

中国休闲文化用品行业主要经营模式及周期性等 特征分析

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《中国休闲文化用品行业主要经营模式及周期性等特征分析》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/wentibangong/233910233910.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

（一）行业特有的经营模式及盈利模式

目前，我国休闲文化用品出口制造企业主要有三种经营模式：OEM、ODM和OBM。

1、OEM

OEM即代工生产、贴牌生产，品牌制造商不直接生产产品，而是利用其掌握的核心技术设计和开发新产品，控制销售渠道。产品加工则通过合同订购的方式委托同类产品的其他厂家生产，之后将所订产品以较低成本价买断，并贴上品牌制造商的商标进行销售。随着经济竞争日益向全球范围内展开，零售商、品牌商与生产企业的合作日益紧密，OEM生产商越来越多的参与到客户的设计过程中，OEM与ODM的界限逐渐模糊。

2、ODM

ODM指采购方委托制造方，由制造方从设计到生产一手包办，而采购方负责销售，采购方通常会授权制造方生产贴有该品牌的产品。OEM与ODM相结合是目前国内休闲文化用品出口企业最普遍的经营模式。

3、OBM

OBM即自有品牌生产，指生产商建立自有品牌，自主进行设计、采购、生产，以自有品牌开拓市场。OBM模式下，企业根据市场需求自主开发新产品，获得品牌附加值效应，盈利能力较强，但目前国内采取OBM模式的休闲文化用品出口企业非常少。

（二）行业的周期性、区域性、季节性特征

1、周期性

纸质休闲文化用品行业为非周期性行业。一般而言，纸质休闲文化用品的生产和销售受到居民可支配收入的影响，但并不与经济周期呈现高相关。

2、区域性

一般而言，纸质休闲文化用品行业不具有明显的区域性特征，但欧美等发达国家因文化程度高，对纸质休闲文化用品需求较大。

3、季节性

社交情感类纸质休闲文化用品需求具有一定季节性特征。一般而言，各国主要法定假期、传统节日是社交情感类纸质休闲文化用品销售的旺季。对于以出口为主的社交情感类纸质休闲文化用品供应商，西方节日是重要影响因素之一，节前产品需求最为旺盛。考虑到西方主要节日在全年的分布以及生产运输所需时间，社交情感类纸质休闲文化用品的生产旺季是每年的二、三季度。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/233910233910.html>