析

第一节 2011-2012年中国床上用品市场运行总况

- 一、床上用品品牌步入洗牌期
- 二、床上用品业设计现状
- 三、中国床上用品销售渠道与品牌营销
- 四、床上用品市场需求分析
- 五、床上用品区域市场分析

第二节 2011-2012年中国床垫行业发展状况

- 一、中国床垫市场亮点
- 二、中国床垫市场现有结构分析
- 三、弱势床垫企业发展状况
- 四、床垫市场价格悬殊原因分析

第三节 2011-2012年国产床垫进军高端市场分析

- 一、国产品牌觊觎高端市场
- 二、分类制作创新策略
- 三、中国高端床垫市场格局分析

第七章 2011-2012年中国床垫产业市场品牌分析

第一节 2011-2012年软床垫中国名牌建设分析

- 一、轻工中国名牌产品的基本情况
- 二、中国名牌产品申请条件
- 三、弹簧软床垫行业培育中国名牌分析

第二节 2011-2012年中国部分地区床垫品牌分析

- 一、深圳市场床垫品牌分析
- 二、湖南床垫行业品牌动向分析
- 三、衡水床垫行业品牌发展分析

第三节 2011-2012年洋品牌在中国民用床垫市场发展分析

- 一、洋品牌掘金中国床垫市场
- 二、民用市场成布阵新重点
- 三、理念推广策略

第四节 2011-2012年中国床垫品牌竞争问题分析

- 一、产品卖点高度

二、销售人员话术

三、终端陈列

四、促销手段

第五节 2011-2012年中国家居行业调整战略分析

一、金融危机影响下家居行业战略转型分析

二、2011-2012年家居品牌竞争战略分析

三、高端家居战略调整分析

第八章 2011-2012年中国床垫需求与消费者偏好调查分析

第一节 2011-2012年家居消费者分析

一、富豪房产家居消费价格分析

二、“80后”家居消费行为分析

三、家居行业消费需求分析

四、整体家居装饰服务消费者成熟度分析

第二节 2011-2012年家居消费趋势分析

一、家居消费趋势起变化

二、家居消费价格趋向分析

三、家居消费环保时尚趋势

第三节 2011-2012年床垫消费调查分析

一、种类选择

二、席梦思床垫选购因素

三、床垫消费材质选择

四、床垫消费动因调查

第九章 2011-2012年中国床垫行业市场竞争格局分析

第一节 2011-2012年中国床垫市场竞争状况分析

一、高端床垫运用高科技抢市场

二、高度同质化的床垫品牌竞争

三、床垫市场竞争力分析

第二节 2011-2012年中国床垫产业集中度分析

一、床垫生产企业集中度分析

二、床垫市场集中度分析

第三节 2011-2012年中国床垫企业竞争策略分析

第十章 2011-2012年中国床垫优势企业市场竞争力分析

第一节 河北省穗宝家具有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 喜临门集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 雅兰家私工程有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 湖南省晚安家居实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 湖南星港实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 烟台吉斯家具有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 合肥皖宝床垫有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 际诺思（厦门）轻工制品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 湖南梦洁家纺有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 上海爱舒床垫有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2011-2012年中国床垫关联产业发展形势分析

第一节 2011-2012年房地产行业发展分析

一、2011年全国房地产市场发展状况

二、2012年1-5月份全国房地产市场运行情况

三、中国大中城市房屋市场销售价格指数

四、未来十年中国二、三线城市房地产投资潜力

第二节 2011-2012年中国家具行业发展分析

一、中国家具产业发展现状

二、中国家具行业发展速度分析

三、中国家具行业微利时代发展分析

四、中国家具行业发展挑战分析

五、中国家具产业发展趋势预测

第十二章 2012-2016年中国家居行业发展趋势分析

第一节 2012-2016年中国家居行业发展趋势分析

一、2012-2016年中国家居融合趋势

二、2012-2016年中国家居价格变化趋势

三、2012-2016年中国一站式整体家居趋势

四、2012-2016年中国家居消费趋势分析

第二节 2012-2016年中国家居行业发展前景分析

一、未来十年家居流行趋势分析

二、家居定制市场前景分析

三、家居产业发展前景分析

第十三章 2012-2016年中国床垫行业产业前景预测分析

第一节 2012-2016年中国睡眠产业前景预测

- 一、中国睡眠产业规模预测
- 二、未来国内外睡眠消费需求预测
- 三、国内睡眠产业转变预测

第二节 2012-2016年中国床垫行业新趋势探析

- 一、高端品牌床垫推广健康睡眠理念趋势
- 二、床垫未来发展趋势分析

第十四章 2011-2012年中国床垫行业投资现状综述

第一节 2011-2012年家居行业投资现状

- 一、西部家居行业投资状况
- 二、家居行业投资状况
- 三、风险投资与家居企业分析

第二节 2011-2012年中国床垫行业投资分析

- 一、山寨名牌充斥家居市场
- 二、小品牌急功近利促使抄袭
- 三、市场变革或提高品牌门槛
- 四、床垫成为新居投资重点

第十五章 2011-2012年中国床垫行业投资环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 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、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年中国床垫社会发展环境分析

第十六章 2012-2016年中国床垫行业投资战略研究

第一节 2012-2016年中国床垫行业投资机会分析

- 一、中国床垫业市场投资潜力分析

二、与产业链相关的投资机会分析

第二节 2012-2016年中国床垫行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、其他风险分析

第三节 2012-2016年中国家居行业调整战略分析

一、金融危机影响下家居行业战略转型分析

二、家居品牌竞争战略分析

三、高端家居战略调整分析

图表目录：（部分）

图表：国内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：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

通过《2012-2016年中国床垫市场供需预测与投资趋势研究报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/201206/08-101292.html>