

2017-2022年中国旅游纪念品行业分析与投资前景分析报告

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

《2017-2022年中国旅游纪念品行业分析与投资前景分析报告》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/R12/R1205/201612/15-221703.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

旅游纪念品在学术界暂无明确定义。但是从归属上来说，旅游纪念品属于旅游商品，而旅游商品有着较为明确的定义。即供给者为满足旅游者需求以出卖交换为目的而提供的具有使用价值和价值的有形和无形服务（无形商品）的总和。如旅游景观，旅游服务，旅游线路，旅游故居，旅游设施，旅游交通等都称作旅游产品是不对的，不科学的。应称其为旅游商品。

但学者张凌云（1990）认为“旅游商品是一个模糊的，边界不确定的和动态的集合，其概念也只具有统计学上的意义”。

报告目录：

第一章 中国旅游纪念品行业发展概述

第一节 旅游纪念品行业概述

一、旅游纪念品的定义

二、旅游纪念品的特点

第二节 旅游纪念品上下游产业链分析

一、产业链模型介绍

二、旅游纪念品行业产业链分析

第三节 旅游纪念品行业生命周期分析

一、行业生命周期概述

二、旅游纪念品行业所属的生命周期

第四节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒 / 退出机制

四、行业周期

第二章 2016年世界旅游纪念品市场运行形势分析

第一节 2016年全球旅游纪念品行业发展回顾

第二节 亚洲地区主要市场概况

第三节 欧盟主要国家市场概况

第四节 北美地区主要市场概况

第五节 2017-2022年世界旅游纪念品发展走势预测

第三章 2016年中国旅游纪念品产业发展环境分析

第一节 2016年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2017年中国宏观经济发展预测分析

第二节 旅游纪念品行业主管部门、行业监管体

第三节 中国旅游纪念品行业政策环境分析

第四节 2016年中国旅游纪念品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2012-2016年中国旅游纪念品产业运行情况

第一节 中国旅游纪念品行业发展状况

一、旅游纪念品行业市场供给情况

二、旅游纪念品行业市场需求情况

三、旅游纪念品行业市场市场容量

第二节 中国旅游纪念品行业价格走势分析

一、旅游纪念品行业价格影响因素分析

二、2016年旅游纪念品行业价格走势回顾

三、2017-2022年旅游纪念品行业价格走势预测

第三节 中国旅游纪念品行业技术发展分析

第四节 旅游纪念品行业未来发展趋势预测

第五章 2012-2016年中国旅游纪念品市场发展分析

第一节 中国旅游纪念品行业竞争现状

第二节 中国旅游纪念品行业集中度分析

一、市场集中度

二、企业集中度

三、区域集中度

第三节 旅游纪念品行业品牌现状分析

第四节 中国旅游纪念品行业存在的问题

第五节 中国旅游纪念品行业国际竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章 2012-2016年中国旅游纪念品行业竞争情况

第二节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 旅游纪念品行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第四节 中国旅游纪念品产品竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第七章 旅游纪念品行业重点生产企业分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八章 2017-2022年旅游纪念品行业发展预测

第一节 2017-2022年中国旅游纪念品行业未来发展前景分析

一、2017-2022年中国旅游纪念品市场发展环境分析

二、2017-2022年中国旅游纪念品行业市场规模预测

三、2017-2022年中国旅游纪念品行业市场发展趋势分析

第二节 2017-2022年中国旅游纪念品行业市场供需预测

一、2017-2022年中国旅游纪念品行业供给预测

二、2017-2022年中国旅游纪念品市场需求预测

第三节 2017-2022年中国旅游纪念品行业盈利走势预测

第九章 2017-2022年中国旅游纪念品行业投资风险与营销分析

第一节 2017-2022年旅游纪念品行业进入壁垒分析

第二节 2017-2022年中国旅游纪念品行业投资环境分析

第三节 中国旅游纪念品行业投资风险

一、政策风险

二、技术风险

三、竞争风险

四、原材料风险

五、其他风险

第四节 中国旅游纪念品行业营销分析

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

第十章 2017-2022年中国旅游纪念品行业发展策略及投资建议

第一节 旅游纪念品行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表目录（部分）：

图表：2013-2016国内生产总值

图表：2013-2016居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2008-2016年末国家外汇储备

图表：2013-2016财政收入

图表：2013-2016全社会固定资产投资

图表：2016年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2016年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2016年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：旅游纪念品行业产业链

图表：2013-2016旅游纪念品行业市场供给

图表：2013-2016旅游纪念品行业市场需求

图表：2013-2016旅游纪念品行业市场规模

图表：2010年中国旅游纪念品所属行业全部企业数据分析

图表：2016年中国旅游纪念品所属行业全部企业数据分析

图表：2016年中国旅游纪念品所属行业全部企业数据分析

图表：2010年中国旅游纪念品所属行业不同规模企业数据分析

图表：2016年中国旅游纪念品所属行业不同规模企业数据分析

图表：2016年中国旅游纪念品所属行业不同规模企业数据分析

图表：2010年中国旅游纪念品所属行业不同所有制企业数据分析

图表：2016年中国旅游纪念品所属行业不同所有制企业数据分析

图表：2016年中国旅游纪念品所属行业不同所有制企业数据分析

图表：旅游纪念品所属行业生命周期判断

图表：旅游纪念品所属行业区域市场分布情况

图表：2017-2022年中国旅游纪念品行业市场规模预测

图表：2017-2022年中国旅游纪念品行业供给预测

图表：2017-2022年中国旅游纪念品行业需求预测

图表：2017-2022年中国旅游纪念品行业价格指数预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1205/201612/15-221703.html>