



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国登山包市场调查与产业投资策略分析报告

一、调研说明

《2008-2010年中国登山包市场调查与产业投资策略分析报告》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/46647.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

温馨提示：全价订购英文版或日文版的客户，赠送中文电子版一套！

【 目录 】

第一章2008-2010年登山包行业发展环境分析

第一节2001-2007年国内宏观经济环境

一、GDP历史变动轨迹

二、固定资产投资历史变动轨迹

三、进出口贸易历史变动轨迹

四、2008年我国宏观经济发展预测

第二节近年来我国登山包行业发展政策分析

第三节2008年登山包行业发展的波特五力模型分析

一、行业内竞争

二、买方侃价能力

三、卖方侃价能力

四、进入威胁

五、替代威胁

第四节2008年影响登山包行业发展的主要因素分析

第二章2008-2010年我国登山包生产情况分析

第一节2005-2007年我国登山包产能统计分析

第二节2005-2007年我国登山包产量统计分析

第三节2005-2007年我国登山包行业产销率与产品库存分析

一、2005-2007年我国登山包行业产销率与分析

二、2005-2007年我国登山包产品库存分析

第四节2005-2007年我国登山包区域市场规模分析

一、华东地区

二、华南地区

三、华中地区

四、华北地区

五、东北地区

六、西部地区

第四节2008 - 2010年我国登山包生产回归模型预测

第三章2008-2010年我国登山包需求与消费情况分析

第一节2005-2007年我国登山包行业总消费量分析

第二节2005-2007年我国登山包行业消费特点与消费趋势分析

第三节2005-2007年我国登山包行业供需错位情况分析

第四节2005-2007年我国登山包行业需求满足率与潜在需求量分析

一、2005-2007年我国登山包行业满足率分析

二、2005-2007年我国登山包行业潜在需求量分析

第五节2008—2010我国登山包行业消费量回归模型预测

第四章2008-2010年中国登山包行业进出口市场分析

第二节2004—2007登山包行业进出口量分析

第二节2004—2007国内外进出口相关政策分析

第三节2004—2007登山包行业进出口特点分析

第四节2008—2010年登山包行业进出口市场预测

第五章2008-2010年中国登山包行业竞争格局分析

第一节登山包行业历史竞争格局综述

一、登山包行业集中度分析

二、登山包行业竞争程度

第二节登山包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

第三节国内外企业发展的SWOT模型分析

第四节2007—2010年我国登山包行业竞争格局展望

第六章国内外登山包行业重点企业竞争力分析

第一节国内登山包主要企业分析（含企业发展介绍、近期经营状况，发展战略等）

第二节国外登山包主要企业分析（含企业发展介绍、在华布局，发展战略等）

第七章2008-2010年中国登山包行业产品营销分析

第一节登山包行业国内营销模式分析

第二节登山包行业主要销售渠道分析

第三节登山包行业广告与促销方式分析

第四节登山包行业价格竞争方式分析

第五节登山包行业国际化营销模式分析

第八章2008-2010年中国登山包行业消费者偏好调查

温馨提示：此章可以根据您的需求订制！如需调研案例，请与客服联系！

第一节登山包目标客户群体调查

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

第二节登山包的品牌市场调查

一、消费者对登山包品牌认知度宏观调查

二、消费者对登山包的品牌偏好调查

三、消费者对登山包品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、登山包品牌忠诚度调查

六、登山包品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三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

第九章2008-2010年登山包行业投资价值（绩效）分析

第一节行业规模分析

第二节行业成长性分析

第三节行业经营能力分析

第四节行业盈利能力分析

第五节行业偿债能力分析

第十章2008-2010年登山包行业投资风险分析及建议

第一节2008-2010年登山包行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第二节2008-2010年登山包行业投资建议分析

一、投资产品建议

二、投资区域建议

三、国际投资方式建议

第三节2008-2010年登山包行业投资策略分析

一、企业经营战略策略

二、兼并及收购策略

三、融资方式选择策略

四、海外资本市场的运作策略

部分图表目录

图表、2000 - 2007年中国GDP变动情况

图表、2000 - 2007年中国GDP曲线分析

图表、2007年我国产业固定资产投资情况

图表、2007年我国行业固定资产投资情况

图表、2001 - 2007年我国固定资产投资增长情况（亿元）

图表、2008-2010年我国国内生产总值预测

图表、2008-2010年我国固定资产投资预测

图表、2007-2010年我国国际贸易总额预测

图表、登山包行业环境“波特五力”分析模型

图表、2002-2007年全国登山包产品产量及增长情况

图表、2002-2007年全国登山包产量增长对比

图表、2007年中国登山包企业产量前10名企业

图表、2004—2007年我国登山包产能过剩曲线分析

图表、2005—2008年我国登山包行业产品产销率曲线分析

图表、2004—2007年我国登山包行业产品库存曲线分析

图表、2004—2007年我国登山包行业生产成本变动分析

图表、2004—2007年中国登山包产量模型预测

图表、2008—2010年中国登山包产量预测

图表、2008—2010年中国登山包产量变化趋势图

图表、2004—2007年中国登山包消费量分析

图表、2004—2007年中国登山包消费量及增长对比

图表、2005—2008年我国登山包消费增长曲线分析

图表、2004—2007年我国登山包行业供需错位率曲线分析

图表、2004—2007年登山包行业需求满足率分析

图表、2004—2007年中国登山包潜在需求量分析

图表、2004—2007年中国登山包潜在需求量及增长对比

图表、2004—2007年中国登山包行业市场价格变动对比

图表、2004—2007年中国登山包消费量模型预测

图表、2008—2010年中国登山包消费量预测

图表、2008—2010年中国登山包消费量变化趋势图

图表、2004—2007年中国登山包供给量分析

图表、2004—2007年中国登山包供给量及增长对比

图表、2004—2007年中国登山包需求量分析

图表、2004—2007年中国登山包需求量及增长对比

图表、2004—2007年中国登山包供需缺口分析

图表、2004—2007年中国登山包供需缺口及增长对比

图表、2004—2007年中国登山包供给量模型预测

图表、2008—2010年中国登山包供给量预测

图表、2008—2010年中国登山包供给量变化趋势图

图表、2004—2007年中国登山包需求量模型预测

图表、2008—2010年中国登山包需求量预测

图表、2008—2010年中国登山包需求量变化趋势图

图表、2004—2007年中国登山包供需缺口模型预测

图表、2008—2010年中国登山包供需缺口预测

图表、2008—2010年中国登山包供需缺口变化趋势图

图表、2005-2007年我国登山包行业进出口量分析

图表、2008-2010年我国登山包行业进出口量分析

图表、2004—2007年中国登山包行业平均价格曲线分析

图表、2004—2007年中国登山包行业价格曲线变化分析

图表、登山包行业成本构成

图表、2008—2010年中国登山包行业市场平均价格走势分析

图表、2005-2007年我国主要城市产品市场价格分析

图表、不同地区产品竞争程度分析

图表、2005—2007年我国登山包行业不同地区产品供需走势分析

图表、2007—2010年我国登山包行业不同地区产品整体发展预测

图表、2004—2007年登山包行业市场集中度分析

图表、国内不同规模企业竞争力分析

图表、国内不同所有制企业竞争力分析

图表、登山包行业领导企业的市场占有率

图表、2008—2010年登山包五强企业市场占有率预测

图表、登山包行业技术成熟度判断

图表、消费者对登山包的首要认知渠道调查

图表、登山包城市渗透率

图表、主要品牌市场渗透率

图表、消费者对登山包的品牌认知度调查

图表、登山包的品牌满意度调查

图表、登山包的品牌认知度调查

图表、消费者最常购买的十大品牌

图表、登山包的品牌忠诚度调查

图表、登山包的品牌知名度调查

图表、消费者的消费理念调研

图表、消费者的价格敏感度调研

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46647.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提供专业投资咨询报告、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。