

中国特产市场竞争规模现状及发展前景预测报告

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《中国特产市场竞争规模现状及发展前景预测报告》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/227036227036.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speciality product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”（An item or a product of a distinctive kind or of particular superiority），强调品质上具有“特别的或独特的状况或品质”（The quality of being special or distinctive）。有时为了强调特产的地域特性，使用special local product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《中国特产市场竞争规模现状及发展前景预测报告》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、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研究分析。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。

【报告目录】

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断

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

第二章特产行业宏观环境发展分析

第一节2013-2015年中国经济环境分析

一、2013-2015年宏观经济

二、2013-2015年工业形势

三、2013-2015年固定资产投资

第二节2013-2015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2013-2015年中国特产行业发展社会环境分析

一、2013-2015年居民消费水平分析

二、2013-2015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、2013-2015年产能分析

二、2015-2020年产能预测

第三节特产市场容量发展分析

一、2013-2015年市场容量分析

二、2015-2020年市场容量预测

第三节特产产量发展及趋势预测

一、2013-2015年产量分析

二、2015-2020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2013-2015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2015-2020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、2015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2013-2015年市场供需状况分析

一、2013-2015年特产产量发展分析

二、2013-2015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

第三节华东地区销售分析

第四节华南地区销售分析

第五节西北地区销售分析

第六节东北地区销售分析

第七节华中地区销售分析

第八节西南地区销售分析

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、企业基本概况
- 二、近三年内企业经营与财务状况分析
 - (一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

三、企业swot竞争分析

四、企业未来发展战略与规划

第二节北京新合作广盛园华夏特产商贸有限公司

一、企业基本概况

二、近三年内企业经营与财务状况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

三、企业swot竞争分析

四、企业未来发展战略与规划

第三节贵阳山里妹食品有限公司

一、企业基本概况

二、近三年内企业经营与财务状况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

三、企业swot竞争分析

四、企业未来发展战略与规划

第四节广州市成哥土特产有限公司

一、企业基本概况

二、近三年内企业经营与财务状况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

三、企业swot竞争分析

四、企业未来发展战略与规划

第五节特产食品(中国)有限公司

一、企业基本概况

二、近三年内企业经营与财务状况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

三、企业swot竞争分析

四、企业未来发展战略与规划

第六节梅州市永兴食品有限公司

一、企业基本概况

二、近三年内企业经营与财务状况分析

(一)企业偿债能力分析

(二)企业运营能力分析

(三)企业盈利能力分析

三、企业swot竞争分析

四、企业未来发展战略与规划

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战略研究

第一节2015-2020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2015-2020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

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/227036227036.html>