

2017-2022年中国自拍杆市场监测及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国自拍杆市场监测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.cction.com/report/201705/140679.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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率的发展战略，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2017-2022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、2017-2022年行业发展前景预测	54
四、2017-2022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、2017-2022年行业发展前景预测	58

四、2017-2022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、2017-2022年行业发展前景预测63

四、2017-2022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、2017-2022年行业发展前景预测65

四、2017-2022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、2017-2022年行业发展前景预测68

四、2017-2022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、2017-2022年行业发展前景预测73

四、2017-2022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、2017-2022年行业发展前景预测77

四、2017-2022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、2017-2022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

第九章公司对未来自拍杆行业发展预测分析123

第一节未来自拍杆行业需求与消费预测123

一、2017-2022年自拍杆产品消费预测	123
二、2017-2022年自拍杆市场规模预测	124
三、2017-2022年自拍杆行业总产值预测	124
四、2017-2022年自拍杆行业销售收入预测	125
五、2017-2022年自拍杆行业总资产预测	125
第二节2017-2022年中国自拍杆行业供需预测	126
一、2017-2022年中国自拍杆供给预测	126
二、2017-2022年中国自拍杆产量预测	126
三、2017-2022年中国自拍杆需求预测	127
四、2017-2022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、2017-2022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、2017-2022年影响自拍杆行业运行的有利因素分析	133
二、2017-2022年影响自拍杆行业运行的稳定因素分析	134
三、2017-2022年影响自拍杆行业运行的不利因素分析	134
四、2017-2022年我国自拍杆行业发展面临的挑战分析	135
五、2017-2022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、2017-2022年自拍杆行业市场风险及控制策略	136
二、2017-2022年自拍杆行业政策风险及控制策略	139
三、2017-2022年自拍杆行业经营风险及控制策略	141
四、2017-2022年自拍杆行业技术风险及控制策略	148
五、2017-2022年自拍杆同业竞争风险及控制策略	149
六、2017-2022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：2017-2022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：2017-2022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：2017-2022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.cction.com/report/201705/140679.html>