

2017-2022年中国特产市场竞争态势及盈利战略分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国特产市场竞争态势及盈利战略分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/282769282769.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

特产指某地特有的或特别著名的产品，有文化内涵或历史，亦指只有在某地才生产的一种产品。在英文中，特产译作specialityproduct或Specialty，后者特指“特制独特品种或具有特殊优势的项目或产品”（Anitemoraproductofadistinctivekindorofparticularsuperiority），强调品质上具有“特别的或独特的状况或品质”（Thequalityofbeingspecialordistinctive）。有时为了强调特产的地域特性，使用speciallocalproduct来表示地方特产，相当于汉语中的“土特产”的概念。例如云南特产的取名就是根据特产加上民族文化来取的。

中国报告网发布的《2017-2022年中国特产市场竞争态势及盈利战略分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章特产产品/行业基本概况

第一节特产定义

一、产品定义

二、产品分类

三、产品用途

第二节特产产业的发展生命周期判研

第三节特产产业链分析

一、产业链模型介绍

1、产业链定义

2、产业链内涵

3、产业链类型

4、产业链模型

二、特产产业链模型分析

第四节我国特产产业发展的“波特五力模型”分析

一、“波特五力模型”介绍

二、特产产业环境的“波特五力模型”分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力

第四节我国特产行业市场发展“SWOT”分析

一、“SWOT模型”介绍

- 1、优势——机会（SO）战略
- 2、优势——威胁（ST）战略
- 3、机会——机会（WO）战略
- 4、威胁——威胁（WT）战略

二、特产市场发展的“SWOT”分析

- 1、行业发展强势分析
- 2、行业发展弱势分析
- 3、行业发展机会
- 4、行业发威胁

第二章特产行业宏观环境发展分析

第一节2014-2016年中国经济环境分析

- 一、2014-2016年宏观经济
- 二、2014-2016年工业形势
- 三、2014-2016年固定资产投资

第二节2014-2016年中国特产行业发展政策环境分析

- 一、行业政策影响分析
- 二、相关行业标准分析

第三节2014-2016年中国特产行业发展社会环境分析

- 一、2014-2016年居民消费水平分析
- 二、2014-2016年工业发展形势分析

第三章特产行业生产环境分析

第一节特产行业总体规模

第二节特产产能概况

- 一、2014-2016年产能分析
- 二、2017-2022年产能预测

第三节特产市场容量发展分析

- 一、2014-2016年市场容量分析

二、2017-2022年市场容量预测

第三节特产产量发展及趋势预测

一、2014-2016年产量分析

二、2017-2022年产量预测

第四章特产产品价格影响因素分析及价格趋势预测

第一节国内产品价格影响因素分析

第二节国内产品2014-2016年价格回顾

第三节国内产品当前市场价格及评述

第四节国内产品2017-2022年期间价格走势预测

第五章特产行业技术发展环境分析

第一节、产品工艺设备采购渠道分析

第二节特产产品国内外技术比较分析

一、2016年特产产品技术变化特点

二、国外主要生产工艺

三、国内主要生产方法

第三节特产技术发展趋势预测

第六章特产产业供需发展环境分析

第一节2014-2016年市场供需状况分析

一、2014-2016年特产产量发展分析

二、2014-2016年特产消费量发展分析

第二节特产的经销模式

一、特产营销模式分析

二、特产主要销售渠道分析

1、直效营销模式

2、分公司营销模

3、代理营销模式

4、关联营销模式

三、特产行业广告与促销方式分析

1、广告宣传策略

2、促销方式

四、特产行业价格竞争方式分析

五、特产行业国际化营销模式分析

六、特产行业渠道策略分析

第三节产品竞争策略分析

一、提高产品附加值

二、提升营销水平和品牌宣传

三、产品选择策略

四、销售竞争策略

第三节中国特产需求特点及地域分布分析

第四节未来5年内中国特产市场供需格局预测

一、供给预测

二、需求预测

三、供需格局趋势

第七章特产进出口市场分析

第一节全球进出口市场价格互动机制研究

第二节代表性国家和地区进出口市场分析

一、分国别进口概况

二、分国别出口概况

第三节中国特产行业历史进出口总量变化

一、特产行业近3年内进口总量变化

二、特产行业近3年内出口总量变化

三、近三年内特产进出口差量变动情况

第四节中国特产行业历史进出口结构变化

一、特产行业当年内进口来源情况分析

二、特产行业当年内出口去向分析

第五节中国特产行业进出口态势展望

一、中国特产进出口的主要影响因素分析

二、特产行业未来5年内中国进口预测分析

三、特产行业未来5年内中国出口态势展望

第八章特产地区市场竞争分析

第一节中国特产区域销售市场结构变化

第二节华北地区销售分析

一、华北地区城市座标图示

二、华北地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）

三、2014-2016年华北地区特产产业市场规模发展趋势分析

四、华北地区主要生产或代理厂商的联系方式

第三节华东地区销售分析

一、华东地区城市座标图示

二、华东地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）

三、2014-2016年华东地区特产产业市场规模发展趋势分析

四、华东地区主要生产或代理厂商的联系方式

第四节华南地区销售分析

- 一、华南地区城市座标图示
- 二、华南地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）
- 三、2014-2016年华南地区特产产业市场规模发展趋势分析
- 四、华南地区主要生产或代理厂商的联系方式

第五节西北地区销售分析

- 一、西北地区城市座标图示
- 二、西北地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）
- 三、2014-2016年西北地区特产产业市场规模发展趋势分析
- 四、西北地区主要生产或代理厂商的联系方式

第六节东北地区销售分析

- 一、东北地区城市座标图示
- 二、东北地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）
- 三、2014-2016年东北地区特产产业市场规模发展趋势分析
- 四、东北地区主要生产或代理厂商的联系方式

第七节华中地区销售分析

- 一、华中地区城市座标图示
- 二、华中地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）
- 三、2014-2016年华中地区特产产业市场规模发展趋势分析
- 四、华中地区主要生产或代理厂商的联系方式

第八节西南地区销售分析

- 一、西南地区城市座标图示
- 二、西南地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）
- 三、2014-2016年西南地区特产产业市场规模发展趋势分析
- 四、西南地区主要生产或代理厂商的联系方式

第九章特产行业上下游产业链发展环境分析

第一节特产行业上游行业分析

- 一、主要原材料介绍
- 二、重点上游行业发展现状
- 三、重点上游行业发展趋势预测
- 四、行业新动态及其对特产行业的影响
- 五、行业竞争状况及其对特产行业的意义

第二节特产行业下游行业分析

- 一、主要应用领域分析

二、主要下游行业发展现状

三、主要下游行业发展趋势预测

四、主要下游行业市场现状分析

五、行业最新动态及其对特产行业的影响

六、行业竞争状况及其对特产行业的意义

第十章特产特色生产及销售厂家分析

第一节浙江特产集团有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节北京新合作广盛园华夏特产商贸有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节贵阳山里妹食品有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节广州市成哥土特产有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节特产食品（中国）有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节梅州市永兴食品有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章特产产业政策及贸易预警

第一节国内特产行业税收政策分析

第二节国内外环保规定

一、中国相关环保规定

二、国外相关环保规定

第三节贸易预警

一、可能涉及的倾销及反倾销

二、可能遭遇的贸易壁垒及技术壁垒

第四节近期人民币汇率变化的影响

第五节我国与主要市场贸易关系稳定性分析

一、美国

二、欧洲

三、日本

四、韩国

五、大陆与台湾

第十二章特产行业未来五年内投资趋势及投资风险分析

第一节2016年特产行业投资情况分析

一、2016年总体投资结构

二、2016年投资规模情况

三、2016年投资增速情况

四、2016年分地区投资分析

第二节特产行业投资机会分析

一、特产投资项目分析

二、可以投资的特产模式

三、2017年特产投资机会

四、2017年特产投资新方向

第三节2017-2022年中国特产行业投资方向分析

一、未来特产投资方向分析

二、未来特产行业技术开发方向

第四节2017-2022年中国特产行业投资风险分析

一、经济环境风险分析

二、产业政策环境风险分析

三、市场竞争风险

四、原材料压力风险分析

五、技术风险分析

六、经营风险

七、其他风险

1、财务风险

2、企业出口风险分析

3、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十三章特产行业未来五年内投资战略研究

第一节2017-2022年中国特产行业投资策略分析

一、特产行业投资策略

二、特产行业投资筹划策略

三、特产行业品牌竞争战略

第二节2017-2022年中国特产行业“十三五”建设策略

一、特产行业发展规划

二、特产行业建设重点

三、特产行业优秀企业成功之道

第十四章特产市场发展预测及行业项目投资建议

第一节中国生产、营销企业投资运作模式分析

一、生产产品

二、代理该产品

第二节外销与内销优势分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

第三节中国特产行业“十三五”市场规模及增长趋势

第四节中国特产行业“十三五”净投资规模预测

第五节中国特产行业“十三五”市场盈利预测

第六节特产行业项目投资建议

一、投资营销模式

1、企业的国内营销模式建议

2、企业的海外营销模式建议

二、企业资本结构选择

三、企业战略选择

1、产品选择

2、销售竞争策略

3、专门的企业信息传播

4、一个明确的方向，产品结构和市场

四、特产行业项目注意事项

1、产品技术应用注意事项

2、项目投资注意事项

3、产品生产开发注意事项

4、产品销售注意事项

部分图表目录：

图表1主要包括如下几类：

图表2主要是如下几类：

图表3类别

图表4我国特产行业所处生命周期示意图

图表5行业生命周期、战略及其特征

图表6产业链形成模式示意图

图表7特产行业的产业链结构图

图表8特产行业环境“波特五力”分析模型

图表92005年2季度—2016年3季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表102005年10月—2016年10月工业增加值月度同比增长率（%）

图表112005年1-10月—2016年1-10月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表122016年10月居民消费价格主要数据

图表132005年10月—2016年10月居民消费价格指数（上年同月=100）

图表142005年10月—2016年10月工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表152014-2016年我国特产行业利润总额及增长情况

图表162014-2016年我国特产行业利润总额及增长对比

图表172014-2016年我国特产行业资产合计及增长情况

图表182014-2016年我国特产行业资产合计及增长对比

图表192017-2022年我国特产行业资产合计预测图

图表202014-2016年我国特产行业销售收入及增长情况

（GYZX）

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/282769282769.html>