

中国拉杆箱行业供需态势全景调研与未来发展前景预测报告

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《中国拉杆箱行业供需态势全景调研与未来发展前景预测报告》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/xiangbao/228629228629.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

拉杆箱指具有拉杆和滚轮的行李箱。因其使用方便，携带衣物等成为旅行，出门而受到广泛使用。

中国报告网发布的《中国拉杆箱行业供需态势全景调研与未来发展前景预测报告》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】

第一章互联网环境下拉杆箱行业的机会与挑战

1.12013-2015年互联网发展概况

1.1.12013-2015年互联网普及应用增长分析

1.1.22013-2015年网络购物市场发展情况分析

1.1.32013-2015年移动互联网发展情况分析

1.2互联网环境下拉杆箱行业的机会与挑战

1.2.1互联网时代拉杆箱行业大环境如何变化

1.2.2互联网给拉杆箱行业带来的突破机遇分析

(1) 互联网如何直击传统拉杆箱消费痛点

(2) 互联网如何助力拉杆箱企业开拓市场

(3) 电商如何成为传统拉杆箱企业的突破口

1.2.3拉杆箱电商需要解决的难题和挑战分析

(1) 线上与线下博弈问题分析

(2) 物流与客户体验问题分析

(3) 引流与流量转化率问题分析

(4) 拉杆箱企业生产方式变革问题分析

1.3互联网对拉杆箱行业的改造与重构

1.3.1互联网如何重构拉杆箱行业供应链格局

1.3.2互联网改变拉杆箱生产厂商的营销模式分析

1.3.3互联网导致拉杆箱领域利益重新分配分析

1.3.4互联网如何改变拉杆箱行业未来竞争格局

1.4拉杆箱与互联网融合创新机会孕育

1.4.1拉杆箱电商政策变化趋势分析

1.4.2电子商务消费环境趋势分析

1.4.3互联网技术对行业支撑作用分析

1.4.4拉杆箱电商黄金发展期机遇分析

第二章拉杆箱电商行业未来前景与市场空间预测

2.1拉杆箱电商发展现状分析

2.1.1拉杆箱电商总体开展情况

2.1.2拉杆箱电商交易规模分析

2.1.3与国外拉杆箱电商渗透率比较

2.1.4拉杆箱电商占网络零售比重

2.1.5拉杆箱电商交易品类格局

2.1.62014年双11拉杆箱电商业绩

2.2拉杆箱电商行业市场格局分析

2.2.1拉杆箱电商行业参与者结构

2.2.2拉杆箱电商行业竞争者类型

2.2.3拉杆箱电商行业市场占有率

2.3拉杆箱电商行业盈利能力分析

2.3.1拉杆箱电商企业总体营收情况

2.3.2拉杆箱电商行业经营成本分析

2.3.3拉杆箱电商行业盈利模式分析

2.3.4拉杆箱电商行业盈利水平分析

2.3.5拉杆箱电子商务盈利制约因素

2.4拉杆箱电商行业未来前景及趋势预测

2.4.1拉杆箱电商行业市场空间测算

2.4.22016-2022年拉杆箱电商规模预测

2.4.32016-2022年拉杆箱电商趋势预测

第三章拉杆箱企业切入电商战略规划及模式选择

3.1拉杆箱企业电商发展战略规划

3.1.1拉杆箱企业电商如何正确定位

3.1.2拉杆箱电商核心业务确定策略

3.1.3拉杆箱企业电商化组织变革策略

(1) 拉杆箱电商组织结构变革策略分析

(2) 拉杆箱电商业务流程重构策略分析

3.2垂直平台类拉杆箱电商运营模式解析

3.2.1垂直平台类电商业务系统结构分析

3.2.2垂直平台类拉杆箱电商盈利模式分析

3.2.3垂直平台类拉杆箱电商运营成本分析

3.2.4垂直平台类拉杆箱电商盈利空间分析

3.2.5垂直平台类拉杆箱电商经营风险分析

3.2.6垂直平台类拉杆箱电商优劣势分析

3.2.7垂直平台类拉杆箱电商关键资源能力分析

3.3垂直自营类拉杆箱电商运营模式解析

3.3.1垂直自营类电商业系统结构分析

3.3.2垂直自营类拉杆箱电商盈利模式分析

3.3.3垂直自营类拉杆箱电商运营成本分析

3.3.4垂直自营类拉杆箱电商盈利空间分析

3.3.5垂直自营类拉杆箱电商经营风险分析

3.3.6垂直自营类拉杆箱电商优劣势分析

3.3.7垂直自营类拉杆箱电商关键资源能力分析

3.4平台+自营类拉杆箱电商运营模式解析

3.4.1平台+自营类拉杆箱电商优势分析

3.4.2垂直自营电商平台化可行性分析

3.4.3垂直自营电商平台化成功案例解析

3.4.4垂直自营电商平台化经营风险预估

3.4.5垂直自营电商平台化的关键资源能力分析

3.4.6垂直自营电商平台化的切入策略

3.5拉杆箱企业利用第三方平台模式解析

3.5.1拉杆箱企业利用第三方平台的优劣势分析

3.5.2拉杆箱企业利用第三方平台运营成本分析

3.5.3拉杆箱企业利用第三方平台盈利空间分析

3.5.4拉杆箱企业利用第三方平台经营风险分析

3.5.5拉杆箱企业第三方电商平台选择依据分析

3.5.6拉杆箱企业利用第三方平台运营策略

第四章拉杆箱电商O2O战略布局及实施与运营

4.1拉杆箱O2O面临的机遇与挑战

4.1.1O2O为什么是拉杆箱电商最佳模式

4.1.2O2O主流思路及实施关键如何

(1) O2O模式主流思路解析

(2) O2O模式实施关键分析

4.1.3拉杆箱电商O2O面临的机遇分析

4.1.4拉杆箱电商O2O面临的挑战分析

4.2拉杆箱电商O2O典型模式剖析

4.2.1麦包包

- (1) 企业O2O模式逻辑
- (2) 企业O2O实施与运营
- (3) 企业O2O运营效果

4.2.2包包树

- (1) 企业O2O模式逻辑
- (2) 企业O2O实施与运营
- (3) 企业O2O运营效果

4.2.3胡桃夹子

- (1) 企业O2O模式逻辑
- (2) 企业O2O实施与运营
- (3) 企业O2O运营效果

4.2.4特驰网

- (1) 企业O2O模式逻辑
- (2) 企业O2O实施与运营
- (3) 企业O2O运营效果

4.3拉杆箱企业O2O设计与运营分析

4.3.1拉杆箱企业O2O的产品设计分析

4.3.2拉杆箱企业O2O的运营支撑体系分析

4.3.3拉杆箱企业O2O的社会化营销策略

4.3.4拉杆箱企业O2O的消费体验分析

4.3.5拉杆箱企业O2O的数据化运营情况分析

4.4拉杆箱企业O2O布局战略规划

4.4.1拉杆箱企业构建O2O闭环的核心分析

4.4.2拉杆箱企业布局O2O需如何变革

4.4.3拉杆箱企业O2O战略规划及实施要点

4.4.4拉杆箱企业O2O执行中需注意的问题

4.4.5拉杆箱企业O2O的准入门槛及挑战分析

第五章拉杆箱电商核心竞争力体系构建策略

5.1拉杆箱电商营销推广及引流策略

5.1.1拉杆箱电商引流成本分析

5.1.2拉杆箱电商流量转化率水平

5.1.3拉杆箱电商引流渠道及策略

- (1) 搜索引擎引流成效及策略
- (2) 社交平台引流成效及策略
- (3) 论坛推广引流成效及策略
- (4) 电子邮件引流成效及策略
- (5) 团购网站引流成效及策略
- (6) 广告联盟引流成效及策略
- 5.1.4 拉杆箱电商提高转化率的策略
- 5.1.5 拉杆箱电商引流优秀案例借鉴
- 5.2 拉杆箱电商物流配送模式选择
 - 5.2.1 拉杆箱电商物流配送成本分析
 - 5.2.2 拉杆箱电商物流配送能力要求如何
 - 5.2.3 拉杆箱电商物流配送模式如何选择
 - (1) 拉杆箱电商物流模式类型及比较
 - (2) 拉杆箱电商如何选择物流模式
 - (3) 拉杆箱电商自建仓储物流成本分析
 - (4) 如何实现门店送货与第三方物流结合
 - 5.2.4 拉杆箱电商物流配送优秀案例
 - 5.2.5 拉杆箱电商物流如何管理改善空间
- 5.3 拉杆箱电商如何打造极致客户体验
 - 5.3.1 拉杆箱电商客户体验存在的问题
 - 5.3.2 拉杆箱电商如何打造极致客户策略
- 第六章 拉杆箱行业电商运营优秀案例深度研究
 - 6.1 雅士
 - 6.1.1 企业发展简介
 - 6.1.2 企业业务板块与模式
 - 6.1.3 企业O2O战略模式解析
 - 6.1.4 企业营销推广策略
 - 6.1.5 企业供应链管理分析
 - 6.1.6 企业客户体验策略
 - 6.1.7 企业物流配送模式
 - 6.1.8 企业电商经营成效分析
 - 6.1.9 企业电商战略点评
 - 6.2 威豹
 - 6.2.1 企业发展简介
 - 6.2.2 企业业务板块与模式

6.2.3企业O2O战略模式解析

6.2.4企业营销推广策略

6.2.5企业供应链管理分析

6.2.6企业客户体验策略

6.2.7企业物流配送模式

6.2.8企业电商经营成效分析

6.2.9企业电商战略点评

6.3皇冠

6.3.1企业发展简介

6.3.2企业业务板块与模式

6.3.3企业O2O战略模式解析

6.3.4企业营销推广策略

6.3.5企业供应链管理分析

6.3.6企业客户体验策略

6.3.7企业物流配送模式

6.3.8企业电商经营成效分析

6.3.9企业电商战略点评

第七章拉杆箱企业移动互联网切入点及突围策略

7.1移动互联网商业价值及企业切入点

7.1.1移动互联网商业价值及切入点分析

7.1.22016-2022年移动互联网发展预测

(1) 2016-2022年移动互联网前景预测

(2) 2016-2022年移动电子商务市场预测

(3) 2016-2022年移动营销市场前景预测

7.1.32016-2022年移动互联网发展趋势预测

7.2拉杆箱企业移动电商切入与运营策略

7.2.1移动互联时代电子商务新趋势

7.2.2主流电商移动端业务现状分析

7.2.3移动电子商务用户行为分析

7.2.4拉杆箱企业移动电商的机会与威胁

7.2.5拉杆箱企业移动电商切入模式建议

7.2.6拉杆箱企业移动电商切入之——微商城开发运营策略

(1) 微商城商户接入流程/要求

(2) 微商城商户接入资费标准

(3) 拉杆箱企业如何运营微商城

(4) 拉杆箱企业微商城运营风险及优化

(5) 拉杆箱企业微商城营销推广策略

(6) 拉杆箱行业微商城运营优秀案例

7.2.7 拉杆箱企业移动电商切入之——电商类APP开发运营策略

(1) 拉杆箱企业电商类APP开发成本

(2) 拉杆箱企业电商类APP功能模块

(3) 拉杆箱企业电商类APP设计要点

(4) 拉杆箱企业电商类APP运营策略

(5) 拉杆箱行业电商类APP优秀案例

7.3 拉杆箱企业如何制胜移动互联网营销新平台

7.3.1 移动互联时代市场营销新趋势

(1) 移动互联网营销的特点

(2) 移动互联网营销的应用形式

(3) 移动互联网营销产业链结构

(4) 移动互联网营销发展趋势预测

7.3.2 拉杆箱企业移动互联网营销之——微信营销战略

(1) 微信功能概述及营销价值

(2) 微信用户行为及营销现状

(3) 微信的主要营销模式分析

(4) 微信营销的步骤、方法与技巧

(5) 微信运营与营销优秀案例详解

(6) 微信营销效果的评估标准分析

(7) 微信下企业的CRM策略分析

7.3.3 拉杆箱企业移动互联网营销之——APP营销战略

(1) APP营销的特点与价值

(2) 企业APP营销背景分析

(3) APP体系与功能策略方向

(4) APP营销的创意路径

(5) APP用户体验设计技巧

(6) 如何找准APP目标客户

(7) APP推广的技巧与方法

(8) APP如何提升运营效果

(9) APP营销优秀实战案例

第八章 拉杆箱主流电商平台比较及企业入驻选择

8.1 天猫

8.1.1 天猫平台品类规划

8.1.2 天猫平台拉杆箱经营情况

- (1) 天猫拉杆箱企业入驻情况
- (2) 天猫拉杆箱交易规模分析
- (3) 天猫拉杆箱交易品类结构
- (4) 天猫拉杆箱商家经营情况

8.1.3 天猫平台拉杆箱企业入驻条件及费用

- (1) 天猫拉杆箱企业入驻门槛
- (2) 天猫拉杆箱企业入驻相关费用
- (3) 天猫拉杆箱企业营销推广渠道
- (4) 天猫拉杆箱企业仓储物流合作模式

8.1.4 拉杆箱企业入驻天猫优劣势剖析

8.2 京东

8.2.1 京东平台品类规划

8.2.2 京东平台拉杆箱经营情况

- (1) 京东拉杆箱企业入驻情况
- (2) 京东拉杆箱交易规模分析
- (3) 京东拉杆箱交易品类结构
- (4) 京东拉杆箱商家经营情况

8.2.3 京东平台拉杆箱企业入驻条件及费用

- (1) 京东拉杆箱企业入驻门槛分析
- (2) 京东拉杆箱企业入驻相关费用
- (3) 京东拉杆箱企业营销推广渠道
- (4) 京东拉杆箱企业仓储物流合作模式

8.2.4 拉杆箱企业入驻京东优劣势剖析

8.3 亚马逊

8.3.1 亚马逊平台品类规划

8.3.2 亚马逊平台拉杆箱经营情况

- (1) 亚马逊拉杆箱企业入驻情况
- (2) 亚马逊拉杆箱交易品类结构

8.3.3 亚马逊平台拉杆箱企业入驻条件及费用

- (1) 亚马逊拉杆箱企业入驻门槛分析
- (2) 亚马逊拉杆箱企业入驻相关费用
- (3) 亚马逊拉杆箱企业营销推广渠道
- (4) 亚马逊拉杆箱企业仓储物流合作模式

8.3.4拉杆箱企业入驻亚马逊优劣势剖析

第九章国外拉杆箱电商典型模式及在我国适应性分析

9.1国外拉杆箱电商发展状况介绍

9.1.1国外拉杆箱电商发展背景

9.1.2国外拉杆箱电商发展现状

9.1.3国外拉杆箱电商发展模式

9.1.4国外拉杆箱电商格局分析

9.2中外拉杆箱电商发展对比分析

9.2.1中外拉杆箱电商规模及现状比较

9.2.2中外拉杆箱电商商业环境比较

9.2.3中外拉杆箱电商消费需求比较

9.2.4中外拉杆箱电商用户体验比较

9.2.5中外拉杆箱电商发展模式比较

9.3国外拉杆箱电商典型企业商业模式及适应性

9.3.1路易威登

(1) 企业发展简介

(2) 企业电商经营情况

(3) 企业电商模式解构

(4) 企业电商运营策略

(5) 企业电商模式在我国适应性分析

9.3.2兰姿 (Lancel)

(1) 企业发展简介

(2) 企业电商经营情况

(3) 企业电商模式解构

(4) 企业电商运营策略

(5) 企业电商模式在我国适应性分析

9.3.3新秀丽国际贸易有限公司

(1) 企业发展简介

(2) 企业电商经营情况

(3) 企业电商模式解构

(4) 企业电商运营策略

(5) 企业电商模式在我国适应性分析

第十章()附录拉杆箱行业经营数据及网购调查

10.12014年拉杆箱行业经营数据分析

10.1.1拉杆箱行业政策动向及影响

- 10.1.2拉杆箱行业市场规模分析
 - 10.1.3拉杆箱行业经营效益分析
 - 10.1.4拉杆箱行业竞争格局分析
 - 10.1.5拉杆箱行业细分市场分析
 - 10.1.6拉杆箱行业发展前景预测
 - 10.22014年拉杆箱网购及电商服务调查
 - 10.2.12014年拉杆箱网购情况调查
 - (1) 拉杆箱网购渠道分析
 - (2) 拉杆箱网购产品结构
 - 10.2.22014年拉杆箱电商服务调查
 - (1) 网购拉杆箱时碰到的问题
 - (2) 取消订单的主要原因
 - (3) 维修或退换货时的态度
 - 10.2.32014年消费者拉杆箱网购态度分析
 - (1) 拉杆箱网购总体满意度分析
 - (2) 网购拉杆箱产品的态度分析
 - 10.2.42014年拉杆箱电商售后服务政策分析
- 图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiangbao/228629228629.html>