

2014-2020年中国（全球） V型安逸枕市场调研与投资方向研究报告

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

《2014-2020年中国（全球）V型安逸枕市场调研与投资方向研究报告》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.cction.com/report/201404/103952.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

【 目录 】

第一章、V型安逸枕行业界定（内容）

第一节、行业界定

第二节、行业的主要特点（周期性/区域性/季节性）

第二章、V型安逸枕行业历史（判断行业变迁的驱动因素）

第一节、全球V型安逸枕产业变迁史

第二节、技术/产品/产地/客户/价格变化史

第三节、典型国外市场发展历史

第四节、技术/产品/产地/客户/价格变化史

第五节、国内市场发展历史

第六节、产地变迁史

第七节、技术升级史

第八节、产品升级史

第九节、价格变化史

第十节、客户变化史

第三章、V型安逸枕行业宏观环境（选择与产业紧密相关者分析）

第一节、政治

第二节、国家产业政策

第三节、地方政府政策

第四节、经济

第五节、国民经济增长速度

第六节、国家进出口增长速度

第七节、所在领域增长速度

第八节、利率/存款准备金比例

第九节、劳动力成本

第十节、税收政策

第十一节、能源/水/运输等成本情况

第十二节、上下游及替代品市场增长速度

第十三节、社会

第十四节、恩格尔指数

第十五节、消费结构变化

第十六节、社会稳定性

第十七节、人口结构

第十八节、城镇化

第十九节、技术

第二十节、最新技术趋势

第二十一节、技术所带来的成本/产品改进/普及度等影响

第四章、V型安逸枕行业市场分析

第一节、行业的市场规模

第二节、目前的规模

第三节、细分市场的规模

第四节、按区域划分的规模

第五节、潜在的规模

第六节、细分市场的规模

第七节、按区域划分的规模

第八节、行业的成长性

第九节、行业过去三年和未来三年的增长速度

第十节、过去三年的增长速度

第十一节、未来三年的增长速度

第十二节、行业的主要增长驱动力

第十三节、客户基数扩大

第十四节、产品价格提高

第十五节、技术与产品升级

第十六节、市场结构性拓展

第十七节、产品应用领域拓宽

第十八节、行业盈利能力

第十九节、行业平均毛利润率

第二十节、行业平均净利润率

第二十一节、行业平均资产回报率
第二十二节、行业竞争格局
第二十三节、企业数量
第二十四节、市场集中度及集中趋势
第二十五节、竞争手段（价格/技术/服务/品牌/渠道）
第二十六节、主要的竞争者1/2/3/4
第二十七节、营收规模
第二十八节、成长性
第二十九节、盈利能力
第三十节、优劣势
第三十一节、进入壁垒
第三十二节、行业所处阶段（萌芽、成长、成熟、衰退）

第五章、V型安逸枕行业价值链分析

第一节、判断各环节、的重要性与壁垒门槛
第二节、各环节、收入占比
第三节、各环节、的壁垒门槛
第四节、各环节、的竞争情况
第五节、供应商
第六节、重点：判断供应商的重要性
第七节、判断标准
第八节、供应商数量
第九节、供应商规模
第十节、供应品的标准化程度
第十一节、每次采购的数量及占供方产量比
第十二节、供应商的利润水平
第十三节、供应商向下游延伸的可能性
第十四节、设计/研发
第十五节、重点：判断研发的重要性
第十六节、判断标准
第十七节、技术人员知识/经验要求
第十八节、技术人员规模

第十九节、研发时间、资金投入数量

第二十节、渠道

第二十一节、渠道形式

第二十二节、渠道数量

第二十三节、渠道商规模

第二十四节、付款方式

第二十五节、渠道广度

第二十六节、渠道深度

第二十七节、渠道议价能力

第二十八节、渠道向上游延伸的可能性

第二十九节、客户

第三十节、客户数量

第三十一节、客户规模

第三十二节、客户采购占供方比

第三十三节、客户需求差异化程度

第三十四节、客户向上游延伸的可能性

第六章、V型安逸枕行业商业模式研究（判断不同模式的核心能力要求）

第一节、商业模式1/2/3/4

第二节、产品和服务定位

第三节、目标顾客群

第四节、盈利模式

第五节、收入来源

第六节、成本支付

第七节、业务模式

第八节、采购模式

第九节、研发模式

第十节、生产模式

第十一节、销售模式（直销、代理、连锁等）

第十二节、关键成功要素

第七章、V型安逸枕行业消费者/客户解析（绘制消费者价值曲线）

第一节、人口统计学

第二节、年龄

第三节、性别

第四节、收入水平

第五节、位置（城市乡村、东西部、国内外）

第六节、受教育程度

第七节、职业

第八节、信息获取渠道

第九节、购买原因

第十节、满足基本需求

第十一节、攀比/虚荣

第十二节、进取与成长

第十三节、选择因素

第十四节、价格/质量/渠道/服务/创意……

第十五节、购买习惯

第十六节、谁参与购买活动

第十七节、何时购买

第十八节、何地购买

第十九节、购买数量

第二十节、使用习惯

第二十一节、何时使用

第二十二节、何地使用

第二十三节、使用数量

第二十四节、购买原因

第二十五节、生存需求与安全需求

第二十六节、社交尊重与自我实现需求

第二十七节、描绘消费者蓝图

第八章、V型安逸枕行业分析结论

第一节、行业历史变化趋势及驱动因素

第二节、国家产业政策鼓励程度

第三节、经济形势是否助推该行业发展

第四节、百姓民生是否已形成消费需求

第五节、技术进步是否有利行业发展

第六节、行业规模/成长性/利润率/所处阶段

第七节、竞争格局/竞争壁垒

第八节、产业链最重要环节、

第九节、不同商业模式优劣势

第十节、消费者价值曲线

第十一节、行业关键成功因素

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103952.html>