

2019-2025年中国拉链行业发展趋势预测及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国拉链行业发展趋势预测及投资战略咨询报告》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/443080.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

拉链（zipper）

是依靠连续排列的链牙，使物品并合或分离的连接件，现大量用于服装、包袋、帐篷等。

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 中国拉链行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入

三、恩格尔系数

四、工业发展形势分析

第二节 中国拉链行业政策环境分析

一、拉链技术指标分析

二、拉链行业标准

三、拉链进出口政策

第三节 中国拉链行业社会环境分析

第二章 世界拉链行业运行情况分析

第一节 世界拉链行业发展格局分析

一、世界拉链行业发展历程分析

二、全球拉链品牌分析

三、国外拉链市场特征分析

第二节 世界拉链产业区域市场分析

一、美国

二、日本

三、德国

第三节 2019-2025年世界拉链行业发展趋势预测分析

第三章 中国拉链市场运行现状分析

第一节 中国拉链行业细分产品发展情况

一、尼龙拉链

二、金属拉链

三、塑钢拉链

第二节 中国拉链行业OEM与ODM生产

一、OEM（贴牌）

二、ODM（来料加工）

第三节 中国拉链行业存在的问题分析

一、产业集中度较低

二、大型企业少

三、中少型企业占很大份额

四、依赖下游企业发展

第四节 中国拉链行业发展对策分析

第四章 中国拉链行业市场发展形势分析

第一节 中国拉链行业市场格局分析

一、拉链市场最新动态分析

二、拉链市场供需格局分析

三、拉链进出口形势分析

第二节 中国拉链市场营销分析

一、五金拉链业应加大品牌推广力度

二、中国拉链与国际品牌差距

三、传统拉链产业的营销革命

第三节 中国拉链行业区域市场分析

一、浙江义乌

二、福建晋江

三、浙江温州

第四节 中国拉链市场制约因素分析

一、高端产品产能不足

二、产品同质化问题严重

三、国内拉链企业的品牌意识差

第五章 中国拉链及其零件（9607）所属行业进出口贸易分析

第一节 中国拉链及其零件进出口数据监测

一、拉链及其零件进口数据分析

二、拉链及其零件出口数据分析

三、拉链及其零件进出口单价分析

第二节 拉链及其零件进出口国家及地区分析

一、拉链及其零件进口来源国家及地区

二、拉链及其零件出口国家及地区

第三节 拉链及其零件进出口省市分析

一、拉链及其零件主要进口省市分析

二、拉链及其零件主要出口省市分析

第六章 中国拉链制造所属行业主要指标监测分析

第一节 中国日用杂品制造所属行业数据统计与监测分析

一、中国日用杂品制造所属行业企业数量增长分析

二、中国日用杂品制造所属行业从业人数调查分析

三、中国日用杂品制造所属行业总销售收入分析

四、中国日用杂品制造所属行业利润总额分析

五、中国日用杂品制造所属行业投资资产增长性分析

第二节 中国日用杂品制造所属行业最新数据统计与监测分析

一、企业数量与分布

二、销售收入

三、利润总额

四、从业人数

第三节 中国日用杂品制造所属行业投资状况监测

一、所属行业资产区域分布

二、主要省市投资增速对比

第七章 中国拉链行业市场竞争格局分析

第三节 中国拉链行业产品竞争分析

一、拉链行业面临同质低价竞争

二、中国拉链要打破日本高端垄断

三、拉链市场品牌竞争分析

第三节 中国拉链行业竞争策略分析

第八章 国内外拉链顶尖企业竞争力与关键数据分析

第一节 吉田拉链（深圳）有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第二节 浙江伟海拉链有限公司 ("WHH"牌拉链)

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第三节 大连吉田拉链有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第四节 福建浔兴拉链科技股份有限公司 ("SBS"牌拉链)

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节 晋江福兴服饰有限公司 ("FFF"牌拉链)

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第六节 广东华圣达拉链有限公司 ("HSD"牌拉链)

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第七节 浙江利达拉链有限公司 ("LDD"牌拉链)

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第八节 温州长城拉链集团有限公司 ("YQQ"牌拉链)

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第九节 福建三力拉链有限公司 ("三力"牌拉链)

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十节 上海东龙拉链服饰有限公司 ("YCC"牌拉链)

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第九章 中国服装纺织行业运行现状分析

第一节 中国服装行业发展情况

一、中国服装行业发展的四大特点

二、贸易战或成中国服装产业发展契机

三、中国服装行业发展日趋成熟

四、中国纺织服装业正面临拐点

第二节 中国服装业产业集群解析

一、中国服装产业集群概况及主要特征

二、中国服装产业集群发展取得的进步

三、影响中国服装产业集群发展的重要因素

四、中国服装产业集群发展的几点建议

五、服装产业集群确保订单充足的路径选择

第三节 中国服装行业品牌分析

一、中国服装品牌发展的主要特点

二、中国服装产业品牌建设分析

三、服装商业品牌成行业亮点

四、中国服装品牌兴起“外援”热

五、振兴规划提升服装产业自主品牌建设

六、剖析服装业品牌联盟突围战略

七、品牌资源经营将成为服装产业的第五种业态

第四节 中国服装行业信息化分析

- 一、中国服装行业信息化发展概况
- 二、服装企业信息管理主要对象及流程
- 三、服装业信息化管理面临的问题
- 四、中国服装产业信息化发展存在三大瓶颈
- 五、服装企业生产信息化存在的两个难点
- 六、浅析服装行业信息化发展策略
- 七、中小服装企业信息化发展的要点
- 第五节 中国服装行业面临的问题及发展对策
- 一、中国服装业发展中存在的主要问题
- 二、中国服装业发展中存在的不足
- 三、中国服装品牌代理商存在的主要问题
- 四、服装行业品牌价值提升的四大战略
- 五、服装零售企业应对金融风暴的对策

第十章 中国箱包产业运行形势透视

第一节 中国箱包行业发展综述

- 一、中国箱包业发展历程
- 二、中国箱包行业发展势头良好
- 三、中国箱包行业渐兴起电子商务
- 四、国内箱包生产企业现状
- 五、中国箱包企业着手打造知名品牌
- 六、危机关头箱包企业的转型之战

第二节 中国箱包市场发展状况分析

- 一、箱包市场消费需求分析
- 二、中国高档箱包市场竞争格局
- 三、国内箱包市场高端竞争品牌

第三节 中国箱包主要产品市场发展简况

- 一、书包市场的消费特点
- 二、行李箱产品消费特点和趋向分析
- 三、国内女包市场发展状况及开发思路

第四节 中国箱包行业存在的问题及发展策略

- 一、中国箱包品牌和国外的差距
- 二、箱包产品的时尚概念有待培育
- 三、国内箱包生产企业面临的问题
- 四、箱包新品开发注意事项

五、国内箱包生产企业摆脱OEM模式的注意事项

第十一章 中国体育用品行业发展现状综述

第一节 中国体育用品发展概述

- 一、中国体育用品行业发展的因素分析
- 二、中国体育用品行业进入转型时期
- 三、体育用品促使高科技材料发展

第二节 中国体育用品行业现状分析

- 一、国内体育用品销售商或将重新洗牌
- 二、泉企品牌动作走向成熟
- 三、体育用品行业面临分水岭

第三节 中国内重点地区体育用品市场分析

- 一、广东体育用品市场分析
- 二、福建体育用品市场分析
- 三、哈尔滨体育用品市场分析
- 四、杭州体育用品市场分析

第四节 中国体育用品行业存在的问题

- 一、结构体系不合理
- 二、企业营销规模分散
- 三、标准化程度低和品牌效应差
- 四、产量大国，品牌小国

第五节 中国体育用品品牌发展策略点评

- 一、注重产品研发
- 二、定位市场准确
- 三、根据不同区域采用不同策略
- 四、知名度与美誉度相辅相成
- 五、进行理性的品牌延伸扩张
- 六、呼唤业内联合

第十二章 2019-2025年中国拉链行业发展趋势预测分析

第一节 2019-2025年中国拉链行业发展前景展望

- 一、拉链产业走势预测
- 二、拉链市场供给预测
- 三、拉链价格走势预测

第二节 2019-2025年中国拉链行业发展趋势预测分析

一、拉链市场需求趋势预测分析

二、拉链市场需求结构趋势预测分析

三、拉链行业发展的主导趋势预测分析

四、拉链行业整合趋势预测分析

第三节 2019-2025年中国拉链的使用范围趋势预测分析

一、服装业拉链的需求预测分析

二、箱包业拉链的需求预测分析

三、医用拉链的需求预测分析

第十三章 2019-2025年中国拉链行业投资风险及建议分析

第一节 2019-2025年中国拉链行业投资机会分析（AK LT）

一、拉链行业吸引力分析

二、拉链行业区域投资潜力分析

第二节 2019-2025年中国拉链行业投资风险分析

一、竞争风险

二、经营风险

三、政策风险

四、出口反倾销风险

第三节 2019-2025年中国拉链行业投资建议

一、细分市场的选择

二、产品细分选择

三、运营模式的选择

四、品牌宣传策略的选择

第四节 建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/443080.html>