

2017-2022年中国圣诞装饰 品市场监测及发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国圣诞装饰品市场监测及发展趋势研究报告》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.cction.com/report/201707/141045.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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:

第一章圣诞装饰品产品市场环境深度调查13

第一节国际宏观经济环境研究13

- 一、世界经济继续复苏，但仍将延续低速增长态势13
- 二、全球金融形势总体趋向好转，但出现动荡的可能性依然较大14
- 三、大宗商品价格仍将高位震荡，但大幅上涨的可能性不大14
- 四、发达国家财政政策总体趋紧，货币政策可望继续宽松15
- 五、发达经济体走势继续分化，新兴经济体有望企稳回升15
 - (一)美国经济继续复苏15
 - (二)欧元区经济仍难摆脱负增长16
 - (三)日本经济有望维持缓慢增长态势16
 - (四)新兴经济体增速有望触底回升17
- 六、2013年全球GDP18

第二节国内宏观经济环境研究20

- 一、GDP增长研究20
- 二、投资、消费、进出口研究22

第三节政策环境研究24

- 一、新型城镇化，经济工作的重要抓手24
- 二、结构性减税，积极财政政策的体现24
- 三、防风险稳增长，稳健货币政策的两面25
- 四、促进城镇发展，现行土地政策的方向26
- 五、新增长点流通体系，促进消费的着力点26

第二章圣诞装饰品行业环境研究27

第一节产品所属行业概况27

- 一、行业相关定义及分类27
- 二、行业发展历程28

第二节圣诞装饰品产品行业运行特点29

- 一、行业所处生命周期29
- 二、行业与宏观经济周期相关性30

第三节圣诞装饰品产业政策及产品标准30

第三章2013年我国圣诞装饰品市场经济运行情况33

第一节2013年我国圣诞装饰品市场发展基本情况33

一、我国圣诞装饰品市场发展现状分析33

(一)市场需求变化33

(二)市场规模分析33

二、我国圣诞装饰品行业市场特点分析34

(一)产地区域集中度较高34

(二)市场产品种类丰富34

(三)主要消费市场在国外34

三、我国圣诞装饰品行业技术发展状况35

第二节我国圣诞装饰品市场存在问题及发展限制36

一、主要问题与发展受限36

(一)行业技术水平不高36

(二)行业管理水平不高36

二、基本应对的策略36

(一)明确自身的品牌定位36

(二)关注新亮点和流行新元素37

(三)加强与品牌定位相适应的渠道构造能力37

第三节我国圣诞装饰品上游产业发展情况37

一、塑胶行业发展情况37

二、金属行业发展情况38

三、装饰灯行业发展情况38

四、包装行业发展情况39

第四章2011-2013年中国圣诞装饰品行业主要指标监测分析41

第一节2011-2013年中国圣诞装饰品行业数据统计与监测41

一、2011-2013年中国圣诞装饰品行业企业数量增长41

二、2011-2013年中国圣诞装饰品行业从业人数调查42

三、2011-2013年中国圣诞装饰品行业总体销售收入42

四、2011-2013年中国圣诞装饰品行业利润总额43

第二节2013年中国圣诞装饰品市场最新数据统计与监测分析44

一、企业数量与分布44

二、销售收入44

三、利润总额	45
四、从业人数	45
第三节2011-2013年圣诞装饰品市场产销率调查	46
一、工业总产值	46
二、工业销售产值	46
三、产销率调查	47
第五章圣诞装饰品产业用户分析	48
第一节圣诞装饰品产业用户认知程度	48
第二节圣诞装饰品产业用户关注因素	49
一、功能	49
二、质量	50
三、价格	50
四、外观	51
五、服务	51
第六章2012-2013年中国圣诞装饰品市场竞争格局分析	52
第一节2012-2013年中国圣诞装饰品市场竞争结构分析	52
一、中外圣诞装饰品竞争分析	52
二、圣诞装饰品价格竞争分析	54
三、圣诞装饰品成本竞争分析	55
第二节2012-2013年中国圣诞装饰品行业集中度分析	56
一、市场集中度分析	56
二、区域集中度分析	57
第三节2012-2013年中国圣诞装饰品企业提升竞争力策略分析	57
一、我国企业核心竞争力欠缺的原因分析	57
(一)企业核心竞争的体制与机制建立缓慢	57
(二)技术创新能力不强与管理能力欠缺	58
二、我国企业竞争能力提升的措施	58
(一)加强研究开发机构建设计划与措施推进	58
(二)加强全方位创新人才的培养	58
(三)创新管理制度	58
(四)完善与创新机制	59
第七章中国圣诞装饰品市场重点企业发展分析	60

第一节浙江奥光工艺品制造有限公司60

一、企业发展简况分析60

二、企业经营情况分析60

三、企业经营优劣势分析61

四、企业发展策略分析62

第二节江苏安阳文化创意产业园股份有限公司62

一、企业发展简况分析62

二、企业经营情况分析62

三、企业经营优劣势分析63

四、企业发展策略分析63

第三节深圳树杰工艺品有限公司64

一、企业发展简况分析64

二、企业经营情况分析64

三、企业经营优劣势分析65

四、企业发展策略分析65

第四节宁波飞虹文化用品有限公司65

一、企业发展简况分析65

二、企业经营情况分析65

三、企业经营优劣势分析66

四、企业发展策略分析66

第五节临海金诺工艺品有限公司66

一、企业发展简况分析66

二、企业经营情况分析67

三、企业经营优劣势分析67

四、企业发展策略分析67

第八章2013-2017年圣诞装饰品市场发展前景预测68

第一节国际圣诞装饰品行业发展前景预测68

一、国际圣诞装饰品市场发展前景68

(一)英美等国家需求前景看好68

(二)我国市场需求潜力巨大68

二、2013-2017年国际圣诞装饰品市场发展预测68

(一)义乌仍是圣诞装饰品主要货源地68

(二)产品技术水平将提高69	
三、世界范围圣诞装饰品中长期市场发展展望69	
(一)中国市场国际地位将提高69	
(二)网络销售渠道将扩展69	
第二节我国圣诞装饰品行业中长期预测70	
一、我国圣诞装饰品市场发展前景70	
二、2013-2017年我国圣诞装饰品市场发展预测70	
三、我国圣诞装饰品中长期市场发展展望71	
第九章国内圣诞装饰品市场深度分析72	
第一节圣诞装饰品市场现状分析及预测72	
第二节2013-2017年供给分析及预测72	
第三节2013-2017年需求分析及预测73	
第四节产品消费领域与消费结构分析74	
第五节圣诞装饰品价格趋势分析74	
第十章行业投资风险及控制策略分析76	
第一节行业市场风险及控制策略76	
第二节行业政策风险及控制策略76	
第三节企业经营风险及控制策略77	
第四节同业竞争风险及控制策略78	
第五节尚普建议79	
一、发展建议79	
(一)调整产业结构，促进产业升级79	
(二)树立民族品牌，实施品牌战略79	
(三)强化企业管理，提高内在素质79	
(四)优化人才队伍，提升职业水平80	
二、发展注意事项80	
部分图表目录	
图表1：圣诞装饰品行业发展历程1	
图表2：圣诞装饰品产品行业生命周期2	
图表3：2011-2013年中国圣诞装饰品国内市场规模对比分析2	
图表4：我国圣诞装饰品市场分布3	
图表5：2013年中国圣诞装饰品市场企业数量分布4	

图表6：近五年GDP增长研究20
图表7：圣诞装饰品行业发展历程28
图表8：圣诞装饰品产品行业生命周期29
图表9：圣诞装饰品出口标准详解32
图表10：2011-2013年中国圣诞装饰品国内市场规模对比分析33
图表11：我国圣诞装饰品市场分布35
图表12：2011-2013年中国圣诞装饰品行业企业数量对比分析41
图表13：2011-2013年中国圣诞装饰品行业从业人数对比分析42
图表14：2011-2013年中国圣诞装饰品行业总体销售收入对比分析43
图表15：2011-2013年中国圣诞装饰品行业利润总额度对比分析43
图表16：2013年中国圣诞装饰品市场企业数量分布44
图表17：2013年中国圣诞装饰品市场销售收入分布44
图表18：2013年中国圣诞装饰品市场利润总额分布45
图表19：2013年中国圣诞装饰品市场利从业人数分布45
图表20：2011-2013年圣诞装饰品行业工业产值对比分析46
图表21：2011-2013年圣诞装饰品行业工业销售产值对比分析47
图表22：2011-2013年圣诞装饰品行业产销率对比分析47
图表23：圣诞装饰品展示50
图表24：2013年中国圣诞装饰品行业集中度分析56
更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201707/141045.html>