

2008-2009年中国板鞋市场分析报告

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《2008-2009年中国板鞋市场分析报告》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/fangzhi/2820128201.html>

报告价格：电子版: 7300元 纸介版：7800元 电子和纸介版: 8800

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

第一章 板鞋行业发展环境分析第一节 国内经济和社会环境分析一、近年来我国国民经济发展概况二、城市化和人民生活水平第二节 国际环境分析一、国际板鞋行业发展成熟度分析二、国际板鞋行业发展趋势三、主要国家板鞋市场现状四、国际板鞋主要品牌及其特征分析第三节 主要上下游相关行业发展概况一、天然胶行业发展概况二、再生胶行业发展概况三、纺织印染行业发展概况第二章 2008-2009年板鞋行业结构分析第一节 板鞋行业基本特征一、板鞋行业主要细分产品二、板鞋行业产业链分析三、板鞋设计具有特殊性第二节 板鞋行业竞争格局一、板鞋行业主要企业和主要品牌二、板鞋市场集中度分析第三节 板鞋行业的“波特五力模型”分析一、现有企业间的竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力第三章 2008-2009年中国板鞋行业生产状况分析第一节 2001-2007年板鞋产量增长情况第二节 板鞋行业产能分析一、主要生产企业及其产能二、板鞋行业产能扩张趋势三、重点省区产能分析第三节 板鞋行业成本结构分析一、原材料成本二、研发和设计成本三、知识产权使用许可费四、劳动力成本五、其它成本第四节 板鞋行业生产中存在的主要问题第四章 2008-2009年中国板鞋市场供需状况分析第一节 板鞋消费需求特征分析一、城镇和农村消费者需求特征二、不同收入层次家庭需求特征三、运动鞋和板鞋等细分产品的需求特征四、板鞋消费的决策过程分析第二节 2001-2007年板鞋行业供需状况一、2001-2007年板鞋供给状况 二、2001-2007年板鞋需求状况三、2001-2007年板鞋供需缺口分析 四、2008-2009年我国板鞋供需缺口变化趋势预测第三节 2008-2009年中国板鞋消费量分析 一、2001-2007年我国板鞋消费量二、2001-2007年板鞋各细分产品消费量三、2008-2009年我国板鞋消费量预测第四节 影响板鞋行业供需关系的主要因素 第五章 2008-2009年主要区域市场分析第一节 华北地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第二节 东北地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第三节 华东地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第四节 华中地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第五节 华南地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第六节 西南地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第七节 华南地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第六章 2008-2009年板鞋行业市场营销分析第一节 主要营销模式分析一、直营模式二、代理经销商模式三、大型综合连锁卖场模式四、网络营销第二节 营销策略分析一、从生产导向转向市场导向二、从产品竞争转向多要素全方位竞争三、从产品营销到品牌营销和文化营销四、从单一的产品结构到以鞋、服装、配件的产品系列化第三节 板鞋企业营销模式建议一、板鞋企业的国内营销模式建议（一）板鞋企业的渠道建设（二）板鞋企业的品牌建设

二、板鞋企业海外营销模式建议

(一) 板鞋企业的海外细分市场选择

(二) 板鞋企业的海外经销商选择

第七章 2008-2009年板鞋行业进出口分析

第一节 板鞋进出口现状一、进口规模及产品结构二、出口规模、产品结构及主要市场

第二节 我国板鞋面临的“反倾销”问题

第三节 对反倾销调查的措施

第八章 2008-2009年中国板鞋进出口发展趋势分析

第一节 2008-2009年中国板鞋行业市场预测分析

第二节 2008-2009年中国板鞋产品趋势分析

第三节 2008-2009年中国板鞋价格走势

第九章 2008-2009年板鞋行业主要品牌企业分析

第一节 耐克Nike

一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第二节 李宁Lining

一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第三节 匡威Converse

一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第四节 阿迪达斯Adidas

一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第五节 Vans板鞋

一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第六节 DC (DCSHOECOUSA)

一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第七节 彪马Puma板鞋

一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第八节 特步XTEP板鞋

一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第九节 锐步Reebok板鞋

一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第十节 米奇Mickey板鞋

一、企业概况二、近三年企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略

第十章 2008-2009年板鞋行业投资价值与投资策略分析

第一节 板鞋行业投资价值分析

一、板鞋行业发展前景分析二、板鞋行业盈利能力预测三、投资机会分析四、投资价值综合分析

第二节 板鞋行业投资风险分析

一、市场风险二、竞争风险三、原材料价格波动的风险四、经营风险五、政策风险

第三节 板鞋行业投资策略分析

一、市场定位二、重点区域

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2820128201.html>