

2012-2016年中国时尚类产 品市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国时尚类产品市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaxiuxian1208/P643802YAG.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-08-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国时尚类产品市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了世界时尚类行业市场运行形势、中国时尚类产业发展环境等，接着分析了中国时尚类产业发展现状，然后介绍了中国时尚类产业运行情况、中国时尚类市场运行情况。随后，报告对时尚类行业重点生产企业做了企业经营状况分析，最后分析了时尚类行业发展趋势及投资前景。您若想对时尚类产业有个系统的了解或者想投资时尚类行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国时尚类产品市场分析与投资前景研究报告》，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科学决策依据。

时尚是一种创新，也是一种追逐。潮人们往往在追逐时尚的同时引领着潮流，我们通过流行起的事物中发现通点特征，再去创新出更个性更时尚的东西。时尚的东西不一定流行，流行的东西不一定时尚，但时尚往往是从流行中找到特点去创新，流行也是跟随着时尚的大众化而变得流行，时尚往往是由新奇而变得慢慢被大众所模仿的。

第一章 2011-2012年世界时尚类行业市场运行形势分析

第一节 2011年全球时尚类行业发展概况

第二节 世界时尚类行业发展走势

二、全球时尚类行业市场分布情况

三、全球时尚类行业发展趋势分析

第三节 全球时尚类行业重点国家和地区分析

一、北美

二、亚洲

三、欧盟

第二章 2011-2012年中国时尚类产业发展环境分析

第一节 2011年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 时尚类行业主管部门、行业监管体

第三节 中国时尚类行业主要法律法规及政策

第四节 2012年中国时尚类产业社会环境发展分析

第三章 2011-2012年中国时尚类产业发展现状

第一节 时尚类行业的有关概况

一、时尚类的定义

二、时尚类的特点

第二节 时尚类的产业链情况

一、产业链模型介绍

二、时尚类行业产业链分析

第三节 上下游行业对时尚类行业的影响分析

第四章 2011-2012年中国时尚类行业技术发展分析

第一节 中国时尚类行业技术发展现状

第二节 时尚类行业技术特点分析

第三节 时尚类行业技术发展趋势分析

第五章 2011-2012年中国时尚类产业运行情况

第一节 中国时尚类行业发展状况

一、2009-2011年时尚类行业市场供给分析

二、2009-2011年时尚类行业市场需求分析

三、2009-2011年时尚类行业市场规模分析

第二节 中国时尚类行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第六章 2011-2012年中国时尚类市场运行情况

第一节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节 行业品牌现状分析

第三节 行业产品市场价格情况

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁

第七章 2009-2011年中国时尚类所属行业主要数据监测分析

第一节 2009-2011年中国时尚类所属行业总体数据分析

一、2009年中国时尚类所属行业全部企业数据分析

二、2010年中国时尚类所属行业全部企业数据分析

三、2011年中国时尚类所属行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国时尚类所属行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国时尚类所属行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国时尚类所属行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国时尚类所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国时尚类所属行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国时尚类所属行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国时尚类所属行业不同所有制企业数据分析

一、2011年中国时尚类所属行业不同所有制企业数据分析

第八章 2011-2012年中国时尚类行业竞争情况

第一节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒 / 退出机制

四、行业周期

第二节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 行业国际竞争力比较

第九章 2011-2012年时尚类行业重点生产企业分析

第一节 A企业

- 一、企业简介
- 二、企业经营数据
- 三、企业产品分析

第二节 B企业

- 一、企业简介
- 二、企业经营数据
- 三、企业产品分析

第三节 C企业

- 一、企业简介
- 二、企业经营数据
- 三、企业产品分析

第四节 D企业

- 一、企业简介
- 二、企业经营数据
- 三、企业产品分析

第五节 E企业

- 一、企业简介
- 二、企业经营数据
- 三、企业产品分析

第十章 2012-2016年时尚类行业发展预测分析

第一节 2012-2016年中国时尚类行业未来发展预测分析

- 一、中国时尚类行业发展方向及投资机会分析
- 二、2012-2016年中国时尚类行业发展规模分析
- 三、2012-2016年中国时尚类行业发展趋势分析

第二节 2012-2016年中国时尚类行业供需预测

- 一、2012-2016年中国时尚类行业供给预测
- 二、2012-2016年中国时尚类行业需求预测

第三节 2012-2016年中国时尚类行业价格走势分析

第十一章 2012-2016年中国时尚类行业投资风险预警

第一节 中国时尚类行业存在问题分析

第二节 中国时尚类行业政策投资风险

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、原材料压力风险

五、经营管理风险

第十二章 2012-2016年中国时尚类行业发展策略及投资建议

第一节 时尚类行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 时尚类行业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

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 专家投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表目录：

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：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：……

跟多图表详见正文……

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1208/P643802YAG.html>