

2014-2018年中国保健枕头 市场运行态势及投资战略研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2014-2018年中国保健枕头市场运行态势及投资战略研究报告》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/R1202/201402/25-149303.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

随着人们生活水平的不断提高，消费者的健康意识越来越强烈，吃穿住行都追求绿色健康，而枕头作为人们的生活必需品，绿色健康保健枕也成为热门话题。普通材质的枕头已经不能满足消费者的需求，许多具有理疗保健作用的枕头如后春笋般出现。目前养生保健枕还处于初级市场，大多城市的消费者并没有正确认识到拥有一个健康枕头的重要性，特别是像地市县市这样的三线城市，近几年地市县市经济文化水平都有很大提高，人们的健康意识也越来越强烈，保健枕渐渐被消费者所接受。

《2014-2018年中国保健枕头市场运行态势及投资战略研究报告》对我国保健枕头行业的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，进出口数据主要来自海关及商务部，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 保健枕头产品概述

第一节 保健枕的发展

一、保健枕头的历史

二、保健枕头的现代发展

第二节 保健枕基础概述

一、传统的枕头简述

二、保健枕性能及应用特点

第三节 保健枕的选购要素

一、选型

二、选高

第二章 2011-2013年世界床上用品业整体运营状况分析

第一节 2011-2013年世界床上用品行业运行环境浅析

第二节 2011-2013年世界床上用品行业市场运行格局

一、世界床上用品市场特征分析

二、欧委会对巴基斯坦的床上用品反倾销调查

三、世界床上用品市场动态分析

第三节 俄罗斯

一、俄罗斯床上用品市场容量分析

二、俄罗斯床上用品销量下降市场趋饱和

第四节 其它国家

一、英国床上用品毛巾进口量激增

二、德国顶级床上用品市场运行分析

第五节 2014-2018年世界枕头行业发展趋势分析

第三章 2011-2013年中国保健枕头的行业环境分析

第一节 2011-2013年中国经济环境分析

一、GDP

二、CPI

三、工业形势

四、固定资产投资

第二节 2011-2013年中国保健枕头行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第三节 2011-2013年中国保健枕头行业相关政策、法规、标准

第四节 2011-2013年中国保健枕头行业工艺技术发展状况分析

第四章 2011-2013年中国床上用品行业运行态势剖析

第一节 2011-2013年中国枕头行业发展动态分析

一、江苏梦兰集团全国床上用品分技术委员会成立

二、全国卫浴洁具、床上用品行业商圈联盟活动正式启动

第二节 2011-2013年中国床上用品行业发展现状

一、高速发展，处在转型期

二、与发达国家相比差距仍然明显

三、市场发展空间巨大

四、床上用品消费增速放缓 家纺销售增长乏力

第三节2011-2013年中国床上用品行业存在的问题

- 一、中低档产品生产过剩
- 二、技术含量高、高附加值的产品比重偏低
- 三、不能满足消费者在寝室文化和保健意识方面的需求
- 四、设计环节薄弱

第五章 2011-2013年中国枕头市场运行走势剖析

第一节 2011-2013年中国枕头市场运行特点分析

第二节2011-2013年中国枕头市场最新动态透析

- 一、预防手足口病的阿兰贝尔枕头上市
- 二、适之宝枕工坊枕头专卖落户芜湖

第三节2011-2013年中国枕头市场销售情况分析

- 一、功能型枕头市场热销
- 二、适之宝09年预销售枕头超100万只
- 三、好妮妮音乐枕要做中国枕头名牌
- 四、2010年我国床上用品出口回暖

第六章 2011-2013年中国保健枕头市场剖析

第一节 城市枕头市场分析

- 一、人们对枕头养生保健功能需求
- 二、传统枕头市场分析
- 三、天然材料为原料的绿色植物枕头逐渐成为枕头市场上的宠儿

第二节 2011-2013年中国保健枕细分分析

- 一、化纤枕头（珍珠绵枕头、太空绵枕头、记忆绵枕头）
- 二、草本植物枕头（如茶叶枕、决明子枕等）

第七章 2008-2011年中国保健枕头相关产品进出口数据分析

第一节 2008-2011年中国棉制印花枕套、枕罩进出口数据监测分析（63022190）

- 一、2008-2011年中国棉制印花枕套、枕罩进口数据分析
- 二、2008-2011年中国棉制印花枕套、枕罩出口数据分析
- 三、2008-2011年中国棉制印花枕套、枕罩进出口平均单价分析

四、2008-2011年中国棉制印花枕套、枕罩进出口国家及地区分析

第二节 2008-2011年中国化纤制印花枕套进出口数据监测分析（63022290）

一、2008-2011年中国化纤制印花枕套进口数据分析

二、2008-2011年中国化纤制印花枕套出口数据分析

三、2008-2011年中国化纤制印花枕套进出口平均单价分析

四、2008-2011年中国化纤制印花枕套进出口国家及地区分析

第三节 2008-2011年中国棉制枕壳进出口数据监测分析（63079000）

一、2008-2011年中国棉制枕壳进口数据分析

二、2008-2011年中国棉制枕壳出口数据分析

三、2008-2011年中国棉制枕壳进出口平均单价分析

四、2008-2011年中国棉制枕壳进出口国家及地区分析

第八章 2011-2013年中国床上用品——枕头市场销售透析

第一节 2011-2013年中国床上用品市场营销概况

一、床上用品品牌经营战略的模式

二、中国床上用品主要营销渠道构成

三、中国床上用品行业品牌化营销趋势明显

第二节 2011-2013年中国枕头市场营销透析

一、健康枕头的七大销售渠道

二、国内枕头市场划分

1、新人市场

2、儿童的枕头市场

3、健康品和礼品市场

4、其它家庭枕头更新市场

5、酒店及个性定做市场

第三节 营销案例解析——适之宝枕头连锁道路

第九章 2011-2013年中国保健枕头市场运营状况分析

第一节 2011-2013年中国保健枕头行业态势

一、种类繁多

二、发展空间客观

第二节 2011-2013年中国保健枕头行业销售模式分析

一、自助式销售模式

二、网络销售

三、门店销售

第三节 2011-2013年中国保健枕市场动态分析

一、保健枕市场销售情况

二、品版保健枕价格分析

三、影响消费的因素分析

第十章 2011-2013年中国其它传统枕头市场运行分析

第一节 乳胶枕

一、乳胶枕市场销售情况

二、乳胶枕价格分析

三、影响消费的因素分析

第二节 羽绒枕

一、羽绒枕市场销售情况

二、羽绒枕价格分析

三、影响消费的因素分析

第三节 化纤枕

一、化纤枕市场销售情况

二、化纤枕价格分析

三、影响消费的因素分析

第十一章 2011-2013年中国保健枕头市场消费者调查分析

第一节 2011-2013年中国保健枕头消费者结构调查

一、年龄结构

二、性别结构

三、职业及睡眠状况

四、区域分布

第二节 2011-2013年中国保健枕头消费者行为调研

一、消费者对保健枕头认知渠道及品牌认知情况

二、消费者购买保健枕头原因分析

三、消费者购买保健枕头的使用状况

四、消费者对保健枕头价格可接受范围调查

五、消费者购买保健枕的渠道调研

六、消费者对保健枕头满意度调研

第三节 影响消费者购买保健枕的因素调研

第四节 2011-2013年中国保健枕头产品功能期望调查

第十二章 2011-2013年中国床上用品—枕头市场销售透析

第一节 2011-2013年中国床上用品市场营销概况

一、床上用品品牌经营战略的模式

二、中国床上用品主要营销渠道构成

三、中国床上用品行业品牌化营销趋势明显

第二节 2011-2013年中国保健枕头市场营销透析

一、健康枕头的七大销售渠道

二、国内枕头市场划分

1、新人市场

2、儿童的枕头市场

3、健康品和礼品市场

4、其它家庭枕头更新市场

5、酒店及个性定做市场

第三节 营销案例解析—适之宝枕头连锁道路

第十三章 国外保健枕头优势企业竞争力分析

第一节 美国Enlanda爱蒙

一、企业概况

二、产品特色与竞争力分析

三、市场销售情况分析

四、国际发展战略分析

第二节 美国Jennifer Taylor

一、企业概况

二、产品特色与竞争力分析

三、市场销售情况分析

四、国际发展战略分析

第三节 美国Serta

一、企业概况

二、产品特色与竞争力分析

三、市场销售情况分析

四、国际发展战略分析

第四节 丹麦tempur

一、企业概况

二、产品特色与竞争力分析

三、市场销售情况分析

四、国际发展战略分析

第十四章 中国保健枕头竞争力关键性竞争指标分析

第一节 杭州华兴实业集团有限公司

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

第二节 杭州嘉丰羽绒制品有限公司

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

第三节 深圳金弘三鸟羽绒制品有限公司

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

第四节 浙江恒迪寝具有限公司

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

第五节 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

第六节 佛山市黛富妮家饰用品有限公司

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

第七节 海门市巨丰卧室用品有限责任公司

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 扬州万达羽绒制品股份有限公司

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 深圳金弘三鸟羽绒制品有限公司

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

第十节 喜荣家私海绵（深圳）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

第十五章 2014-2018年中国保健枕头行业发展趋势与前景展望

第一节 2014-2018年中国保健枕头行业发展前景分析

一、床上用品业将成为我国纺织业中最具发展前景的产业之一

二、中国保健枕市场前景透析

三、植物保健枕头成市场新宠

第二节 2014-2018年中国保健枕头行业发展趋势分析

一、床上用品朝多元化发展方向迈进

二、床上用品需求的发展趋势

三、健康保健枕头逐步流行成为保健枕头市场的主流

第三节 2014-2018年中国保健枕头行业发展规模预测分析

一、中国保健枕头行业增长率预测分析

二、中国保健枕头供应预测分析

三、中国保健枕头需求预测分析

四、中国保健枕头市场盈利预测分析

第四节 2014-2018年中国保健枕头工艺技术的发展趋势分析

第十六章 2014-2018年中国保健枕头行业投资预测分析

第一节 中国床上用品投资特性分析

第二节 2014-2018年中国保健枕头行业投资机会分析

一、中国床上用品投资潜力分析

二、高档床上用品市场商机巨大

三、中国保健枕头市场投资热点分析

第三节 2014-2018年中国保健枕头行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

图表目录：

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：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：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/201402/25-149303.html>