

2024-2029年中国名牌包行业市场调研和投资分析报告

报告简介

对于大多数男人来说，虽然不像女人的手袋般绚丽缤纷、如影随行，但是包却收藏起男人的事业心与潜在野心：一叠厚厚的文件、资料、协议书，预示着他们未来的机遇和财富。对于女人而言，可以不惜任何代价地去追捧Gucci、Fendi、LouisVuitton，而男人们对这些品牌的认同感则成为其身份地位、品位格调的象征。

男人的包通常具有超强的容纳力，而且十分注重功能性，所有的物品都在这个空间内被放置得井井有条，以便能在职场中出色地发挥。对于拥有如此沉甸甸的分量，男人们还真是乐此不疲，并没有丝毫的累赘之感。关于男人对包的需求，其实正如同他们对服装的需求一样，着重强调上乘的品质以及设计的现代感。尤其是白领男士的公文包，总是以质地考究、做工精良为标准。男士在选用公文包时，一般会选用较为耐磨的皮革类，正如哥特的鳄鱼皮包，或是蟒蛇皮包，采用稀有高贵的皮革，其坚韧，耐用以及奢华的品质是男士选用的主要因素。

在闲暇时，男人们也渴望拥有简单、轻便的包袋，而对休闲包、运动包的要求则再也不只是随便找一个袋子搭在肩上这么简单，貌似平凡的特种帆布、防水防刮的特殊纤维材料，才是他们表现自我个性的唯一和最佳选择。对于那些造型夸张的男士包袋，则充分表现出男人自恋的内心世界，他们仍期待风格迥异的包袋能带给所有人新鲜。还有一点，男人们一直感到矛盾，一方面他们希望包的设计者是男性，因为可以借此把握亘古不变的稳重格调，而另一方面又希望女性设计师可以在单调的款式造型中添加流畅、丰富的时尚元素。

时装的变化总是以季节为单位，包袋作为重点配饰与时装一起经历了风格的演变。男人的包在80年代只是一种手提的人造革，没有封口、构造简单但却实用；进入90年代，逐渐变为黑色带拉链的手包，材质分为真皮和人造革两种，然而色彩上黑色是绝对的主流；时至今日，男士手包、挎包、公事包，从类别上逐渐丰富，造型感变化微妙。本季，时装大师开始强调包袋的视觉搭配，从色彩到形状，都讲究与同系列时装的精彩演绎。由此，男士奢侈品在这个时代变得时髦起来，当男士手提印有Logo的品牌包时，自信感油然而生。

每个品牌的设计风格都有不同，想要表现的理念也截然不同，在男人看来，选择了什么样的品牌就表示选择了一种什么样的生活方式以及生活态度。而后，男人对包袋的颜色也变得挑剔许多，理性的直觉告诉他们包袋与服饰的色彩搭配关系紧密，在统一中寻求变化。由于男士包袋的重复使用率极高，因此需要一包搭配多种衣装，黑色、灰色、棕色等深色系自然成为流行的主角。

对于包，男人还有几种不同的携带方式，手提、侧背或者轻便地夹在手臂下等，每一种姿态都有一种说不出的味道，尽显男人的成熟本色。袋中包男人

把不敢背出去的漂亮包放在袋子里，这是所有男人包中最理想的上街伴侣。因为这会给人一种你根本没有背、带、提、夹或是拿包的感觉。不明就里的路人恐怕还会以为，你是买了不合用的包，正要去百货公司退货呢。用袋中包的男人，既要面子又不肯委屈了自己，他的优点是做事情不怕麻烦。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了

国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国名牌包行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国名牌包行业发展状况和特点，以及中国名牌包行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球名牌包行业发展态势作了详细分析，并对名牌包行业进行了趋向研判，是名牌包生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前名牌包行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分产业环境透视

第一章 2019-2023年中国名牌包行业发展环境分析

第一节 2019-2023年中国名牌包行业政策环境

一、中国名牌包行业监管体制分析

二、中国名牌包行业主要法律法规

三、中国名牌包行业政策走势解读

第二节 中国名牌包行业在国民经济中地位分析

第三节 中国名牌包行业进入壁垒/退出机制分析

一、中国名牌包行业进入壁垒分析

二、中国名牌包行业退出机制分析

第四节 中国名牌包行业技术环境分析

一、专利技术增长形式

二、专利申请人分析

三、专利分类分析

第二部分行业深度分析

第二章 全球名牌包行业发展分析

第一节 世界名牌包行业发展分析

一、2019-2023年世界名牌包行业发展分析

二、2019-2023年世界名牌包行业发展分析

第二节 全球名牌包市场分析

一、2019-2023年全球名牌包需求分析

二、2019-2023年欧美名牌包需求分析

三、2019-2023年中外名牌包市场对比

第三节 2019-2023年主要国家或地区名牌包行业发展分析

一、2019-2023年美国名牌包行业分析

二、2019-2023年日本名牌包行业分析

三、2019-2023年欧洲名牌包行业分析

第三章 2019-2023年中国名牌包行业规模与经济效益

第一节 2019-2023年中国名牌包行业总体规模分析

一、中国名牌包行业企业数量分析

二、中国名牌包行业资产规模分析

三、中国名牌包行业销售收入分析

四、中国名牌包行业利润总额分析

第二节 2019-2023年中国名牌包行业经营效益分析

一、中国名牌包行业偿债能力分析

二、中国名牌包行业盈利能力分析

三、中国名牌包行业的毛利率分析

四、中国名牌包行业运营能力分析

第三节 2019-2023年中国名牌包行业成本费用分析

一、中国名牌包行业销售成本分析

二、中国名牌包行业销售费用分析

三、中国名牌包行业管理费用分析

四、中国名牌包行业财务费用分析

第四节 2019-2023年行业运行形势

一、2019-2023年行业运行状况

二、2019-2023年行业运行数据

1、产销、营收、利润数据分析

2、同比增长情况分析

三、2019-2023年行业运行下面对的新问题分析

第五节 2019-2023年中国汽车安全市场需求状况分析

第四章 2019-2023年中国名牌包行业重点区域发展分析

第一节 华北地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第二节 东北地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第三节 华东地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第四节 华南地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第五节 华中地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第六节 西南地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第七节 西北地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第五章 2019-2023年中国名牌包产业链构成分析

第一节 中国名牌包行业产业链构成分析

第二节 中国名牌包行业上游产业供应能力分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业供应能力分析

三、2024-2029年上游产业供应能力预测

第三节 中国名牌包行业下游产业市场需求能力分析

一、下游产业发展现状

二、下游产业供应能力分析

三、2024-2029年下游产业市场需求能力预测

第四节 名牌包企业产业链延伸策略研究

一、产业链延伸的定义与优势

二、名牌包企业产业链延伸策略的方向分析

三、名牌包企业产业链延伸策略的建议

第六章 2019-2023年中国名牌包行业渠道及模式分析

第一节 2019-2023年中国名牌包行业盈利及经营模式分析

一、2019-2023年中国名牌包行业盈利模式分析

1、2019-2023年中国名牌包行业盈利模式分析

2、2019-2023年影响中国名牌包行业盈利的因素分析

二、2019-2023年中国名牌包行业经营模式分析

第二节 2019-2023年中国名牌包行业渠道结构分析

一、2019-2023年中国名牌包行业渠道结构分析

二、现有渠道的优劣势对比

三、渠道选择建议

第三部分 竞争格局分析

第七章 2019-2023年中国名牌包行业企业综合排名分析

第一节 2019-2023年中国名牌包行业企业十强排名

一、中国名牌包行业企业资产规模十强企业

二、中国名牌包行业企业销售收入十强企业

三、中国名牌包行业企业利润总额十强企业

第二节 2019-2023年中国名牌包行业不同类型企业排名

一、中国名牌包行业民营主要企业

二、中国名牌包行业外资主要企业

第八章 2024-2029年规划中国名牌包行业重点企业分析

第一节 爱马仕(上海)商贸有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第二节 香奈儿(中国)贸易有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第三节 克丽丝汀迪奥商业(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第四节 法国LVMH集团

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第五节 开云(中国)企业管理有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第六节 普拉达时装商业(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第七节 芬迪(上海)商业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业销售网络分析
- 四、企业产品价格分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第八节 芬迪(上海)商业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业销售网络分析
- 四、企业产品价格分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第九节 蔻驰贸易(上海)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业销售网络分析
- 四、企业产品价格分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第十节 开云(中国)企业管理有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第四部分行业投资分析

第九章 2024-2029年中国名牌包行业规划投资环境分析

第一节 2024-2029年经济环境预判

一、2024-2029年国民经济增长形势预测

二、2024-2029年工业经济发展形势分析

三、2024-2029年社会固定资产投资形势

四、2024-2029年社会消费品零售额预测

第二节 2024-2029年重点领域环境分析

一、2024-2029年金融环境预判

二、2024-2029年资源环境预判

三、2024-2029年生态环境预判

第三节 2024-2029年中国名牌包行业社会环境分析

一、2024-2029年人口规模与结构

二、2024-2029年城镇化趋势与进程

三、2024-2029年居民收入增长预测

第十章 2024-2029年中国名牌包行业投资前景策略分析

第一节 2024-2029年中国名牌包行业规划发展前景预测

一、中国名牌包行业投资前景预测分析

二、中国名牌包行业需求规模预测分析

三、中国名牌包行业市场前景预测分析

第二节 2024-2029年中国名牌包行业投资风险分析

一、产业政策风险

二、原料市场风险

三、市场竞争风险

四、技术研发风险

五、其他方面风险

第三节 2024-2029年中国名牌包行业投资策略

一、区域投资策略分析

二、投资方向及建议

第十一章 2024-2029年中国名牌包行业前景发展分析

第一节 2024-2029年中国名牌包行业前景SWOT分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机遇分析

四、威胁分析

第二节 2024-2029年中国名牌包行业前景数据预测

一、中国名牌包行业企业数量预测

二、中国名牌包行业资产规模预测

三、中国名牌包行业销售收入预测

四、中国名牌包行业利润总额预测

第三节 2024-2029年中国名牌包行业经营效益预测

一、中国名牌包行业偿债能力预测

二、中国名牌包行业盈利能力预测

三、中国名牌包行业的毛利率预测

四、中国名牌包行业运营能力预测

第五部分 投资规划及战略

第十二章十四五投资规划分析

第一节 2024-2029年行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

第二节 2024-2029年行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第三节 2024-2029年中国农业机械行业投资建议

- 一、中国名牌包行业未来发展方向
- 二、中国名牌包行业主要投资建议
- 三、中国名牌包企业融资分析

第四节 2024-2029年投资规划建议

第十三章 2024-2029年名牌包企业战略规划策略分析

第一节 2024-2029年企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业做大做强的需要
- 三、企业可持续发展需要

第二节 2024-2029年企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第三节 2024-2029年规划企业重点客户战略实施

- 一、重点客户战略的必要性
- 二、重点客户的鉴别与确定
- 三、重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略

图表目录

图表：中国名牌包行业生命周期

图表：全球名牌包进出口增长情况

图表：全球名牌包进出口区域分布

图表：2019-2023年我国GDP增长率变化

图表：2019-2023年我国居民消费水平增长变化

图表：2019-2023年我国固定资产投资增长变化

图表：2019-2023年我国人口数量增长情况

图表：华南地区中国名牌包行业市场规模

图表：东地区中国名牌包行业市场规模

图表：华北地区中国名牌包行业市场规模

图表：华中地区中国名牌包行业市场规模

图表：2019-2023年我国中国名牌包行业市场规模

图表：2019-2023年我国中国名牌包行业年销量

图表：2019-2023年我国名牌包价格走势

图表：2024-2029年我国名牌包价格走势预测

图表：2019-2023年我国名牌包进出口统计

图表：2024-2029年中国名牌包行业企业数量预测

图表：2024-2029年中国名牌包行业资产规模预测

图表：2024-2029年中国名牌包行业销售收入预测

图表：2024-2029年中国名牌包行业利润总额预测

图表：2024-2029年中国名牌包行业偿债能力预测

图表：2024-2029年中国名牌包行业盈利能力预测

图表：2024-2029年中国名牌包行业的毛利率预测

图表：2024-2029年中国名牌包行业运营能力预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170506/75208.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)