

2013-2017年中国棉花市场 深度调研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

《2013-2017年中国棉花市场深度调研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/nongye1307/K24775RA1Q.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】2013-07-05

【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

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国棉花市场深度调研与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了棉花行业相关概述、世界棉花行业运行形式等，接着分析了中国棉花产业发展环境，然后介绍了中国棉花市场供需、中国棉花市场运行情况。随后，报告对棉花做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国棉花行业发展趋势与前景。您若想对棉花产业有个系统的了解或者想投资棉花行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2017年中国棉花市场深度调研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了科学决策依据。

棉花曾是我国重要的战略物资，在农业经济格局中举足轻重。我国棉花生产居世界前列，是纺织大国和最大的棉花消费国，全国有23个省、市、自治区生产棉花，棉花产业在国民经济中占有重要地位。由棉花生产、流通、加工、纺织等环节组成的产业链链条完整，具有较强的系统优势和辐射效应。随着棉花市场逐步放开，棉花价格由市场决定的机制基本确立，收购加工主体呈现多元化态势，棉纺织行业持续高速增长，用棉需求不断增加，带动了我国棉花种植和棉花产业的整体发展。

近年来，随着棉纺织行业的迅猛发展，市场对棉花需求不断增加，尽管原有的小包型轧花厂在不断淘汰，棉花加工企业数量仍然很大。目前国内仅拥有400型棉花加工厂的企业就有1600多家，但大部分规模较小，产能相对分散。这些棉花加工流通企业主要分布在新疆、山东、河北、湖北等几个大的产棉区。

2011年，中国棉花产量达660万吨，同比增加10.7%。2012年1-9月，中国棉花累计进口量为4030000吨，比上年同期增长107.30%；累计出口量为14611吨，比上年同期下降42.60%。2012年1-9月，全国棉花累计进口额为950574.30万美元，比上年同期增长62.30%；累计出口额为3029.60万美元，比上年同期下降61.10%。

2012年9月1日，我国棉花新国标GB1103.1《棉花细绒棉锯齿加工》和GB1103.2《棉花细绒棉皮辊加工》发布，将于2013年9月1日起实施。此次棉花标准的核心内容取消了品级，增加了颜色级、轧工质量指标及检验方法，将色特征级修订为颜色级，并明确颜色级相关条款为强制性条款。新棉花标准更注重棉花的内在质量，含杂率、异性纤维、短绒率等与棉纺企业实际生产需求密切相关的指标，在标准里有更充分的体现，更贴近棉纺用棉企业的实际需要，这对棉纺企业来说更加有利。

第一章 棉花行业相关概述

第一节 棉花的基本概念

- 一、棉花的自然属性
- 二、棉花种植历史
- 三、棉花生长特点
- 四、棉花的分类、加工与检验
- 五、棉纤维的品质构成

第二节 棉花的经济特性

- 一、棉花的经济发展地位
- 二、棉花分级介绍
- 三、棉花商品市场特点

第三节 中国棉花的五大产区

- 一、长江流域棉区
- 二、黄河流域棉区
- 三、西北内陆棉区
- 四、北部特早熟棉区
- 五、华南棉区

第二章 2013年世界棉花行业市场运行形势分析

第一节 2013年全球棉花行业发展概况

第二节 世界棉花行业发展走势

- 二、全球棉花行业市场分布情况
- 三、全球棉花行业发展趋势分析

第三节 全球棉花行业重点国家和地区分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、欧洲

第三章 2013年中国棉花产业发展环境分析

第一节 2013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、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 棉花行业主管部门、行业监管体

第三节 中国棉花行业主要法律法规及政策

第四节 2013年中国棉花产业社会环境发展分析

第四章 2012-2013年中国棉花市场供需分析

第一节 中国棉花市场供给状况

一、2008-2012年中国棉花产量分析

二、2013-2017年中国棉花产量预测

第二节 中国棉花市场需求状况

一、2008-2012年中国棉花需求分析

二、2013-2017年中国棉花需求预测

第三节 2012年棉花区域市场需求分析

一、华东地区市场需求分析

二、华北地区市场需求分析

三、东北地区市场需求分析

四、华南地区市场需求分析

五、华中地区市场需求分析

六、西部地区市场需求分析

第四节 中国棉花市场价格状况

一、2008-2012年中国棉花价格分析

二、2013-2017年中国棉花价格预测

第五章 2008-2012年棉花进出口数据分析

第一节 2008-2012年棉花进口分析

一、棉花进口数量情况

二、棉花进口金额分析

三、棉花进口来源分析

四、棉花进口价格分析

第二节 2008-2012年棉花出口分析

一、棉花出口数量情况

二、棉花出口金额分析

三、棉花出口流向分析

四、棉花出口价格分析

第六章 2011-2013年中国棉花市场运行情况

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 2011-2013年中国棉花所属行业主要数据监测分析

第一节 2011-2013年中国棉花所属行业总体数据分析

一、2011年中国棉花所属行业全部企业数据分析

二、2012年中国棉花所属行业全部企业数据分析

三、2013年中国棉花所属行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国棉花所属行业不同规模企业数据分析

一、2011年中国棉花所属行业不同规模企业数据分析

二、2012年中国棉花所属行业不同规模企业数据分析

三、2013年中国棉花所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国棉花所属行业不同所有制企业数据分析

一、2011年中国棉花所属行业不同所有制企业数据分析

一、2012年中国棉花所属行业不同所有制企业数据分析

一、2013年中国棉花所属行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国棉花行业竞争格局及战略分析

第一节 中国棉花行业竞争结构分析

一、行业现有企业间的竞争

二、行业新进入者威胁分析

三、替代产品或服务的威胁

四、上游供应商讨价还价能力

五、下游用户讨价还价的能力

第二节 中国棉花行业竞争力分析

一、品牌竞争分析

二、成本竞争分析

三、价格竞争分析

四、技术竞争分析

第三节 棉花市场集中度分析

一、国内棉花企业分布

二、国内棉花企业市场集中度

三、国内棉花消费区域分布

第四节 棉花企业资本市场运作建议

一、棉花企业兼并及收购建议

二、棉花企业融资方式选择建议

三、棉花企业海外市场运作建议

第九章 棉花主要生产厂商竞争力分析（可自选企业）

第一节 企业一

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二节 企业二

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第四节 企业四

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第五节 企业五

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十章 2013-2017年中国棉花行业发展趋势与前景分析

第一节 2013-2017年中国棉花行业投资环境分析

第二节 2013-2017年中国棉花行业投资前景分析

一、棉花行业发展前景

二、棉花发展趋势分析

三、棉花市场前景分析

第三节 2013-2017年中国棉花行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、原材料风险分析

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第四节 2013-2017年棉花行业投资策略及建议

第十一章 2013-2017年中国棉花行业发展策略及投资建议

第一节 棉花行业发展策略分析

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 棉花行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 博思数据投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表目录：（部分）

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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：……

更多图表详见正文……

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/nongye1307/K24775RA1Q.html>