

2015-2020年中国环保购物 袋行业全景调研及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2015-2020年中国环保购物袋行业全景调研及投资方向研究报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/2241281XFN.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章环保购物袋市场竞争背景

第一节政策背景

- 一、宏观政策背景
- 二、财政货币政策背景
- 三、产业政策背景
- 四、行业政策背景
- 五、人力资源政策背景
- 六、政策变更对环保购物袋行业影响分析

第二节经济背景

- 一、经济发展状况
- 二、收入增长情况
- 三、固定资产投资
- 四、存贷款利率变化
- 五、人民币汇率变化
- 六、金融危机对环保购物袋行业影响分析

第三节社会背景

- 一、人口社会背景
- 二、社会年龄结构
- 三、社会学历结构
- 四、收入差距结构
- 五、其他社会因素
- 六、社会背景对环保购物袋行业影响分析

第四节技术背景

- 一、技术研发现状
- 二、新技术应用
- 三、技术发展趋势
- 四、技术创新对环保购物袋行业影响分析

第五节产业背景

- 一、产业链价值结构

- 二、环保购物袋行业产业链地位
- 三、前向一体化现状
- 四、后向一体化现状
- 五、产业价值链对环保购物袋行业影响分析

第二章2014年中国环保购物袋市场规模现状及趋势

第一节2014年环保购物袋市场发展现状

- 一、市场阶段性分析
- 二、市场增长性现状
- 三、市场平衡性现状
- 四、市场结构性现状
- 五、市场博弈状况

第二节中国环保购物袋市场供需规模现状及趋势

- 一、2015-2020年环保购物袋市场供给规模及预测
- 二、2015-2020年环保购物袋市场需求规模及预测
- 三、2015-2020年环保购物袋市场进出口规模及预测
- 四、2015-2020年环保购物袋市场价格走势现状及预测

第三节中国环保购物袋市场区域市场结构现状及趋势

- 一、2015-2020年东北市场规模及预测
- 二、2015-2020年华北市场规模及预测
- 三、2015-2020年华东市场规模及预测
- 四、2015-2020年华中市场规模及预测
- 五、2015-2020年华南市场规模及预测
- 六、2015-2020年西部市场规模及预测

第四节中国环保购物袋市场细分市场结构现状及趋势

第三章2014年中国环保购物袋市场竞争现状及趋势

第一节中国环保购物袋行业竞争核心要素调研分析

第二节中国环保购物袋行业竞争现状及特性分析

第三节中国环保购物袋市场品牌竞争核心要素调研分析

第四节中国环保购物袋市场主要品牌内涵建设现状及趋势

第五节中国环保购物袋市场主要品牌外延建设现状及趋势

第六节中国环保购物袋市场主要品牌竞争格局现状及趋势

第四章2014年中国环保购物袋品牌消费群体及满意度分析

第一节品牌消费者偏好分析

- 一、消费者对不同地域品牌的偏好分析
- 二、消费者对不同档次品牌的偏好分析
- 三、不同阶层消费者的品牌偏好分析

第二节不同客户品牌消费态度分析

- 一、金融危机对品牌消费态度的影响
- 二、不同收入客户品牌消费态度
- 三、不同年龄客户品牌消费态度
- 四、不同地区客户品牌消费态度
- 五、不同学历客户品牌消费态度
- 六、不同性别客户品牌消费态度

第三节不同客户品牌意识分析

- 一、不同收入客户的品牌意识
- 二、不同年龄客户的品牌意识
- 三、不同地区客户的品牌意识
- 四、不同学历客户的品牌意识
- 五、不同性别客户的品牌意识

第四节不同客户品牌关注点分析

- 一、不同收入客户的品牌关注点
- 二、不同年龄客户的品牌关注点
- 三、不同地区客户的品牌关注点
- 四、不同学历客户的品牌关注点
- 五、不同性别客户的品牌关注点

第五节品牌消费对环保购物袋产品的建议

- 一、品牌内涵建设建议
- 二、品牌外延建设建议

第五章十大环保购物袋品牌竞争力及趋势分析

第一节瓦屑品牌

- 一、品牌概述
- 二、2013-2014年企业经营业绩
- 三、2013-2014年品牌市场业绩
- 四、品牌建设现状
- 五、品牌核心竞争力分析
- 六、品牌竞争策略

第二节华业品牌

第三节六季品牌

第四节亿艺品牌

第五节鸿泰品牌

第六节林华品牌

第七节大祥品牌

第八节思美品牌

第九节九洲品牌

第十节传承品牌

第六章品牌经营机会及风险分析

第一节环保购物袋市场品牌SWOT分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、威胁分析

第二节品牌定位风险

第三节品牌竞争风险

第四节品牌文化风险

第五节品牌信任风险

第六节品牌资源风险

第七节品牌同质风险

第七章环保购物袋市场品牌建设及策略建议

第一节品牌推广策略建议

第二节品牌文化策略建议

第三节品牌外延策略建议

第四节品牌风险规避建议

图表目录：

图表：2012-2014年世界经济增长趋势：%

图表：2012-2014年世界贸易增长趋势：%

图表：2013-2014年主要发达经济体失业率：%

图表：2012-2014年主要经济体政府债务率：%

图表：2008-2014年主要发达经济体消费物价增长率：%

图表：1995-2014年环保购物袋相关专利申请数量变化走势图：个

图表：1995-2014年环保购物袋相关专利申请数量年度统计表：个

图表：1995-2014年环保购物袋相关专利公开数量变化走势图：个

图表：1995-2014年环保购物袋相关专利公开数量年度统计表：个

图表：环保购物袋相关专利申请人构成表：个

图表：环保购物袋相关专利技术构成表：个

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012-2015年世界经济增长趋势：%

图表：2012-2015年中国GDP经济增长趋势：%

图表：1995-2014年环保购物袋相关专利申请数量变化走势图：个

图表：环保购物袋产业链结构示意图

图表：2009-2014年中国环保购物袋产量及其增速走势图

图表：2009-2014年中国环保购物袋消费量及其增速走势图

图表：2009-2014年中国环保购物袋市场规模及其增速走势图

图表：2009-2014年中国环保购物袋市场价格走势图

图表：2015-2022年中国环保购物袋产量及消费量预测

图表：2015-2022年中国环保购物袋市场价格走势预测

图表：2009-2014年我国环保购物袋市场规模分区域统计表

图表：2015-2022年我国环保购物袋行业企业集中度预测

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业企业数量增长趋势图

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业资产规模增长分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业销售规模增长分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业利润规模增长分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业产成品增长分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业出货值分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业总产值分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业成本费用结构变动趋势

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业销售成本分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业销售费用分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业管理费用分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业财务费用分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业资产收益率分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业销售利润率分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业总资产周转率分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业流动资产周转率分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业销售增长率分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业利润增长率分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业资产负债率分析

图表：2010-2014年中国环保购物袋所属行业流动比率分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/2241281XFN.html>