

2015-2020年中国沉香木市 场全景调查与投资战略研究报告

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年中国沉香木市场全景调查与投资战略研究报告》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/jiajumucan/E17161YZFS.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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：

第一部分 沉香木行业发展现状

第一章 2015年中国沉香木运行概况1

第一节 沉香木介绍1

一、简介 1

二、关于沉香 1

三、形成条件 2

四、优劣分辨 3

第二节 政策环境特征 3

一、国家宏观调控政策分析 3

二、沉香木行业相关政策分析17

第三节 沉香木行业竞争特征18

一、我国外品牌竞争格局18

二、行业进入壁垒分析 18

三、可替代品威胁分析 18

四、贴牌加工产品市场威胁分析 19

第四节 沉香木行业技术环境特征20

第二章 沉香木行业2015年政策环境变化分析24

第一节 我国宏观经济形势分析 24

一、2015年中国GDP总量 24

二、市场销售平稳增长 25

三、进出口增长有所回升25

四、居民消费价格基本稳定 26

五、居民收入继续增加 27

六、2015年中国宏观经济发展前景预测28

第二节 国际宏观经济形势分析 30

一、世界经济增速回落 30

二、世界工业生产低速增长 31

三、世界贸易持续低迷 32

- 四、三大经济体中美国、欧元区居民消费略有起色 32
- 五、全球价格水平走低，但发展中国家通胀压力加大32
- 六、三大经济体中美日就业市场持续改善 32
- 七、国际金融市场继续波动 32
- 八、景气指标总体向好 33

第三节 宏观经济环境分析 36

- 一、2014与2015年经济趋势特征较为相似36
- 二、2015年中国经济回升受制于内外多重因素 36

第五节 我国沉香木行业政策分析38

- 一、行业具体政策 38
- 二、政策特点与影响分析 38

第二部分 沉香木市场情况分析

第三章 我国沉香木行业品牌产品市场规模分析 43

- 第一节 2011-2015年沉香木市场规模分析 43
- 第二节 2015年我国沉香木区域结构分析 43
- 第三节 2015-2020年沉香木市场规模预测 43

第四章 我国沉香木行业品牌需求与消费者偏好调查 46

- 第一节 2011-2015年沉香木产量统计分析 46
- 第二节 2011-2015年沉香木历年消费量统计分析46
- 第三节 2011-2015年我国沉香木行业品牌产品平均价格走势分析 46
- 第四节 沉香木产品目标客户群体调查48
 - 一、不同收入水平消费者偏好调查48
 - 二、不同年龄的消费者偏好调查 53
 - 三、不同地区的消费者偏好调查 54
- 第五节 沉香木产品的品牌市场调查 54
 - 一、消费者对沉香木品牌认知度宏观调查 54
 - 二、消费者对沉香木产品的品牌偏好调查 59
 - 三、消费者对沉香木品牌的首要认知渠道 60
 - 四、消费者经常购买的品牌调查 63
 - 五、沉香木品牌忠诚度调查 64

第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析 71

- 一、价格敏感程度 71
- 二、品牌的影响 72
- 三、购买方便的影响 72

第五章 我国沉香木行业品牌产品市场供需渠道分析 75

第一节 销售渠道特征分析 75

- 一、供需渠道定义 75
- 二、供需渠道格局 78
- 三、供需渠道形式 79

第二节 销售渠道对沉香木行业品牌发展的重要性 79

第三节 沉香木行业销售渠道的重要环节 分析 81

- 一、批发商 81
- 二、零售商（无店铺零售、店铺零售） 85
- 三、代理商 88

第六章 我国沉香木行业品牌地区分析 90

第一节 2011-2015年中国沉香木行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析 90

- 一、华东 90
- 二、中南 92
- 三、华北 92
- 四、西部 94

第二节 销售渠道发展趋势分析 95

- 一、渠道运作趋势发展 95
- 二、渠道格局趋势发展 96
- 三、渠道结构扁平化趋势发展 97

第三节 销售渠道策略分析 108

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略 108
- 二、长渠道或短渠道的营销策略 113
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略 115
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略 115
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略 115

第四节 销售渠道决策的评估方法116

一、销售渠道评估数学模型介绍 116

二、财务评估法介绍119

三、交易成本评估法介绍120

四、经验评估法介绍120

第五节 2015年我国沉香木行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析121

一、我国生产企业投资运作模式 121

二、我国营销企业投资运作模式 129

三、外销与内销优势分析146

第七章 我国沉香木行业进出口市场情况分析151

第一节 2011-2015年我国沉香木行业进出口量分析 151

一、2011-2015年我国沉香木行业进口分析151

二、2011-2015年我国沉香木行业出口分析151

第二节 2015-2020年我国沉香木行业进出口市场预测分析152

一、2015-2020年我国沉香木行业进口预测152

二、2015-2020年我国沉香木行业出口预测152

第三部分 沉香木重点企业分析

第八章 我国沉香木行业优势品牌企业分析 153

第一节 海南屯昌英扬沉香开发有限公司 153

一、公司简介 153

二、公司经营项目 153

三、公司经营条件 153

四、公司服务项目 154

第二节 西双版纳奇楠沉香产品开发有限公司 155

一、公司简介 155

二、公司主营产品 156

三、公司优势 156

第三节 海南沉香观光农业科技发展有限公司 158

一、公司简介 158

二、公司主营业务 158

三、公司优势品牌 160

四、公司科技支持 161

第四节 化州市缘来香沉香有限公司 161

一、公司简介 161

二、公司主营产品 162

第五节 茂名市君元沉香种植发展有限公司162

一、公司简介 162

二、公司主营产品 163

第九章 我国沉香木行业品牌竞争格局分析 164

第一节 沉香木行业历史竞争格局概况164

一、沉香木行业集中度分析 164

二、沉香木行业竞争程度分析165

第二节 沉香木行业企业竞争状况分析167

一、领导企业的市场力量167

二、其他企业的竞争力 171

第三节 2015-2020年我国沉香木行业品牌竞争格局展望 174

第十章 沉香木行业区域分析 176

第一节 沉香木行业发展状况分析176

一、沉香分类情况 176

二、价格分析 182

三、出口市场情况 188

第二节 沉香木行业财务状况分析189

一、沉香木行业产销分析189

二、沉香木行业盈利能力分析190

第四部分 沉香木行业投资前景分析

第十一章 2015-2020年我国沉香木行业品牌发展预测 195

第一节 2015-2020年沉香木行业品牌市场财务数据预测 195

一、2015-2020年沉香木行业品牌市场规模预测195

二、2015-2020年沉香木行业总产值预测 196

三、2015-2020年沉香木行业利润总额预测	197
第二节 2015-2020年沉香木行业供需预测	199
一、2015-2020年沉香木产量预测	199
二、2015-2020年沉香木需求预测	199
三、2015-2020年沉香木供需平衡预测	200
第三节 2015-2020年沉香木行业投资机会	201
一、2015-2020年沉香木行业主要领域投资机会	201
二、2015-2020年沉香木行业出口市场投资机会	202
三、2015-2020年沉香木行业企业的多元化投资机会	203
第四节 影响沉香木行业发展的主要因素	208
一、2015-2020年影响沉香木行业运行的有利因素分析	208
二、2015-2020年影响沉香木行业运行的稳定因素分析	209
三、2015-2020年影响沉香木行业运行的不利因素分析	211
四、2015-2020年我国沉香木行业发展面临的挑战分析	212
五、2015-2020年我国沉香木行业发展面临的机遇分析	216
第五节 沉香木行业投资风险及控制策略分析	218
一、2015-2020年沉香木行业市场风险及控制策略	218
二、2015-2020年沉香木行业政策风险及控制策略	220
三、2015-2020年沉香木行业经营风险及控制策略	221
四、2015-2020年沉香木行业技术风险及控制策略	222
五、2015-2020年沉香木行业其他风险及控制策略	225
第十二章 2015-2020年我国沉香木行业品牌投资价值与投资策略分析	227
第一节 行业SWOT模型分析	227
一、优势分析	227
二、劣势分析	229
三、机会分析	230
四、风险分析	236
第二节 沉香木行业发展的PEST分析	239
一、政治和法律环境分析	239
二、经济发展环境分析	242
三、社会、文化与自然环境分析	244

四、技术发展环境分析 262

第三节 沉香木行业投资价值分析263

一、2015-2020年沉香木市场趋势总结263

二、2015-2020年沉香木发展趋势分析266

三、2015-2020年沉香木市场发展空间268

四、2015-2020年沉香木产业政策趋向270

五、2015-2020年沉香木价格走势分析274

第四节 沉香木行业投资策略分析278

一、重点投资品种分析 278

二、重点投资地区分析 279

三、项目投资建议 281

第十三章 业内专家对我国沉香木行业总结及企业经营战略建议 288

第一节 沉香木行业问题总结288

第二节 2015-2020年沉香木行业企业的标杆管理289

一、我国企业的经验借鉴289

二、国外企业的经验借鉴291

第三节 2015-2020年沉香木行业企业的资本运作模式292

一、沉香木行业企业的兼并及收购建议292

二、沉香木行业企业的融资方式选择建议 297

第十四章 2015-2020年沉香木行业企业营销模式建议 304

第一节、沉香木行业企业的我国营销模式建议304

一、沉香木行业企业的渠道建设 304

二、沉香木行业企业的品牌建设 305

第二节、沉香木行业企业海外营销模式建议 305

一、沉香木行业企业的海外细分市场选择 305

二、沉香木行业企业的海外经销商选择306

第三节 沉香木市场的重点客户战略实施 306

一、实施重点客户战略的必要性 306

二、合理确立重点客户 307

三、对重点客户的营销策略 313

第十五章 沉香木行业投资机会分析研究315

第一节 2015-2020年沉香木行业主要区域投资机会 315

第二节 2015-2020年沉香木行业出口市场投资机会 317

第三节 2015-2020年沉香木行业企业的多元化投资机会 319

第十六章 沉香木产业投资风险 321

第一节 沉香木行业宏观调控风险321

第二节 沉香木行业竞争风险322

第三节 沉香木行业供需波动风险325

第四节 沉香木行业技术创新风险325

第五节 沉香木行业经营管理风险326

图表目录：

图表：2014-2015年我国生产总值累计同比增长速度25

图表：2014-2015年社会消费品零售总额月度同比名义增速 26

图表：2014-2015年居民消费价格月度同比上涨情况27

图表：2014-2015年城镇居民人均可支配收入累计同比实际增长速度 28

图表：2014-2015年农村居民人均收入累计同比实际增长速度28

图表：2011-2015年七国集团GDP增长率 31

图表：2011-2015年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率 31

图表：全球及主要经济体制造业和服务业PMI 33

图表：全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数34

图表：OECD整体经济增长趋稳 35

图表：中国经济趋稳35

图表：全球制造业、全球服务业产出指数 36

图表：2014-2015年上半年生结、熟结莞香市场价格对比47

图表：品牌忠诚度五级构成比例 69

图表：DCCI品牌测试指标 70

图表：顾客行为忠诚度分析 71

图表：各种营销渠道的成本分析 117

图表：各种营销渠道的毛利分析 118

图表：2015-2020年我国沉香木进口情况预测 152
图表：2015年我国沉香产品区域集散地164
图表：2015-2020年我国沉香木市场规模 195
图表：2015-2020年我国沉香木市场规模柱状图196
图表：2015-2020年我国沉香木产值 196
图表：2015-2020年我国沉香木产值柱状图197
图表：2015-2020年我国沉香木利润总额 198
图表：2015-2020年我国沉香木利润总额柱状图198
图表：2015-2020年我国沉香木产量 199
图表：2015-2020年我国沉香木产量柱状图199
图表：2015-2020年我国沉香木需求量199
图表：2015-2020年我国沉香木需求量柱状图 200
图表：2015-2020年我国沉香木供需情况对比 200
图表：2015-2020年我国沉香木供需情况对比柱状图201
图表：2014年我国流动人口年增长率 246
图表：2015年分性别年龄户籍的上海常住人口规模 249
图表：供求关系图 325

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucai/E17161YZFS.html>