

2012-2016年中国箱包市场分析及发展趋势研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国箱包市场分析及发展趋势研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/101200.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

随着人们生活和消费水平的不断提高，各种各样的箱包已经成为人们身边不可或缺的饰品。人们要求箱包产品不仅在实用性上有所加强，装饰性也要有所拓展。

根据消费者品位的改变，箱包的材质更加多样化，真皮、PU、涤纶、帆布、棉麻等质地箱包引领时尚潮流。同时，在越来越标榜个性的时代，简约、复古、卡通等各类风格也从不同侧面迎合时尚人士张扬个性的需求。箱包的款式也由传统的商务包、书包、旅行包向笔袋、零钱包、小香包等拓展。

中国是箱包生产大国，国内已经形成广东花都、福建泉州、浙江平湖和河北白沟四大PVC包袋生产制造基地。

我国是世界箱包的生产和出口大国，出口量占全球供应总量的四分之一以上。据海关统计，2010年1-12月规模以上箱包企业工业总产值1102亿元，同比增长29.5%，增速比上年加快19个百分点。

国际箱包市场存在巨大的需求空间，直接促进了中国箱包类产品的出口增长，使得箱包出口取得稳定增长良好势态。

在箱包出口方面，2010年1-11月，我国箱包及类似容器（以下简称“箱包”）出口160.5亿美元，比2009年同期大幅增长41.9%。中国箱包企业应不断提高自主研发能力和技术装备水平，增强企业的营销能力，扩大出口渠道，进一步加快走向世界的步伐，逐步实现由产品输出到资本输出、品牌输出的转变，打造一批在国内外叫得响的知名品牌，增强产品国际竞争力；同时密切关注国际安全、技术检测标准，避免贸易摩擦的发生。

近年来，箱包的发展趋势是比较迅猛的，而且受到了时尚人士的关注，具有很大的消费潜力。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国箱包市场分析及发展趋势研究报告》为该行业中相关企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

第一章 中国箱包行业发展环境

第一节 箱包行业及属性分析

- 一、行业定义
- 二、国民经济依赖性
- 三、经济类型属性
- 四、行业周期属性

第二节 经济发展环境

- 一、中国经济发展阶段
- 二、2005-2011年中国经济发展状况

三、经济结构调整

四、国民收入状况

第三节 政策发展环境

一、产业振兴规划

二、产业发展规划

三、行业标准政策

四、市场应用政策

五、财政税收政策

第四节 社会发展环境

一、中国人口规模

二、分年龄结构

三、分学历结构

四、分地区结构

五、消费观念

第五节 投融资发展环境

一、金融开放

二、金融财政政策

三、金融货币政策

四、外汇政策

五、银行信贷政策

六、股权债券融资政策

第二章 中国箱包生产现状分析

第一节 箱包行业总体规模

第一节 箱包产能概况

一、2006-2011年产能分析

二、2012-2016年产能预测

第三节 箱包市场容量概况

一、2006-2011年市场容量分析

二、产能配置与产能利用率调查

三、2012-2016年市场容量预测 第四节 箱包产业的生命周期分析 第五节 箱包产业供需情况

第三章 2011年中国市场分析

第一节 我国整体市场规模

一、总量规模

二、增长速度

三、各季度市场情况 第二节 原材料市场分析 第三节 市场结构分析

一、产品市场结构

二、品牌市场结构

三、区域市场结构

四、渠道市场结构

第四章2011年中国箱包市场供需监测分析

第一节 需求分析

第二节 供给分析

第三节 市场特征分析

第五章2011年中国箱包市场竞争格局与厂商市场竞争力评价

第一节 竞争格局分析

第二节 主力厂商市场竞争力评价

一、产品竞争力

二、价格竞争力

三、渠道竞争力

六、品牌竞争力

第六章 我国箱包行业供需状况分析

第一节 箱包行业市场需求分析

第二节 箱包行业供给能力分析

第三节 箱包行业进出口贸易分析

一、产品的国内外市场需求态势

二、国内外产品的比较优势

第七章 箱包行业竞争绩效分析

第一节 箱包行业总体效益水平分析

第二节 箱包行业产业集中度分析

第三节 箱包行业不同所有制企业绩效分析

第四节 箱包行业不同规模企业绩效分析

第五节 箱包市场分销体系分析

一、销售渠道模式分析

二、产品最佳销售渠道选择

第八章、2012年箱包市场发展前景预测

第一节 国际市场发展前景预测

一、2012—2016年经济增长与需求预测

二、2012—2016年行业总产量预测

三、我国中长期市场发展策略预测

第二节 我国资源配置的前景

第九章 我国箱包行业投融资分析

第一节 我国箱包行业企业所有制状况

第二节 我国箱包行业外资进入状况

第三节 我国箱包行业合作与并购

第四节 我国箱包行业投资体制分析

第五节 我国箱包行业资本市场融资分析

第十章 箱包产业投资策略

第一节 产品定位策略

一、市场细分策略

二、目标市场的选择

第二节 产品开发策略

一、追求产品质量

二、促进产品多元化发展

第三节 渠道销售策略

一、销售模式分类

二、市场投资建议

第四节 品牌经营策略

一、不同品牌经营模式

二、如何切入开拓品牌

第五节 服务策略

第十一章 我国箱包行业重点企业分析

第一节 福清祥兴手袋有限公司

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司发展策略

第二节 江苏美迪洋皮革皮件有限公司

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司发展策略

第三节 番禺世门手袋有限公司

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司发展策略

第四节 厦门大统皮革制品有限公司

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司发展策略

第五节湖州泰普森休闲用品有限公司

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司发展策略

第六节溧阳市军荣旅游用品有限公司

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司发展策略

第七节文登天马皮包有限公司

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司发展策略

第八节青岛达中皮革制品有限公司

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司发展策略

第九节杭州立山皮件有限公司

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司发展策略

第十节泉州子燕轻工有限公司

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司发展策略

第十二章2010中国箱包产业投资分析

第一节 投资环境

一、资源环境分析

二、市场竞争分析

三、政策环境分析

第二节 投资机会分析

第三节 投资风险及对策分析

第四节 投资发展前景

一、市场供需发展趋势

二、未来发展展望

第十三章 箱包相关产业2011年走势分析

第一节 上游行业影响分析

第二节 下游行业影响分析

第十四章 箱包行业成长能力及稳定性分析

第一节 箱包行业生命周期分析

第二节 箱包行业增长性与波动性分析

第三节 箱包行业集中程度分析

第十五章 箱包行业风险趋势分析与对策

第一节 箱包行业风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、进入退出风险

第二节 箱包行业投资风险及控制策略分析

一、2012-2016年箱包行业市场风险及控制策略

二、2012-2016年箱包行业政策风险及控制策略

三、2012-2016年箱包行业经营风险及控制策略

四、2012-2016年箱包同业竞争风险及控制策略

五、2012-2016年箱包行业其他风险及控制策略

六、中国产业研究报告网专家观点

第十六章 箱包产业投资风险

第一节 箱包行业宏观调控风险

第二节 箱包行业竞争风险

第三节 箱包行业供需波动风险

第四节 箱包行业技术创新风险

第五节 箱包行业经营管理风险

第十七章 2012-2016年中国箱包行业发展趋势研究分析

第一节 2012-2016年箱包行业国际市场预测

一、箱包行业产能预测

二、箱包行业市场需求前景

第二节 中国箱包行业发展趋势

一、产品发展趋势

二、技术发展趋势

第三节2012-2016年箱包行业中国市场预测

一、箱包行业产能预测

二、箱包行业市场需求前景

第十八章 箱包行业投资机会分析研究

第一节2012-2016年箱包行业主要区域投资机会

第二节2012-2016年箱包行业出口市场投资机会

第三节2012-2016年箱包行业企业的多元化投资机会

通过《2012-2016年中国箱包市场分析及发展趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/101200.html>