

# 2018-2024年中国女包行业 分析及战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国女包行业分析及战略咨询报告》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.abaogao.com/b/fangzhi/7741286KWP.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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 2016年中国女包行业市场发展环境分析（PEST分析法） 23

第一节 2016年中国经济环境分析 23

一、国民经济运行情况GDP 23

二、消费价格指数CPI、PPI 24

三、全国居民收入情况 30

四、恩格尔系数 31

五、工业发展形势 32

六、固定资产投资情况 35

七、财政收支状况 39

八、中国汇率调整 43

九、对外贸易&进出口 43

第二节 2016年中国女包行业政策环境分析 53

一、我国女包行业政策 53

二、我国女包行业标准研究 53

三、行业法规研究 54

第三节 2016年中国女包行业社会环境分析 56

一、人口环境分析 56

二、教育环境分析 56

三、文化环境分析 57

四、生态环境分析 58

五、中国城镇化率 58

六、居民的各种消费观念和习惯 58

第四节 2016年中国女包行业技术环境分析 59

第二章 2016年中国女包品牌市场整体运行态势剖析 60

第一节 2016年中国女包行业市场供需状况 60

一、我国女包行业市场供给情况 60

二、我国市场需求分析 60

三、我国女包市场需求特点研究 60

## 第二节 2016年中国女包产品主要经销方式深度探讨 61

### 一、2016年中国女包产品市场批发分析 61

### 二、2016年中国女包产品加盟商（代理商）62

### 三、2016年中国女包产品自主经营分析 63

## 第三节 2016年中国女包发展存在问题及HJSD专家建议 65

## 第三章 2016年中国女包产品市场品牌竞争力评估 67

### 第一节 2016年中国女包品牌市场运行走势分析 67

#### 一、中国女包品牌竞争对手 67

#### 二、中国女包品牌排名实地调研结果 67

#### 三、中国女包产品相关联行业或产品情况 69

### 第二节 2016年中国女包产品主要品牌动态关注 70

#### 一、中国女包品牌销售额前十名排名情况 70

#### 二、中国女包品牌竞争力前十名排名情况 70

#### 三、中国女包品牌市场份额前十名排名情况 71

#### 四、中国女包品牌发展潜力前十名排名情况 72

### 第三节 2016年中国女包产品市场销售策略探讨 73

## 第四章 2014-2016年中国女包产品行业关键数据指标参考 75

### 第一节 2014-2016年中国女包行业主要数据监测分析 75

#### 一、中国女包行业规模分析 75

#### 二、中国女包行业结构分析 75

#### 三、中国女包行业产值分析 76

#### 四、中国女包行业成本费用分析 77

#### 五、中国女包行业盈利能力分析 77

### 第二节 2014-2016年中国女包产量数据统计分析 78

#### 一、中国女包产量数据分析 78

#### 二、中国女包产量增长性分析 79

### 第三节 2014-2016年中国女包进出口数据监测研究 80

#### 一、中国女包进出口数量分析 80

#### 二、中国女包进出口金额分析 81

#### 三、中国女包进出口国家及地区分析 81

## 第五章 2016年中国女包主要区域与重点城市市场监测 83

### 第一节 华北地区女包发展状况分析 83

- 一、华北地区女包市场容量分析 83
- 二、华北地区女包供应与消费情况 83
- 三、华北地区重点城市剖析 84
- 四、华北地区女包行业未来发展预测 85

### 第二节 华中地区女包发展状况分析 86

- 一、华中地区女包市场容量分析 86
- 二、华中地区女包供应与消费 86
- 三、华中地区重点城市剖析 86
- 四、华北地区女包行业未来发展预测 88

### 第三节 华东地区女包发展状况分析 88

- 一、华东地区女包市场容量分析 88
- 二、华东地区女包供应与消费 89
- 三、华东地区重点城市剖析 89
- 四、华东地区女包行业发展前景展望 90

### 第四节 华南地区女包发展状况分析 91

- 一、华南地区女包市场容量分析 91
- 二、华南地区女包供应与消费 91
- 三、华南地区重点城市剖析 91
- 四、华南地区女包行业发展趋势分析 92

### 第五节 西南地区女包发展状况分析 93

- 一、西南地区女包市场容量分析 93
- 二、西南地区女包供应与消费 93
- 三、西南地区重点城市剖析 94
- 四、西南地区女包行业未来发展预测 95

### 第六节 东北地区女包发展状况分析 95

- 一、东北地区女包市场容量分析 95
- 二、东北地区女包供应与消费 96
- 三、东北地区重点城市剖析 96
- 四、东北地区女包行业发展前景剖析 97

## 第七节 西北地区女包发展状况分析 98

- 一、西北地区女包市场容量分析 98
- 二、西北地区女包供应与消费 98
- 三、西北地区重点城市剖析 98
- 四、西北地区女包行业发展趋势研究 100

## 第六章 2016年中国女包品牌消费者偏好深度调查 101

### 第一节 中国女包产品目标客户群体调查 101

- 一、不同收入水平消费者偏好调查 101
- 二、不同年龄的消费者偏好调查 102
- 三、不同地区的消费者偏好调查 102

### 第二节 女包产品的品牌市场调查 103

- 一、消费者对女包品牌认知度宏观调查 103
- 二、消费者对女包产品的品牌偏好调查 103
- 三、消费者对女包品牌的首要认知渠道 104
- 四、消费者经常购买的品牌调查 105
- 五、女包品牌忠诚度调查 105
- 六、女包品牌市场占有率调查 105
- 七、消费者的消费理念调研 106

### 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析 106

- 一、价格敏感程度 106
- 二、品牌的影响 106
- 三、购买方便的影响 106
- 四、包装的影响程度 107

## 第七章 消费者使用女包品牌数据调查信息反馈 108

### 第一节 消费者使用女包品牌产品基本情况调查 108

- 一、消费者使用女包产品的比例分析 108
- 二、消费者使用的女包产品的品牌排名分析 108
- 三、消费者对其使用的女包产品的满意度分析 108
- 四、消费者对其使用的女包产品的不满意的地方分析 109

### 第二节 消费者将来准备或者继续使用女包产品的情况分析 109

- 一、没有或者曾经使用过女包产品的消费者准备重新使用比例分析 109
- 二、现在正在使用的或者准备使用女包产品的消费者继续使用比例分析 109
- 三、消费者认为可能成为购买女包产品契机的广告形式分析 110
- 四、消费者在购买女包产品时将会做为参考的信息来源分析 110
- 五、消费者在购买女包产品时所重视的要素分析 111
- 六、消费者想要购买的女包产品的品牌排名分析 111
- 七、消费者感兴趣的女包产品品牌排名分析 111
- 第三节 女包厂商的品牌推广情况研究 112
  - 一、消费者眼里各大女包产品厂商的品牌形象情况 112
  - 二、消费者认为最近强烈关注某女包产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况 112

## 第八章 2016年中国品牌女包市场价格监测结果 114

- 第一节 价格形成机制分析研究 114
- 第二节 2016年中国女包品牌市场价格调查结果 115
- 第三节 2018-2024年中国女包品牌价格走势预测 116
- 第四节 2018-2024年中国女包消费现状和未来消费发展趋势 116

## 第九章 2016年中国女包市场营销分析 118

- 第一节 大众快消品营销的五大特征 118
  - 一、基本特征 118
  - 二、属性特征 118
  - 三、竞争特征 119
  - 四、品牌特征 119
  - 五、渠道特征 120
- 第二节 女包市场渠道分析 120
  - 一、女包市场主要渠道类型分析 120
  - 二、女包市场主要营销模式分析 121
  - 三、我国女包市场渠道主要存在的问题分析 124

## 第十章 2016年中国女包市场营销策略剖析 126

- 第一节 中国女包市场营销生动陈列的方法和意义 126
  - 一、方法 126

二、产品陈列规范 127

三、意义 127

第二节 中国女包深度分销的方法与重点 128

一、深度分销 128

二、深度分销的表现形式 128

三、深度分销具体操作 129

四、深度分销的优点 131

五、全面实施双赢战略 132

第三节 建立全面的渠道服务体系探讨 132

第四节 有效掌控产品在渠道流通过程中的各个环节 重点 132

第五节 2016年中国女包新产品营销策略研究 133

第十一章 2016年中国女包品牌市场竞争格局调查研究 137

第一节 中国女包行业历史竞争格局回顾 137

第二节 中国女包行业集中度研究 137

一、市场集中度分析 137

二、企业集中度分析 137

三、区域集中度分析 138

第三节 中国女包行业竞争结构研究 138

一、现有企业间竞争调研 138

二、潜在进入者调研 139

三、替代品调研 140

四、供应商议价能力调研 140

五、客户议价能力调研 141

第十二章 中国女包市场品牌竞争力评价研究 142

第一节 中国女包市场品牌竞争力评价 142

一、品牌竞争力评价指标体系 142

二、品牌竞争力评价 143

第一节 中国女包市场品牌竞争力提升策略 145

一、中国女包品牌定位分析 145

二、中国女包企业品牌管理模式 147

### 三、中国女包企业品牌推广经验 150

## 第十三章 2018-2024年中国女包市场前景与盈利空间预测 152

### 第一节 2018-2024年中国女包品牌行业发展前景展望 152

#### 一、国内市场发展前景 152

#### 二、女包品牌市场空间预测 153

### 第二节 2018-2024年中国女包品牌行业发展趋势研究 153

### 第三节 2018-2024年中国女包品牌行业市场盈利空间预测 154

## 第十四章 2018-2024年中国女包行业投资价值与策略分析 155

### 第一节 中国女包行业周期与波动性分析 155

### 第二节 2018-2024年中国女包行业投资价值分析 156

#### 一、中国女包行业发展趋势 156

#### 二、中国女包市场潜力预测 156

#### 三、中国女包行业投资价值分析 156

### 第三节 2018-2024年中国女包行业投资风险分析 157

#### 一、主要投资风险因素分析 157

#### 二、投资风险控制与管理 162

### 第四节 2018-2024年中国女包行业投资策略分析 165

#### 一、重点投资区域分析 165

#### 二、重点投资领域分析 166

#### 三、综合投资策略分析 166

### 第五节 2018-2024年中国女包行业投资建议点评 167

## 第十五章 2016年中国女包产品销售渠道及盈利模式调研 168

### 第一节 2016年女包产品销售渠道特征分析 168

### 第二节 2016年女包产品经销模式研究 168

#### 一、紧密销售渠道 168

#### 二、主体销售渠道 169

#### 三、松散型销售渠道 169

#### 四、辅助型销售渠道 169

### 第三节 2016年女包产品销售渠道管理基本要素分析 170

- 一、渠道成员组成及其作用 170
- 二、渠道结构类型及其特点 171
- 第四节 2016年女包产品销售渠道控制五力模型研究 174
  - 一、报酬力 174
  - 二、强制力 174
  - 三、合法权力 174
  - 四、专业知识力 175
  - 五、参照力 175

## 第十六章 2016年中国女包产品市场竞争格局热点观察 176

- 第一节 2016年中国女包产品竞争现状分析 176
  - 一、女包产品市场竞争力分析 176
  - 二、女包产品价格竞争分析 176
  - 三、女包产品成本竞争分析 176
- 第二节 2016年中国女包产品集中度分析 177
  - 一、女包产品市场集中度分析 177
  - 二、女包产品区域集中度分析 177
- 第三节 2016年中国女包产品重点城市竞争分析 177
- 第四节 2016年中国女包产品提升竞争力策略分析 178

## 第十七章 中国女包产品优势品牌竞争性财务指标分析 183

- 第一节 Fion（菲安妮） 183
  - 一、企业基本概况 183
  - 二、公司主要财务指标分析 183
  - 三、企业成本费用指标 186
- 第二节 迪桑娜 189
  - 一、企业基本概况 189
  - 二、公司主要财务指标分析 190
  - 三、企业成本费用指标 193
- 第三节 迪莱克斯 196
  - 一、企业基本概况 196
  - 二、公司主要财务指标分析 197

三、企业成本费用指标 200

#### 第四节 梦特娇 203

一、企业基本情况 203

二、公司主要财务指标分析 204

三、企业成本费用指标 207

#### 第五节 塞飞洛 210

一、企业基本情况 210

二、公司主要财务指标分析 210

三、企业成本费用指标 213

#### 第六节 帕加图 216

一、企业基本情况 216

二、公司主要财务指标分析 217

三、企业成本费用指标 220

#### 第七节 高美高 223

一、企业基本情况 223

二、公司主要财务指标分析 224

三、企业成本费用指标 227

#### 第八节 金利来 230

一、企业基本情况 230

二、公司主要财务指标分析 230

三、企业成本费用指标 233

#### 第九节 Cobo 236

一、企业基本情况 236

二、公司主要财务指标分析 237

三、企业成本费用指标 240

#### 第十节 Coach 243

一、企业基本情况 243

二、公司主要财务指标分析 244

三、企业成本费用指标 247

图表目录：

图表 1 2016年国内生产总值初步核算数据 23

- 图表 2 2012-2016年GDP环比增长速度 23
- 图表 3 2016年居民消费价格指数CPI 24
- 图表 4 2016年工业品出厂价格指数(PPI) 25
- 图表 5 2012-2016年全国居民消费价格涨跌幅 26
- 图表 6 2016年居民消费价格分类别同比涨跌幅 27
- 图表 7 2016年居民消费价格分类别环比涨跌幅 28
- 图表 8 2016年居民消费价格主要数据 29
- 图表 9 2014-2016年中国城乡居民恩格尔系数对比表 31
- 图表 10 2012-2016年各月累计营业务收入与利润总额同比增速 33
- 图表 11 2012-2016年各月累计每百元主营业务收入中的成本与主营业务收入利润率 34
- 图表 12 2016年分经济类型主营业务收入与利润总额同比增速 35
- 图表 13 2012-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速 36
- 图表 14 2012-2016年分地区投资相邻两月累计同比增速 37
- 图表 15 2012-2016年固定资产投资到位资金同比增速 38
- 图表 16 2016年份固定资产投资（不含农户）主要数据 38
- 图表 17 2016年中国汇率分析 43
- 图表 18 2016年中国月度进出口及贸易差额情况 44
- 图表 19 2012-2016年中国部分商品出口增速变化 45
- 图表 20 2016年中国与主要贸易伙伴贸易情况 46
- 图表 21 2016年中国进出口贸易方式、企业性质情况 47
- 图表 22 2013年以来中国东、中、西部外贸发展情况 48
- 图表 23 中国女包销售额前十名排名 70
- 图表 24 中国女包品牌竞争力前十名排名情况 70
- 图表 25 中国女包品牌市场份额前十名排名情况 71
- 图表 26 中国女包品牌发展潜力前十名排名情况 72
- 图表 27 2014-2016年中国女包企业数量分析 75
- 图表 28 2016年中国女包行业不同所有制企业数量结构分析% 75
- 图表 29 2014-2016年中国女包行业工业销售产值分析 76
- 图表 30 2014-2016年中国女包行业费用分析 77

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fangzhi/7741286KWP.html>