

2014-2018年中国婴儿睡袋 市场供需预测及投资战略咨询报告

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

《2014-2018年中国婴儿睡袋市场供需预测及投资战略咨询报告》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/201312/101233.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

婴儿睡袋是为了防止婴儿睡觉蹬被而使用的包裹婴儿身体的睡眠用品。随着工业产业化年的发展，妇女走出家门参加工作越来越普遍，已经成为各个领域的半边天。全天候的照料宝宝，看管宝宝晚上睡觉的任务已成为年轻妈妈不可承受之重。并且，随着科学育儿知识的普及，越来越多的父母已认识到需要给宝宝自己的睡眠空间。几乎所有的宝宝拥有自己的婴儿床和自己的睡眠用品。而独自睡觉的宝宝，睡眠中蹬被的问题也随之而来。婴儿睡袋，作为可以防止宝宝蹬被着凉的睡眠用品，应运而生，并得到年轻父母们的青睐而大行其道。

作为新兴的母婴类家居用品行业婴儿睡袋，目前已经广泛地流行于中国市场！

宝宝睡袋排行榜一：咱家宝贝（our baby）睡袋。咱家宝贝（our baby）是个专业做睡袋的品牌，他们经过多年生产和出口到发达国家的经历和经验，已经拥有了来自国际视野的设计理念和产品的质量要求。目前，咱家宝贝睡袋已经是第四代了，下面我给大家来介绍一下它的优势。首先，咱家宝贝睡袋从面料到内胆到填充都是100%全棉的，所有面料全部是出口欧美日韩等发达国家的，面料全部是具有OEKO一级证书的工厂生产的，十分柔软，绝对安全，给宝宝娇嫩的肌肤使用非常合适。其次是它的形态，咱家宝贝睡袋全部设计成喇叭筒型，有超强的立体感，宝宝们会睡的很舒适。值得关注的是它的外层，竟然全部采用的是手工刺绣，完全杜绝印花染色，减少印染对宝宝产生的刺激，这样不仅卫生而且也环保。还有咱家宝贝睡袋是一年四季都能使用的。春秋季时，妈妈只要把睡袋内胆脱下既可；夏季时只要将袖子拉链轻轻拉下，立马变成夏季背心式睡袋；冬季，妈妈将内胆套好，那么睡袋就如同一床软绵绵暖暖的被子了。咱家宝贝四季睡袋的内胆是采用100%原生纤维制成，目前是最厚最柔软的哦！而且它的设计非常人性化，是双向拉链哦。这样方便穿脱和换尿片，并且所有拉链都有挡片设计。还有一个特别值得关注的是，咱家宝贝四季睡袋能随着宝宝成长而一起长大哦，它底部设有3个暗扣，能扣在不同的位置，睡袋的长短自由调节。您看这是不是真正的在实用性和使用性上大大增强了！

宝宝睡袋排行榜二：婴悦家睡袋，婴悦家品牌创建于2008年。他们主要经营母婴家纺用品。他们是以围嘴、凉席、尿布为主要生产产品，婴悦家婴儿睡袋性价比不是很高，由于从事母婴家纺行业较早，所以在国内市场占据一定份额。上海婴悦家实业是致力于全方位母婴家纺品牌运营公司，全力打造“婴悦家”成为国内母婴家纺行业知名品牌之一。

宝宝睡袋排行榜三：贝贝爱睡袋。贝贝爱睡袋是上海贝贝爱服装有限公司旗下的主力品牌。品牌创建于2009年，公司主要以核心设计技术为主打优势，贝贝爱睡袋经历了直筒式、喇叭式到立体式三次大的改版，目前正在进行新一代睡袋的设计之中。自贝贝爱睡袋推出以来，改进了许多传统睡袋的缺点，让睡袋进入了实用时代。

第一章消费者购买行为调查

第一节购买行为研究

- 一、品牌选择
- 二、型号选择
- 三、信息渠道选择
- 四、价格选择
- 四、购买场所选择
- 五、购买的关注因素

第二节品牌调查研究

- 一、品牌认知度分析
- 二、品牌美誉度分析
- 三、理想品牌特点及优先选择品牌
- 四、品牌的地区影响力和品牌价值表现

第三节用户价值评估调研

- 一、价值持续性评估
- 二、价值收益性评估
- 三、用户心理价值评估
- 四、总体用户价值评估

第二章 2013年婴儿睡袋消费者偏好深度调查

第一节婴儿睡袋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

第二节婴儿睡袋产品的品牌市场调查

- 一、消费者对品牌消费意识形态调研
- 二、消费者对婴儿睡袋产品偏好调查
- 三、消费者对婴儿睡袋的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、婴儿睡袋忠诚度调查
- 六、婴儿睡袋市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第三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

第三章消费者使用婴儿睡袋数据调查信息反馈

第一节消费者使用婴儿睡袋产品基本情况调查

- 一、消费者使用婴儿睡袋产品的比例分析
- 二、消费者使用的婴儿睡袋产品的品牌排名分析
- 三、消费者对其使用的婴儿睡袋产品的满意度分析
- 四、消费者对其使用的婴儿睡袋产品的不满意的地方分析

第二节消费者将来准备或者继续使用婴儿睡袋产品的情况分析

- 一、没有或者曾经使用过婴儿睡袋产品的消费者准备重新使用比例分析
- 二、现在正在使用的或者准备使用婴儿睡袋产品的消费者继续使用比例分析
- 三、消费者认为可能成为购买婴儿睡袋产品契机的广告形式分析
- 四、消费者在购买婴儿睡袋产品时将会做为参考的信息来源分析
- 五、消费者在购买婴儿睡袋产品时所重视的要素分析
- 六、消费者想要购买的婴儿睡袋产品的品牌排名分析
- 七、消费者感兴趣的婴儿睡袋产品品牌排名分析

第三节婴儿睡袋厂商的品牌推广情况研究

- 一、消费者眼里各大婴儿睡袋产品厂商的品牌形象情况
- 二、消费者认为最近强烈关注某婴儿睡袋产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况

第四章 2013年婴儿睡袋产品品牌市场实地调查研究

第一节 2013年婴儿睡袋产品品牌市场价格走势

- 一、价格形成机制分析
- 二、婴儿睡袋产品品牌平均价格趋势分析
- 三、2010-2013年婴儿睡袋产品品牌价格走势预测

第二节影响婴儿睡袋产品品牌价格因素分析

- 一、消费税调整对婴儿睡袋产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对婴儿睡袋产品品牌价格的影响

第三节 2013年婴儿睡袋产品品牌市场消费状况分析

一、2013年婴儿睡袋产品品牌市场消费结构

二、2013年婴儿睡袋产品品牌市场消费特点

三、2013年影响婴儿睡袋产品品牌市场消费因素

第四节 2013年婴儿睡袋主流品牌厂商

一、主流品牌结构对比

1、整体市场主流品牌对比

2、婴儿睡袋市场主流品牌消费

二、产品品牌结构对比

1、整体市场品牌对比

2、婴儿睡袋市场品牌消费

第五章 2013年婴儿睡袋产品市场消费状况统计情报

第一节 2013年婴儿睡袋市场运行走势分析

一、婴儿睡袋竞争对手商铺、商场监测数据

二、婴儿睡袋排名实地调研结果

三、婴儿睡袋产品相关联行业或产品情况

四、2013年婴儿睡袋市场主要品牌所占市场消费份额

五、2013年婴儿睡袋市场各品牌新动向监测

第二节 2013年婴儿睡袋产品主要品牌动态关注

一、婴儿睡袋销售额前十名排名情况

二、婴儿睡袋竞争力前十名排名情况

三、婴儿睡袋市场份额前十名排名情况

四、婴儿睡袋发展潜力前十名排名情况

第三节 2014-2018年婴儿睡袋产品市场销售策略探讨

第六章 婴儿睡袋市场产销数据跟踪监测

第一节 2011-2013年婴儿睡袋产品产销状况监测

一、2011-2013年婴儿睡袋产品产量分析

二、2011-2013年婴儿睡袋产品产能分析

三、2011-2013年婴儿睡袋产品市场需求状况

第二节 2011-2013年婴儿睡袋产品历年消费量数据分析

第三节 2013年婴儿睡袋产品市场主要供给数据统计

第四节 2013-2018年婴儿睡袋产品市场需求预测

第七章 2013年婴儿睡袋市场经销模式及营销渠道考察

第一节 2013年婴儿睡袋产品主要经销方式深度探讨

一、2013年婴儿睡袋产品市场批发分析

二、2013年婴儿睡袋产品加盟商（代理）

三、2013年婴儿睡袋产品自主经营分析

第二节 2013年婴儿睡袋产品销售渠道及盈利模式调研

一、2013年婴儿睡袋产品销售渠道特征分析

二、婴儿睡袋产品销售渠道管理基本要素分析

三、2013年婴儿睡袋产品营销渠道分析

1、紧密销售渠道

2、主体销售渠道

3、松散型销售渠道

4、辅助型销售渠道

第四节 2013年婴儿睡袋产品销售渠道控制五力模型研究

一、报酬力

二、强制力

三、合法权力

四、专业知识力

五、参照力

第八章 同竞争对手产品对比分析研究

第一节 与竞争对手产品拥有度比较分析

第二节 与竞争对手品牌满意度比较分析

一、竞争对手品牌关注度调查分析

二、竞争对手品牌活跃度调查分析

第三节 竞争对手预购度比较分析

第四节 竞争对手预算范围构成比较分析

第五节 竞争对手品牌用户特征比较分析

- 一、竞争对手用户基本特征比较分析
- 二、竞争对手用户性别构成比较分析
- 三、竞争对手用户年龄构成比较分析
- 四、竞争对手用户婚姻状况构成比较分析

第六节竞争对手用户结构分布

- 一、竞争对手用户行业构成比较
- 二、竞争对手用户地区构成比较

第七节竞争对手用户消费能力

- 一、竞争对手用户月收入构成比较研究
- 二、竞争对手用户月支出构成比较研究
- 三、竞争对手用户职位构成比较研究
- 四、竞争对手用户教育程度构成比较研究

第八节竞争对手品牌用户消费与生活形态比较

- 一、竞争对手用户个人爱好比较
- 二、竞争对手用户消费观点/行为比较

第九章同竞争对手媒介与广告接触比较剖析

第一节日常接触媒体分析

第二节影响用户购买行为的媒体分析

第三节用户接触的网络广告种类分析

第四节影响用户购买行为的网络媒体比较分析

第五节用户在上网过程中关注、浏览的广告形式比较分析

第六节用户记忆最深的网络广告对应产品/服务比较分析

第七节用户感兴趣、主动关注产品/服务广告比较分析

第八节竞争对手产品渗透率比较分析

第十章消费者使用行为研究

第一节消费者婴儿睡袋拥有率分析

第二节消费者婴儿睡袋品牌拥有率分析

第三节消费者购买婴儿睡袋的主要用途分析

第四节消费者对婴儿睡袋售后服务中免费质保年限的期望分析

第五节细分消费群体消费研究

- 一、潜在消费群体消费特征研究
- 二、产品态度和利益追求细分消费群体研究

第十一章 婴儿睡袋销售渠道实地调研

第一节 专卖店实地调查

- 一、渠道特点
- 二、销售状况
- 三、消费人群
- 四、销售策略

第二节 购物中心----专柜

- 一、渠道特点
- 二、销售状况
- 三、消费人群
- 四、销售策略

第三节 连锁超市----专柜

- 一、渠道特点
- 二、销售状况
- 三、消费人群
- 四、销售策略

第四节 网络营销模式—网店

- 一、渠道特点
- 二、销售状况
- 三、消费人群
- 四、销售策略

第五节 专业线渠道

- 一、渠道特点
- 二、销售状况
- 三、消费人群
- 四、销售策略

第六节 ……

第十二章 婴儿睡袋产品知名品牌竞争对手跟踪监测结果

第一节品牌A

- 一、品牌认知与形象
- 二、品牌竞争力评价
- 三、品牌市场占有率
- 四、品牌铺货情况
- 五、品牌营销渠道
- 六、品牌定位
- 七、品牌战略
- 八、品牌价值

第二节品牌B

- 一、品牌认知与形象
- 二、品牌竞争力评价
- 三、品牌市场占有率
- 四、品牌铺货情况
- 五、品牌营销渠道
- 六、品牌定位
- 七、品牌战略
- 八、品牌价值

第三节品牌C

- 一、品牌认知与形象
- 二、品牌竞争力评价
- 三、品牌市场占有率
- 四、品牌铺货情况
- 五、品牌营销渠道
- 六、品牌定位
- 七、品牌战略
- 八、品牌价值

第四节品牌D

- 一、品牌认知与形象
- 二、品牌竞争力评价
- 三、品牌市场占有率
- 四、品牌铺货情况

五、品牌营销渠道

六、品牌定位

七、品牌战略

八、品牌价值

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201312/101233.html>