

# 2008-2009年中国婴儿床市场分析报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2009年中国婴儿床市场分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2853128531.html>

报告价格：电子版: 8500元 纸介版：8300元 电子和纸介版: 8900

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

[英文版]: 纸介版:15800元 电子版:16800元

第一章 国内外婴儿床行业发展环境分析第一节 中国人口结构分析一、中国人口出生情况二、中国人口地区分布状况三、中国人口结构面临的六大问题第二节 国内经济和社会环境分析一、近年来我国国民经济发展概况二、城市化和人民生活水平第二节 国际环境分析一、英国提倡一个家庭只生两个孩二、俄罗斯用经济手段提高生育率三、法国迎来25年来最大婴儿潮四、2006年日本人口出生率回升第三节 国际婴儿床市场分析一、国际婴儿床行业发展成熟度分析二、国际婴儿床行业发展趋势三、主要国家婴儿床市场现状第二章 2008-2009年婴儿床行业结构分析第一节 婴儿床行业基本特征一、婴儿床行业主要细分产品二、婴儿床行业产业链分析第二节 婴儿床行业竞争格局一、婴儿床行业主要企业和主要品牌二、婴儿床市场集中度分析第三节 婴儿床行业的“波特五力模型”分析一、现有企业间的竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力第三章 2008-2009年中国婴儿床行业生产状况分析第一节 2001-2007年婴儿床产量增长情况第二节 婴儿床行业产能分析一、主要生产企业及其产能二、婴儿床行业产能扩张趋势三、重点省区产能分析第三节 婴儿床行业成本结构分析一、原材料成本二、研发和设计成本三、知识产权使用许可费四、劳动力成本五、其它成本第四节 婴儿床行业生产中存在的主要问题第四章 2008-2009年中国婴儿床市场供需状况分析第一节 婴儿床消费需求特征分析一、城镇和农村消费者需求特征二、不同收入层次家庭需求特征三、婴儿床等细分产品的需求特征四、婴儿床消费的决策过程分析第二节 2001-2007年婴儿床行业供需状况 一、2001-2007年婴儿床供给状况 二、2001-2007年婴儿床需求状况 三、2001-2007年婴儿床供需缺口分析 四、2008-2009年我国婴儿床供需缺口变化趋势预测 第三节 2008-2009年中国婴儿床消费量分析 一、2001-2007年我国婴儿床消费量二、2001-2007年婴儿床各细分产品消费量三、2008-2009年我国婴儿床消费量预测第四节 影响婴儿床行业供需关系的主要因素 第五章 2008-2009年主要区域市场分析第一节 华北地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第二节 东北地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第三节 华东地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第四节 华中地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第五节 华南地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第六节 西南地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第七节 华南地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第六章 2008-2009年婴儿床行业市场营销分析第一节 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、网络营销第二节 营销策略分析一、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、从单一的产品结构到以鞋、服装、配件的产品系列化

第三节 婴儿床企业营销模式建议

一、婴儿床企业的国内营销模式建议 (一) 婴儿床企业的渠道建设

(二) 婴儿床企业的品牌建设 二、婴儿床企业海外营销模式建议

(一) 婴儿床企业的海外细分市场选择 (二) 婴儿床企业的海外经销商选择

第四节 婴儿床行业市场营销发展趋势一、展望中国婴儿床营销未来二、未来婴儿床营销模式发展趋势

第七章 2008-2009年婴儿床行业进出口分析第一节 婴儿床进出口现状一、进口规模及产品结构二、出口规模、产品结构及主要市场

第二节 我国婴儿床面临的“反倾销 颀 鑛北 0 琢畱誣鮠 浓 獮 葎椳踰鞣謀

二、应对反倾销调查的措施

第三节 2008-2009年中国婴儿床进出口发展趋势分析

第八章 2008-2009年中国婴儿床行业市场预测分析第一节 2008-2009年中国婴儿床季节特征分析

第二节 2008-2009年中国婴儿床产品趋势分析

第三节 2008-2009年中国婴儿床价格走势

第四节 2008-2009年中国婴儿床竞争格局分析

第九章 2008-2009年婴儿床行业主要品牌企业分析

第一节 好孩子婴儿床 一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第二节 小天使婴儿床 一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第三节 全友儿童床 一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第四节 芙儿优ForU 一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第五节 硕士婴儿床 一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第六节 小龙哈彼/小小恐龙 一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第七节 宜家IKEA婴儿床 一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第八节 宝宝好婴儿床 一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第九节 拉比Lucky baby 一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第十节 芙莱莎FLEXA 一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第十章 2008-2009年婴儿床行业投资价值与投资策略分析

第一节 婴儿床行业投资价值分析 一、婴儿床行业发展前景分析二、婴儿床行业盈利能力预测三、投资机会分析四、投资价值综合分析

第二节 婴儿床行业投资风险分析 一、市场风险二、竞争风险三、原材料价格波动的风险四、经营风险五、政策风险

第三节 婴儿床行业投资策略分析 一、市场定位二、重点区域

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2853128531.html>