

2016-2022年自拍杆行业分 析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2016-2022年自拍杆行业分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0607/201609/18-214162.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

自拍杆是风靡世界的自拍神器，它能够在20厘米到120厘米长度间任意伸缩，使用者只需将手机或者傻瓜相机固定在伸缩杆上，通过遥控器就能实现多角度自拍。自拍杆的起源很早，早在手机都还没有摄像头之前，自拍杆就已经存在了。

在市场经济环境良好的促动下，自拍杆行业进入了发展的快速通道，自拍杆厂家也如雨后春笋般涌现，现如今自拍杆品牌种类繁多、鱼龙混杂、市场上“三无”产品众多。数码产品批发市场、发现市场上售卖的自拍杆看似没有数码区别，但是价格却相差甚远。便宜的十几块，贵的一百多，很多自拍杆包装上都没有注明生产厂家、联系方式和3c认证的，这就是我们通常说的“三无”产品。在某商业广场，几个有售自拍杆的手机配件摊，其售价在20-50元。数码市场里售卖的自拍杆种类、规格就比较多，除了线控自拍杆还有蓝牙自拍杆，售价在150元左右。不过，同样也是“三无”产品自拍杆的价格差异主要在于品牌、材料、及技术。以自拍杆的手柄为例，高端的用硅胶、最廉价的则用二次塑料，可能含有有害物质。市场上售卖20元以内的自拍杆其成本仅为几元，这种自拍杆往往存在设计缺陷，很容易出现手机滑落摔倒地上的可能，所以消费者在购买自拍杆的时候请认准具有权威机构认证，正规厂商生产的品牌。

2014年，我国自拍杆市场规模为7.39亿元，2015年，我国自拍杆市场规模为7.58亿元，增加了2.6%。我国自拍杆消费者主要集中在华北、华南、华东三个地区，华北地区占了整个市场规模的16%，华南地区占了整个市场规模的19%，华东地区占了整个市场规模的23%，其它四个地区总共占比42%。这些消费者中18到24岁年轻一族居多。女性占据六成，男性占据四成，所以女性是自拍杆市场的主要市场。在经营自拍杆生意的过程中，自拍杆代理经销商的经营目标要明确，只有认清自己发展的市场，才能制定出更为贴切和高效的发展战略，才能有针对性的开展工作，从而准确高效的抓住自拍杆市场先机，抢占市场份额。

报告目录:

第一部分行业运行现状

第一章自拍杆行业发展概述1

第一节自拍杆的概念1

一、自拍杆的定义1

二、自拍杆的特点2

第二节自拍杆行业发展成熟度2

一、自拍杆行业发展周期分析2

二、自拍杆行业中外市场成熟度对比3

第三节自拍杆行业产业链分析4

一、自拍杆行业上游原料供应市场分析4

二、自拍杆行业下游产品需求市场状况8

第二章2013-2015年中国自拍杆行业运行环境分析12

第一节2013-2015年中国宏观经济环境分析12

第二节2013-2015年中国自拍杆行业发展政策环境分析14

一、国内宏观政策发展建议14

二、自拍杆行业政策分析19

三、相关行业政策影响分析20

第三节2013-2015年中国自拍杆行业发展社会环境分析23

第三章2014-2015年中国自拍杆行业市场发展分析29

第一节自拍杆行业市场发展现状29

一、市场发展概况29

二、发展热点回顾29

三、市场存在问题及策略分析31

第二节自拍杆行业技术发展31

一、技术特征现状分析31

二、新技术研发及应用动态32

三、技术发展趋势33

第三节中国自拍杆行业消费市场分析34

一、消费特征分析34

二、消费需求趋势34

三、品牌市场消费结构34

第四节自拍杆行业产销数据统计分析35

一、整体市场规模35

二、区域市场数据统计情况35

第五节2016-2022年自拍杆行业市场发展趋势36

第二部分行业深度分析

第四章2013-2015年中国自拍杆行业主要指标监测分析38

第一节2013-2015年中国自拍杆产业工业总产值分析38

一、2013-2015年中国自拍杆产业工业总产值分析38

二、不同规模企业工业总产值分析38

三、不同所有制企业工业总产值比较39

第二节2013-2015年中国自拍杆产业主营业务收入分析40

一、2013-2015年中国自拍杆产业主营业务收入分析40

二、不同规模企业主营业务收入分析41

三、不同所有制企业主营业务收入比较41

第三节2013-2015年中国自拍杆产业产品成本费用分析42

一、2013-2015年中国自拍杆产业销售成本分析42

二、不同规模企业销售成本比较分析43

三、不同所有制企业销售成本比较分析44

第四节2013-2015年中国自拍杆产业利润总额分析45

一、2013-2015年中国自拍杆产业利润总额分析45

二、不同规模企业利润总额比较分析45

三、不同所有制企业利润总额比较分析46

第五节2013-2015年中国自拍杆产业资产负债分析47

一、2013-2015年中国自拍杆产业资产负债分析47

二、不同规模企业资产负债比较分析48

三、不同所有制企业资产负债比较分析48

第六节2013-2015年中国自拍杆行业财务指标分析49

一、行业盈利能力分析49

二、行业偿债能力分析49

三、行业营运能力分析50

四、行业发展能力分析50

第五章中国自拍杆行业区域市场分析51

第一节华北地区自拍杆行业分析51

一、2014-2015年行业发展现状分析51

二、2014-2015年市场规模情况分析53

三、2016-2022年行业发展前景预测54

四、2016-2022年行业投资风险预测	54
第二节东北地区自拍杆行业分析	55
一、2014-2015年行业发展现状分析	55
二、2014-2015年市场规模情况分析	57
三、2016-2022年行业发展前景预测	58
四、2016-2022年行业投资风险预测	58
第三节华东地区自拍杆行业分析	59
一、2014-2015年行业发展现状分析	59
二、2014-2015年市场规模情况分析	62
三、2016-2022年行业发展前景预测	63
四、2016-2022年行业投资风险预测	64
第四节华南地区自拍杆行业分析	64
一、2014-2015年行业发展现状分析	64
二、2014-2015年市场规模情况分析	64
三、2016-2022年行业发展前景预测	65
四、2016-2022年行业投资风险预测	66
第五节华中地区自拍杆行业分析	66
一、2014-2015年行业发展现状分析	66
二、2014-2015年市场规模情况分析	67
三、2016-2022年行业发展前景预测	68
四、2016-2022年行业投资风险预测	68
第六节西南地区自拍杆行业分析	69
一、2014-2015年行业发展现状分析	69
二、2014-2015年市场规模情况分析	72
三、2016-2022年行业发展前景预测	73
四、2016-2022年行业投资风险预测	73
第七节西北地区自拍杆行业分析	73
一、2014-2015年行业发展现状分析	73
二、2014-2015年市场规模情况分析	76
三、2016-2022年行业发展前景预测	77
四、2016-2022年行业投资风险预测	77

第三部分竞争格局分析

第六章公司对自拍杆行业竞争格局分析78

第一节行业竞争结构分析78

一、现有企业间竞争78

二、潜在进入者分析78

三、替代品威胁分析79

四、供应商议价能力81

五、客户议价能力82

第二节行业集中度分析82

一、市场集中度分析82

二、企业集中度分析84

三、区域集中度分析85

第三节行业国际竞争力比较85

一、生产要素85

二、需求条件87

三、支援与相关产业88

四、企业战略、结构与竞争状态88

五、政府的作用89

第四节2012-2015年自拍杆行业竞争格局分析90

一、2012-2015年国内外自拍杆竞争分析90

二、2012-2015年我国自拍杆市场竞争分析91

三、2016-2022年国内外主要自拍杆企业动向91

第七章公司对自拍杆企业竞争策略分析94

第一节自拍杆市场竞争策略分析94

一、2016年自拍杆市场增长潜力分析94

二、2016年自拍杆主要潜力品种分析94

三、现有自拍杆产品竞争策略分析95

四、潜力自拍杆品种竞争策略选择95

五、典型企业产品竞争策略分析97

第二节自拍杆企业竞争策略分析97

第三节自拍杆行业产品定位及市场推广策略分析98

- 一、自拍杆行业产品市场定位98
- 二、自拍杆行业广告推广策略100
- 三、自拍杆行业产品促销策略101
- 四、自拍杆行业招商加盟策略103
- 五、自拍杆行业网络推广策略105

第八章公司对自拍杆企业竞争分析108

第一节北京小米科技有限责任公司108

- 一、企业发展简况分析108
- 二、企业经营情况分析110
- 三、企业经营优劣势分析110
- 四、企业成本费用情况111

第二节源德盛塑胶电子(深圳)有限公司111

- 一、企业发展简况分析111
- 二、企业经营情况分析112
- 三、企业销售网络分析113
- 四、企业经营优劣势分析113

第三节iPEARL(爱贝尔)113

- 一、企业发展简况分析113
- 二、企业经营情况分析114
- 三、企业销售网络分析115
- 四、企业经营优劣势分析115

第四节Fotopro(富图宝)116

- 一、企业发展简况分析116
- 二、企业经营情况分析116
- 三、企业销售网络分析116
- 四、企业经营优劣势分析116

第五节ROCK119

- 一、企业发展简况分析119
- 二、企业经营情况分析119
- 三、企业销售网络分析120
- 四、企业经营优劣势分析120

第六节 麦多多121

- 一、企业发展简况分析121
- 二、企业经营情况分析121
- 三、企业销售网络分析122
- 四、企业经营优劣势分析122

第四部分 发展前景展望

第九章 公司对来自自拍杆行业发展预测分析123

第一节 来自自拍杆行业需求与消费预测123

- 一、2016-2022年自拍杆产品消费预测123
- 二、2016-2022年自拍杆市场规模预测124
- 三、2016-2022年自拍杆行业总产值预测124
- 四、2016-2022年自拍杆行业销售收入预测125

五、2016-2022年自拍杆行业总资产预测125

第二节 2016-2022年中国自拍杆行业供需预测126

- 一、2016-2022年中国自拍杆供给预测126
- 二、2016-2022年中国自拍杆产量预测126
- 三、2016-2022年中国自拍杆需求预测127
- 四、2016-2022年中国自拍杆供需平衡预测127

第十章 公司对自拍杆行业投资机会与风险分析128

第一节 自拍杆行业投资机会分析128

- 一、自拍杆投资项目分析128
- 二、可以投资的自拍杆模式129
- 三、2016年自拍杆投资机会129
- 四、2016年自拍杆投资新方向130
- 五、2016-2022年自拍杆行业投资的建议130
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析131

第二节 影响自拍杆行业发展的主要因素133

- 一、2016-2022年影响自拍杆行业运行的有利因素分析133
- 二、2016-2022年影响自拍杆行业运行的稳定因素分析134
- 三、2016-2022年影响自拍杆行业运行的不利因素分析134

- 四、2016-2022年我国自拍杆行业发展面临的挑战分析135
- 五、2016-2022年我国自拍杆行业发展面临的机遇分析135
- 第三节自拍杆行业投资风险及控制策略分析136
 - 一、2016-2022年自拍杆行业市场风险及控制策略136
 - 二、2016-2022年自拍杆行业政策风险及控制策略139
 - 三、2016-2022年自拍杆行业经营风险及控制策略141
 - 四、2016-2022年自拍杆行业技术风险及控制策略148
 - 五、2016-2022年自拍杆同业竞争风险及控制策略149
 - 六、2016-2022年自拍杆行业其他风险及控制策略151

第十一章公司对自拍杆行业投资战略研究153

第一节自拍杆行业发展战略研究153

- 一、战略综合规划153
- 二、技术开发战略154
- 三、业务组合战略158
- 四、区域战略规划160
- 五、产业战略规划160
- 六、营销品牌战略161
- 七、竞争战略规划162

第二节行业战略规划制定原则164

第三节自拍杆行业企业策略建议165

- 一、产品策略165
- 二、价格策略166
- 三、渠道策略170
- 四、促销策略171

第四节自拍杆行业企业竞争策略分析177

- 一、核心竞争力177
- 二、战略思想182
- 三、盈利模型182
- 四、盈利因素189
- 五、竞争力指标192

第五节对我国自拍杆品牌的战略思考193

一、企业品牌的重要性	193
二、自拍杆实施品牌战略的意义	194
三、自拍杆企业品牌的现状分析	195
[四、我国自拍杆企业的品牌战略	196
五、自拍杆品牌战略管理的策略	197
第六节自拍杆行业投资战略研究	198

部分图表目录

图表：2011—2015年国内生产总值及其增长速度	12
图表：2011-2015年三次产业增加值占国内生产总值比重	13
图表：2015年居民消费价格月度涨跌幅度	13
图表：2015年全球主要国家自拍杆被禁的景点	20
图表：2011-2015年万元国内生产总值能耗降低率	28
图表：2015年6月自拍杆淘宝热销品牌销售量排行榜	34
图表：2014-2015年我国自拍杆市场规模	35
图表：2015年我国自拍杆市场销售各地区分布情况	36
图表：2013-2016年Q2我国自拍杆产业工业总产值	38
图表：2015年我国自拍杆行业不同规模企业工业总产值占比情况	39
图表：2015年我国自拍杆行业不同所有制企业工业总产值占比情况	39
图表：2013-2016年Q2年我国自拍杆产业主营业务收入	40
图表：2013-2016年Q2我国自拍杆产业不同规模企业主营业务收入	41
图表：2013-2016年Q2我国自拍杆产业不同所有制企业主营业务收入	42
图表：2013-2016年Q2我国自拍杆产业销售成本	43
图表：2013-2016年Q2我国自拍杆产业不同规模企业销售成本	43
图表：2013-2016年Q2我国自拍杆产业不同所有制企业销售成本	44
图表：2013-2016年Q2我国自拍杆产业利润总额	45
图表：2013-2016年Q2我国自拍杆产业不同规模企业利润总额	46
图表：2013-2016年Q2我国自拍杆产业不同所有制企业利润总额	46
图表：2013-2016年Q2我国自拍杆产业资产负债	47
图表：2013-2016年Q2我国自拍杆产业不同规模企业资产负债	48
图表：2013-2016年Q2我国自拍杆产业不同所有制企业资产负债	48
图表：2013-2016年Q2我国自拍杆行业盈利能力	49

图表：2016年Q2我国自拍杆行业偿债能力49

图表：2013-2016年Q2我国自拍杆行业运营能力50

图表：2013-2015年我国自拍杆行业销售增长率50

图表：2014-2015年华北地区自拍杆市场规模53

图表：2016-2022年华北地区自拍杆行业需求预测54

图表：2014-2015年东北地区自拍杆市场规模57

图表：2016-2022年东北地区自拍杆行业需求预测58

图表：2014-2015年华东地区自拍杆市场规模63

图表：2016-2022年华东地区自拍杆行业需求预测63

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0607/201609/18-214162.html>