

中国婴儿床市场产销调研及盈利空间研究报告（2014-2018）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国婴儿床市场产销调研及盈利空间研究报告（2014-2018）》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/171625171625.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

近年来，婴幼儿产品市场几度出现混乱不堪、有鱼龙混杂、挂羊头，卖狗肉之势。从三聚氰胺奶粉，到黑心棉婴儿服饰，到问题奶瓶，再到现在出口婴儿床数次被召回事件。所以婴儿床的质量及安全，不得不引起家长、相关部门及社会的关注。

一般来说，出口产品的质量是确保的，是经过相关部门重重把关，是可以令人放心使用的。但是如今出口的婴儿床都令人望而生畏。可想而知，市场上销售的普通婴儿床质量是诸多问题。

从材料的选择，结构及框架设计，油漆的选用，再到床体上的雕花及装饰物，都存在着各式各样的问题。部分质量不过关的问题婴儿床散发着强烈刺鼻的木头味。别说是刚出生的婴儿了，成年人时刻闻着这刺鼻味，也无法正常生活。另外，床体结构的松散、不稳定，也易使得婴儿的身体受到伤害。设计尺度的不合理，油漆、雕花及装饰物的配备，总之，从设计到生产，任何一个环节考虑的不周到、不严谨，都有可能造成婴幼儿身体的损伤。

中国报告网发布的《中国婴儿床市场产销调研及盈利空间研究报告（2014-2018）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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 婴儿床产业相关概述

第一节 婴儿床基础简述

- 一、婴儿床规格
- 二、婴儿床特性
- 三、安全婴儿床的几个必备要素
- 四、婴儿床尺寸和床垫的选择标准

第二节 婴儿床不同时期的需求

- 一、婴儿期
- 二、幼儿早期
- 三、幼儿后期

四、不同时期的需求

第三节 婴儿床的分类

一、小型摇篮床

二、一般婴儿床

三、组合式床组

四、儿童床

五、游戏床

六、摇摆床

第二章 2012-2013年中国婴儿床行业运行环境分析

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、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012-2013年中国婴儿床政策法规环境分析

一、家具行业政策环境分析

二、北美婴儿床政策环境分析

三、欧盟婴儿床政策环境分析

第三节 2012-2013年中国婴儿床社会发展环境分析

第三章 2012-2013年中国婴儿床产业运行动态分析

第一节 2012-2013年中国儿童家具亮点透析

一、儿童家具的细节设计

二、国内儿童家具市场特点分析

三、中国儿童家具品牌核心价值

四、儿童家具市场存在的问题

第二节 2012-2013年中国婴儿床产业热点聚焦

一、中国婴儿床品牌状况

二、中国婴儿床价格情况分析

三、美加婴儿床召回事件分析

四、婴儿床产品研发情况分析

第四章 2010-2012年中国家具制造行业主要数据监测分析

第一节 2010-2012年中国家具制造行业总体数据分析

一、2010年中国家具制造行业全部企业数据分析

二、2011年中国家具制造行业全部企业数据分析

三、2012年中国家具制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国家具制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国家具制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国家具制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国家具制造行业不同规模企业数据分析
- 第三节 2010-2012年中国家具制造行业不同所有制企业数据分析
 - 一、2010年中国家具制造行业不同所有制企业数据分析
 - 二、2011年中国家具制造行业不同所有制企业数据分析
 - 三、2012年中国家具制造行业不同所有制企业数据分析
- 第五章 2010-2012中国婴儿床相关产品产量统计分析
 - 第一节 2010-2012年中国家具产量统计分析
 - 一、2010-2011年全国家具产量分析
 - 二、2012年全国及主要省份家具产量分析
 - 三、2012年全国家具产量集中度分析
 - 第二节 2010-2012年中国木质家具产量统计分析
 - 一、2010-2011年全国木质家具产量分析
 - 二、2012年全国及主要省份木质家具产量分析
 - 三、2012年全国木质家具产量集中度分析
- 第六章 2012-2013年中国婴儿床关联产业发展分析
 - 第一节 2012-2013年中国家具行业发展分析
 - 一、中国家具行业发展速度分析
 - 二、中国家具行业发展挑战分析
 - 三、影响家具行业发展的市场规律
 - 四、家具产业发展趋势
 - 第二节 2012-2013年中国婴童行业发展分析
 - 一、婴童经济分析
 - 二、中国婴童产品市场规模
 - 三、中国婴童内需市场分析
 - 四、婴童行业发展存在的问题
 - 五、婴童产业发展趋势展望
- 第七章 2012-2013年中国婴儿床消费者偏好调查及营销策略分析
 - 第一节 2012-2013年中国家居消费者分析
 - 一、“80后”家居消费行为分析
 - 二、家居行业消费需求分析
 - 三、整体家居消费者成熟度分析
 - 第二节 2012-2013年中国儿童家具消费者情感分析
 - 一、儿童家具的情感化设计

二、儿童家具市场细分研究

三、儿童家具的消费者情感分析

第三节 2012-2013年中国儿童家具消费者调查分析

一、儿童家具消费者结构分析

二、上海儿童家具消费者调查

三、深圳儿童家具消费者调查

第四节 2012-2013年中国婴儿床主要营销模式分析

一、直营模式

二、代理经销商模式

三、大型综合连锁卖场模式

四、网络营销

第五节 2012-2013年中国婴儿床行业市场营销战略分析

一、从生产导向转向市场导向

二、从产品竞争转向多要素全方位竞争

三、从产品营销到品牌营销和文化营销

四、儿童家具进行绿色营销策略的必要性

第六节 2013-2018年中国婴儿床营销趋势分析

第八章 2012-2013年中国婴儿床市场竞争格局分析

第一节 2012-2013年中国婴儿床产品竞争分析

一、婴儿床品牌竞争分析

二、婴儿床价格竞争分析

三、婴儿床设计与功能诉求竞争力分析

第二节 2012-2013年中国婴儿床竞争环境分析

一、竞争者分析

二、消费者分析

三、商业环境分析

第三节 2012-2013年中国婴儿床行业集中度分析

第四节 2012-2013年中国婴儿床企业提升竞争策略分析

第九章 2012-2013年中国婴儿床品牌企业竞争性财务指标分析

第一节 好孩子集团有限公司（好孩子婴儿床）

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 成都市全友家私有限公司（全友儿童床）

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 小天使婴童用品(中山)有限公司（小天使婴儿床）

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 汕头市金发妇幼用品有限公司

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

第五节 昆山小小恐龙儿童用品有限公司（小龙哈彼/小小恐龙）

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 中山宝宝好日用制品有限公司

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

第七节 厦门贝品儿童用品有限公司

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

第八节 其它品牌企业竞争力分析

一、芙儿优ForU

二、硕士婴儿床

三、宜家IKEA婴儿床

四、宝宝好婴儿床

五、拉比Lucky baby

第十章 2013-2018年中国家居行业发展趋势预测分析

第一节 2013-2018年中国家居行业发展趋势分析

一、家居融合趋势分析

二、家居价格变化趋势

三、一站式整体家居趋势

第二节 2013-2018年中国家居消费趋势分析

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 2013-2018年中国家居行业发展前景分析

一、未来家居流行趋势分析

二、家居定制市场前景分析

三、家居产业发展前景分析

第十一章 2013-2018年中国婴儿床行业发展趋势预测分析

第一节 2013-2018年中国睡眠产业发展前景分析

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 2013-2018年中国儿童家具行业发展趋势分析

一、儿童家具流行趋势

二、儿童房市场前景及趋势

第三节 2013-2018年中国婴儿床流行趋势分析

一、婴儿床科技化趋势分析

二、婴儿床卡通化趋势分析

三、婴儿床智能化趋势分析

第十二章2013-2018年中国儿童家具行业前景及投资分析

第一节 2013-2018年中国家居行业投资现状

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 2013-2018年中国行业发展前景分析

一、儿童家具市场潜力

二、儿童家具市场趋势

三、儿童家具市场前景

第十三章 2013-2018年中国婴儿床行业投资价值研究分析

第一节 2013-2018年中国婴儿床行业投资环境分析

第二节 2013-2018年中国婴儿床行业投资机会分析

一、婴儿床投资潜力分析

二、婴儿床投资吸引力分析

第三节 2013-2018年中国婴儿床行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、技术风险分析

第十四章 2013-2018年中国婴儿床行业投资战略研究

第一节 家居行业投资策略分析

一、家居店投资策略

二、家居投资开店筹划策略

三、家居品牌竞争战略

第二节 2013-2018年中国婴儿床行业发展战略研究

一、技术开发战略

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

六、企业信息化战略规划

第三节 对中国婴儿床品牌的战略思考

- 一、品牌的基本含义
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性
- 三、婴儿床品牌的特性和作用
- 四、婴儿床品牌的价值战略
- 五、中国婴儿床品牌竞争趋势
- 六、婴儿床企业品牌发展战略
- 七、婴儿床行业品牌竞争策略

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://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/171625171625.html>