



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国蚊帐行业市场 运营态势及战略咨询研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国蚊帐行业市场运营态势及战略咨询研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/193135.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

蚊帐是一种避免蚊子叮咬的帐幕，通常挂在床架上将床围住以隔绝蚊子。蚊帐多为网状材质，使用蚊帐可以避蚊防风，还可吸附空气中飘落的尘埃。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国蚊帐行业市场运营态势及战略咨询研究报告》共十章，依据国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构的数据。内容严谨，数据翔实，结合丰富的图表，可以直观的看到蚊帐市场的发展动态竞争格局等信息。对我国蚊帐市场环境与发展前景、市场竞争格局与动态、市场需求供给与产销状况、投资风险与规避经营、未来行业趋势与规划建议等进行深入研究，并列举蚊帐市场行业内重点企业状况，竞争优势等。报告深入揭示了蚊帐市场潜在需求和机会，为投资者选择恰当的投资时机和投资决策，为公司领导层做战略规划提供准确的行业市场情报及科学的决策依据，对银行信贷部门也具有重要的参考价值！

第一章 国内蚊帐行业品牌发展环境分析

第一节 产品/行业特征

1、产品/行业定义

1、产品/行业消费特征

第二节 经济环境特征

一、中国GDP分析

二、固定资产投资

三、恩格尔系数分析

第三节 政策环境特征

一、国家宏观调控政策分析

二、蚊帐行业相关政策分析

第四节 蚊帐行业竞争特征

一、国内外品牌竞争格局

二、行业进入壁垒分析

三、可替代品威胁分析

四、贴牌加工产品市场威胁分析

第五节 蚊帐行业技术环境特征

第二章 国内蚊帐行业品牌产品市场规模分析

第一节 2009-2011年蚊帐市场规模分析

第二节2011年我国蚊帐区域结构分析

第三节蚊帐区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节2011—2016年蚊帐市场规模预测

第三章 国内蚊帐行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节2009-2011年蚊帐产量统计分析

第二节2009-2011年蚊帐历年消费量统计分析

第二节2009-2011年国内蚊帐行业品牌产品平均价格走势分析

第三节蚊帐产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第四节蚊帐产品的品牌市场调查

一、消费者对蚊帐品牌认知度宏观调查

二、消费者对蚊帐产品的品牌偏好调查

三、消费者对蚊帐品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、蚊帐品牌忠诚度调查

六、蚊帐品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 国内蚊帐行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节销售渠道对蚊帐行业品牌发展的重要性

第三节蚊帐行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节2009-2011年中国蚊帐行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节销售渠道决策的评估方法

一、销售渠道评估数学模型介绍

二、财务评估法介绍

三、交易成本评估法介绍

四、经验评估法介绍

第八节2011年国内蚊帐行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第五章 国内蚊帐行业进出口市场情况分析

第一节 2009-2011年国内蚊帐行业进出口量分析

一、2009-2011年国内蚊帐行业进口分析

二、2009-2011年国内蚊帐行业出口分析

第二节 2011-2016年国内蚊帐行业进出口市场预测分析

一、2011-2016年国内蚊帐行业进口预测

二、2011-2016年国内蚊帐行业出口预测

第六章 国内蚊帐行业优势品牌企业分析

企业可根据客户要求调研。

第一节 品牌一

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第二节 品牌二

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第三节 品牌三

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第四节品牌四

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第五节品牌五

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第七章 国内蚊帐行业品牌竞争格局分析

第一节蚊帐行业历史竞争格局概况

一、蚊帐行业集中度分析

二、蚊帐行业竞争程度分析

第二节蚊帐行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节2011-2016年国内蚊帐行业品牌竞争格局展望

第八章 2011-2016年国内蚊帐行业品牌发展预测

第一节2011-2016年蚊帐行业品牌市场财务数据预测

一、2011-2016年蚊帐行业品牌市场规模预测

二、2011-2016年蚊帐行业总产值预测

三、2011-2016年蚊帐行业利润总额预测

四、2011-2016年蚊帐行业总资产预测

第二节2011-2016年蚊帐行业供需预测

一、2011-2016年蚊帐产量预测

二、2011-2016年蚊帐需求预测

三、2011-2016年蚊帐供需平衡预测

五、2011-2016年主要蚊帐产品进出口预测

第三节2011-2016年蚊帐行业投资机会

一、2011-2016年蚊帐行业主要领域投资机会

二、2011-2016年蚊帐行业出口市场投资机会

三、2011-2016年蚊帐行业企业的多元化投资机会

第四节影响蚊帐行业发展的主要因素

一、2011-2016年影响蚊帐行业运行的有利因素分析

二、2011-2016年影响蚊帐行业运行的稳定因素分析

三、2011-2016年影响蚊帐行业运行的不利因素分析

四、2011-2016年我国蚊帐行业发展面临的挑战分析

五、2011-2016年我国蚊帐行业发展面临的机遇分析

第五节蚊帐行业投资风险及控制策略分析

一、2011-2016年蚊帐行业市场风险及控制策略

二、2011-2016年蚊帐行业政策风险及控制策略

三、2011-2016年蚊帐行业经营风险及控制策略

四、2011-2016年蚊帐行业技术风险及控制策略

五、2011-2016年蚊帐行业同业竞争风险及控制策略

六、2011-2016年蚊帐行业其他风险及控制策略

第九章 2011-2016年国内蚊帐行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节蚊帐行业发展的PEST分析

一、政治和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节蚊帐行业投资价值分析

一、2011-2016年蚊帐市场趋势总结

二、2011-2016年蚊帐发展趋势分析

三、2011-2016年蚊帐市场发展空间

四、2011-2016年蚊帐产业政策趋向

五、2011-2016年蚊帐技术革新趋势

六、2011-2016年蚊帐价格走势分析

第四节蚊帐行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第五节蚊帐行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

1、投资额度建议

2、技术性风险建议

3、项目可行性分析

第十章 业内专家对国内蚊帐行业总结及企业经营战略建议

第一节蚊帐行业问题总结

第二节2011-2016年蚊帐行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节2011-2016年蚊帐行业企业的资本运作模式

一、蚊帐行业企业国内资本市场的运作建议

1、蚊帐行业企业的兼并及收购建议

2、蚊帐行业企业的融资方式选择建议

二、蚊帐行业企业海外资本市场的运作建议

第四节2011-2016年蚊帐行业企业营销模式建议

一、蚊帐行业企业的国内营销模式建议

1、蚊帐行业企业的渠道建设

2、蚊帐行业企业的品牌建设

二、蚊帐行业企业海外营销模式建议

1、蚊帐行业企业的海外细分市场选择

2、蚊帐行业企业的海外经销商选择

第五节蚊帐市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

部分图表目录

图表2009-2011年蚊帐市场规模变化

图表2009-2011年蚊帐市场规模变化图

图表2011年蚊帐市场产量区域分布图

图表2011年蚊帐市场产量区域分布图

图表2009—2011年东北地区蚊帐销售收入变化

图表2009—2011年东北地区蚊帐销售收入变化图

图表2009—2011年华北地区蚊帐销售收入变化

图表2009—2011年华北地区蚊帐销售收入变化图

图表2009—2011年华东地区蚊帐销售收入变化

图表2009—2011年华东地区蚊帐销售收入变化图

图表2009—2011年华中地区蚊帐销售收入变化

图表2009—2011年华中地区蚊帐销售收入变化图

图表2009—2011年华南地区蚊帐销售收入变化

图表2009—2011年华南地区蚊帐销售收入变化图

图表2009—2011年西部地区蚊帐销售收入变化

图表2009—2011年西部地区蚊帐销售收入变化图

图表2011—2016年蚊帐市场规模预测图

图表2009-2011年蚊帐产量变化 -
图表2009-2011年蚊帐产量变化图
图表2009-2011年蚊帐消费量变化
图表2009-2011年蚊帐消费量变化图
图表调研样本说明
图表蚊帐产品采购人员年龄调查
图表2011年不同地区客户消费特征调查
图表2011年消费者对蚊帐品牌认知度调查
图表2011年消费者对蚊帐的品牌偏好调查
图表2011年消费者对蚊帐的品牌偏好调查
图表2011年消费者对蚊帐品牌的首要认知渠道调查
图表2011年份消费者经常买的蚊帐品牌调查
图表2011年份消费者经常买的品牌调查
图表2011年消费者品牌忠诚度调查
图表2011年消费者品牌忠诚度调查 -
图表2011年蚊帐牌市场占有率
图表2011年蚊帐消费者性别比例调查分析
图表消费者升级蚊帐的频率分析
图表蚊帐消费者产品价格认同情况调查分析
图表蚊帐产品包装影响程度分析
图表蚊帐产品品牌的影响程度分析
图表蚊帐产品购买场所分布图
图表蚊帐产品广告影响程度分析
图表蚊帐产品包装影响程度分析
图表蚊帐行业成本构成
图表2009-2011年蚊帐进口统计表
图表2009-2011年蚊帐进口分析
图表2009-2011年蚊帐出口统计表
图表2009-2011年蚊帐出口分析
图表2011-2016年蚊帐进口预测图
图表2011-2016年蚊帐出口预测图
图表2009-2011年公司一效益指标分

图表2009-2011年公司一在蚊帐的市场占有率分析

图表2011年我国蚊帐市场集中度分析

图表2011—2016年蚊帐产量预测图-

图表2011-2016年我国蚊帐行业总资产预测图

图表2011-2016年我国蚊帐产值预测图

图表2011-2016年我国蚊帐行业销售收入预测图

图表2011年我国蚊帐行业盈利能力情况

图表2011年我国蚊帐行业偿债能力情况

图表2011年我国蚊帐行业发展能力情况

通过《2012-2016年中国蚊帐行业市场运营态势及战略咨询研究报告》，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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/193135.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。