

2020-2026年中国手袋市场 深度分析与投资战略报告

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

《2020-2026年中国手袋市场深度分析与投资战略报告》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/202008/184661.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

手袋，是指具有手挽的各种袋的总称，而一般手袋厂中的手袋，却是广义的手袋，其产品包括：有户带的户袋、背袋；手袋没带的称为银包、皮夹；还可以叫它为袋，包夹三大类。根据手袋的用途可以分为：旅行袋、公文袋、时款袋、包装袋、银包、腰包、书包、皮夹九类。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国手袋市场深度分析与投资战略报告》共十一章。首先介绍了手袋行业市场发展环境、手袋整体运行态势等，接着分析了手袋行业市场运行的现状，然后介绍了手袋市场竞争格局。随后，报告对手袋做了重点企业经营状况分析，最后分析了手袋行业发展趋势与投资预测。您若想对手袋产业有个系统的了解或者想投资手袋行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录：

第一部分手袋行业发展环境

第一章中国手袋行业发展环境分析

第一节经济环境分析

一、经济发展状况

二、收入增长情况

三、固定资产投资

四、存贷款利率变化

五、人民币汇率变化

六、贸易战对手袋行业影响分析

第二节政策环境分析

第三节社会环境分析

一、人口规模与年龄结构分析

二、学历结构分析

三、2016-2019年消费者信心指数分析

四、2019年我国居民消费情况分析

第四节技术环境分析

一、技术发展现状

二、新技术的发展

三、技术发展趋势

第二部分手袋行业发展状况

第二章中国手袋行业市场分析

第一节中国手袋行业发展状况

一、手袋行业特征分析

二、我国手袋行业发展状况

三、2019年中国手袋产业运行状况

四、经济危机下中国手袋行业变化分析

第二节中国手袋市场发展状况

一、外销手袋市场分析

二、低价位手袋市场分析

三、中档手袋市场分析

四、高档手袋市场分析

五、内销手袋市场分析

第三章中国手袋市场规模分析

第一节2016-2019年中国手袋市场规模分析

第二节2019年我国手袋区域结构分析

第三节中国手袋区域市场规模分析

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2016-2019年中国手袋市场规模预测

第四章中国手袋技术分析

第一节中国手袋技术现状分析

一、手袋企业“绕开”技术壁垒政策

二、手袋技术分析

三、手袋企业技术装备水平

第二节中国手袋技术动向分析

一、手袋技术改造升级分析

二、手袋技术改革情况

三、箱包设计新趋势

四、未来手袋的新概念设计方向

第三节中国与美国手袋技术差距分析

一、美国手袋市场技术分析

二、中国与美国手袋技术差距

第三部分手袋市场发展分析

第五章中国手袋需求与消费状况分析

第一节2016-2019年中国手袋所属行业产量统计分析

第二节2016-2019年中国手袋历年消费量统计分析

第三节中国手袋消费者消费偏好调查分析

第四节中国手袋消费者对其价格的敏感度分析

第五节手袋消费者的态度及影响因素分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、广告的影响程度

四、包装的影响程度

第六章中国手袋行业市场价格分析

第一节价格形成机制分析

第二节中国手袋行业平均价格分析

一、中国手袋市场价格及成本分析

二、白沟箱包价格优势原因分析

三、高档手袋市场价格变动分析

第三节2016-2019年中国手袋行业价格趋向预测分析

第七章中国手袋所属行业进出口市场情况分析

第一节2016-2019年中国手袋所属行业进出口特征分析

第二节2016-2019年中国手袋行业进出量分析

一、2016-2019年中国手袋行业进口分析

二、2016-2019年中国手袋行业出口分析

第三节2016-2019年中国手袋所属行业进出口市场预测分析

第四部分手袋行业竞争格局

第八章手袋优势品牌企业分析

第一节路易•威登（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业经营分析

三、路易•威登品牌发展分析

四、发展战略分析

第二节香奈儿（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业品牌发展分析

三、发展战略分析

第三节古琦欧(中国驰名商标)

一、企业概况

二、企业经营分析

三、发展战略分析

第四节普拉达（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业经营分析

三、发展战略分析

第五节迪奥（一线品牌）

一、企业概况

二、企业经营分析

三、发展战略分析

第六节其他企业

- 一、新百丽鞋业深圳有限公司
- 二、番禺世门手袋有限公司
- 三、佛山市顺德区盈达鞋业有限公司
- 四、中山展兴皮具制品有限公司
- 五、常州港华丝绢工艺制品有限公司
- 六、江门万胜皮制品有限公司

第九章中国手袋行业竞争格局分析

第一节我国手袋市场竞争状况

- 一、2019年手袋市场竞争力分析
- 二、2019年手袋市场畅销状况
- 三、2019年手袋市场占有率分析
- 四、2019年手袋企业竞争分析

第二节我国皮革手袋市场竞争状况

- 一、2019年皮革手袋市场竞争力分析
- 二、2019年皮革手袋市场畅销状况
- 三、2019年皮革手袋市场占有率分析
- 四、2019年皮革手袋企业竞争分析

第三节我国皮手袋市场竞争状况

- 一、2019年皮手袋市场竞争力分析
- 二、2019年皮手袋市场畅销状况
- 三、2019年皮手袋市场占有率分析
- 四、2019年皮手袋企业竞争分析

第四节我国真皮手袋市场竞争状况

- 一、2019年真皮手袋市场竞争力分析
- 二、2019年真皮手袋市场畅销状况
- 三、2019年真皮手袋市场占有率分析
- 四、2019年真皮手袋企业竞争分析

第五节我国尼龙手袋市场竞争状况

- 一、2019年尼龙手袋市场竞争力分析
- 二、2019年尼龙手袋市场畅销状况
- 三、2019年尼龙手袋市场占有率分析

四、2019年尼龙手袋企业竞争分析

第六节我国PVC手袋市场竞争状况

一、2019年PVC手袋市场竞争力分析

二、2019年PVC手袋市场畅销状况

三、2019年PVC手袋市场占有率分析

四、2019年PVC手袋企业竞争分析

第五部分手袋行业发展趋势及投资分析

第十章2016-2019年中国手袋行业发展预测

第一节手袋行业发展趋势分析

一、手袋设计发展趋势

二、中国手袋业原创品牌发展潜力分析

三、中国手袋电子商务发展趋势

四、手袋类产品生产和发展趋势

五、国内手袋行业发展方向

六、手袋流行四步变化分析

第二节手袋市场发展前景分析

一、2019年品牌手袋消费市场变化趋势

二、中国手袋开拓内需市场前景分析

三、中国手袋市场竞争趋势

四、手袋市场发展策略趋势

五、我国箱包手袋市场发展潜力

第三节部分手袋细分行业发展趋势分析

一、白牛皮纸手袋前景分析

二、无纺布手袋市场前景分析

三、非织造布手袋市场前景分析

第十一章2016-2019年我国手袋行业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

第二节手袋行业投资价值分析

一、手袋连锁加盟投资及盈利分析

二、箱包经营投资与回报

三、创业投资箱包分析

第三节手袋行业投资策略分析

一、名牌奢侈手袋投资策略

二、国内女包品牌企业经营策略分析

三、我国高档箱包市场投资策略

四、2019年箱包业品牌突围策略

五、2019年全球大牌手袋投资策略

六、手袋企业战略规划不确定性风险分析

七、手袋行业品牌战略分析

八、手袋企业经营管理策略

第四节手袋行业发展战略研究

一、技术开发战略

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

六、企业信息化战略规划

第五节我国手袋行业发展策略

一、对我国手袋品牌的战略思考

二、手袋企业战略规划不确定性风险分析

三、2016-2019年我国手袋企业发展策略

图表目录：

图表：2016-2019年中国箱包市场规模

图表：2016-2019年中国手袋市场规模

图表：2019年我国手袋市场占有率统计饼型图

图表：2019年我国手袋市场占有率统计表

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/184661.html>