

2008-2010年中国登山鞋市场分析与行业投资前景 分析报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2010年中国登山鞋市场分析与行业投资前景分析报告》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/2815228152.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

英文版：18000 元 日文版：23000元第一章 登山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、国际登山鞋行业发展成熟度分析二、国际登山鞋行业发展趋势三、主要国家登山鞋市场现状四、国际登山鞋主要品牌及其特征分析五、我国登山鞋行业面临“反倾销”
节 主要上下游相关行业发展概况一、皮革行业发展概况二、橡胶行业发展概况三、纺织印染行业发展概况第二章 2008-2010年登山鞋行业结构分析第一节 登山鞋行业基本特征一、登山鞋行业主要细分产品二、登山鞋行业产业链分析三、登山鞋设计具有特殊性第二节 登山鞋行业竞争格局一、登山鞋行业主要企业和主要品牌二、登山鞋市场集中度分析第三节 登山鞋行业的“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 2008-2010年中国登山鞋行业生产状况分析第一节 2004-2007年登山鞋产量增长情况第二节 登山鞋行业产能分析一、主要生产企业及其产能二、登山鞋行业产能扩张趋势三、重点省区产能分析第三节 登山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 登山鞋行业生产中存在的主要问题第四章2008-2010年中国登山鞋市场供需状况分析第一节 登山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、登山鞋和登山鞋等细分产品的需求特征四、登山鞋消费的决策过程分析第二节 2004-2007年登山鞋行业供需状况 一、2004-2007年登山鞋供给状况 二、2004-2007年登山鞋需求状况 三、2004-2007年登山鞋供需缺口分析 四、2008-2009年我国登山鞋供需缺口变化趋势预测 第三节 2008-2010年中国登山鞋消费量分析 一、2004-2007年我国登山鞋消费量二、2004-2007年登山鞋各细分产品消费量三、2008-2009年我国登山鞋消费量预测第四节 影响登山鞋行业供需关系的主要因素 第五章 2008-2010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、消费者偏好分析第七节 西北地区一、市场容量和市场前景二、市场成熟度和竞争状况三、消费者偏好分析第六章 2008-2010年登山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 登山鞋企业营销模式建议

一、登山鞋企业的国内营销模式建议 (一) 登山鞋企业的渠道建设

(二) 登山鞋企业的品牌建设 二、登山鞋企业海外营销模式建议

(一) 登山鞋企业的海外细分市场选择 (二) 登山鞋企业的海外经销商选择 第七章

2008-2010年登山鞋行业进出口分析第一节

登山鞋进出口现状一、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

国登山鞋面临的“反倾销 a 顛罇鑛北 毚0 T 𠂔 筭燐譴鯁 浓晔 𠂔𠂔 v^u 葎𠂔𠂔𠂔𠂔𠂔

二、应对反倾销调查的措施第三节 2008-2010年中国登山鞋进出口发展趋势分析第八章

2008-2010年中国登山鞋行业市场预测分析第一节

2008-2010年中国登山鞋季节特征分析第二节 2008-2010年中国登山鞋产品趋势分析第三节

2008-2010年中国登山鞋价格走势第四节

2008-2010年中国登山鞋竞争格局分析一、技术派别二、品牌结构第九章

2008-2010年登山鞋行业主要品牌企业分析第一节 耐克Nike登山鞋

(世界品牌,开始于1972年美国) 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 阿迪达斯Adidas登山鞋一、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、品牌竞争策略第三节

彪马登山鞋 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、品牌竞争策略第四节 锐步Reebok登山鞋一、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、品牌竞争策略第五节 李宁Lining登山鞋 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 匹克登山鞋 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、品牌竞争策略第七节 361度登山鞋一、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 安踏Anta登山鞋 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 回力登山鞋一、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 特步XTEP登山鞋 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

2008-2010年登山鞋行业投资价值与投资策略分析第一节登山鞋行业投资价值分析一、登山

鞋行业发展前景分析二、登山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 登山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

登山鞋行业投资策略分析一、市场定位二、重点区域部分图表目录图表

1、

2000—2007年中国GDP变动情况图表 2、 2000—2007年中国GDP曲线分析 图表

3、2007年我国产业固定资产投资情况图表 4、2007年我国行业固定资产投资情况 图表5、

2001—2007年我国固定资产投资增长情况	(亿元)	图表
6、2007年按收入等级分城镇居民家庭每百家庭拥有登山鞋数量		图表
7、国际登山鞋行业发展成熟度分析		图表
8、2007-2008年十大名牌登山鞋榜中榜/登山鞋品牌图表	10、登山鞋行业的产业链结构图	
图表	11、登山鞋行业主要企业和主要品牌	图表
12、2007年我国登山鞋市场集中度分析		图表
13	登山鞋行业环境“波特五力”分析模型	14、
2004-2007年我国登山鞋行业产量分析		图表
15、2004-2007年我国登山鞋行业产量比较图	图表 16、2007年主要企业及其产能情况	图表
17、2007年我国各省区产能情况		图表
18、2003—2007年我国纺织面料鞋制造业销售成本占销售收入的比例		图表
19、2003—2007年我国皮革制品制造业销售成本占销售收入的比例		图表
20、2003—2007年纺织面料鞋制造业三项期间费用占销售收入的比例		图表
21、2003—2007年皮革制品制造业三项期间费用占销售收入的比例		图表
22、2004-2007年我国城市与农村登山鞋消费对比分析		图表
23、2002—2007年按收入等级分城镇家庭平均每人全年购买登山鞋类商品数量		图表
24、2005—2007年城镇居民家庭平均每人全年衣着消费支出图表		
25、2005—2007年农村居民家庭和城镇居民家庭平均每人全年衣着支出对比图表		
26、登山鞋消费的决策过程分析	图表 27、2004-2007年我国登山鞋行业供给分析	图表
28、2004-2007年我国登山鞋行业供给量比较图		图表
29、2005—2007年我国登山鞋供给量模型预测		图表
30、2008—2010年我国登山鞋行业供给预测图表		
31、2008—2010年我国登山鞋行业供给量变化趋势图	图表	32、
2004-2007年我国登山鞋行业需求分析图表		
33、2004-2007年我国登山鞋行业需求量比较图	图表	
34、2005—2007年我国登山鞋需求量模型预测图表		
35、2008—2010年我国登山鞋行业需求预测图表		
36、2008—2010年我国登山鞋行业需求量变化趋势图	图表	37、
2004-2007年我国登山鞋行业供需缺口分析图表		
38、2004-2007年我国登山鞋行业供需缺口量比较图		图表
39、2005—2007年我国登山鞋供需缺口量模型预测		图表
40、2008—2010年我国登山鞋行业供需缺口预测		图表
41、2008—2010年我国登山鞋行业供需缺口量变化趋势图	图表	42、
2004-2007年我国登山鞋行业消费分析图表		
43、2004-2007年我国登山鞋行业消费量比较图	图表	
44、2001—2007年登山鞋各细分产品消费结构图表		

45、2005—2007年我国登山鞋消费量模型预测图表	
46、2008—2010年我国登山鞋行业消费预测图表	
47、2008—2010年我国登山鞋行业消费量变化趋势图图表	
48、华北地区登山鞋市场容量及占比例图表	49、华北地区消费者偏好图表
50、东北地区登山鞋市场容量及占比例图表	51、东北地区消费者偏好 图表
52、华东地区登山鞋市场容量及占比例 图表	53、华东地区消费者偏好图表
54、华中地区登山鞋市场容量及占比例图表	55、华中地区消费者偏好 图表
56、华南地区登山鞋市场容量及占比例图表	57、华南地区消费者偏好图表
58、西南地区登山鞋市场容量及占比例图表	59、西南地区消费者偏好 图表
60、西北地区登山鞋市场容量及占比例图表	61、西北地区消费者偏好 图表
62、2005—2007年我国登山鞋进出口比较图图表	
63、2005—2007年我国登山鞋进口比较图 图表	64、2005—2007年我国登山鞋出口比较图 图表
65、2005—2007年我国登山鞋进出口量模型预测 图表	
66、2008—2010年我国登山鞋行业进出口预测 图表	
67、2008—2010年我国登山鞋行业进出口量变化趋势图 图表	68、单个产品季会议框架 图表
69、年度产品季重要会议 图表	70、以季节为主线的计划体系 图表
71、2005—2007年我国登山鞋产量模型预测 图表	
72、2008—2010年我国登山鞋行业产预测图表	
73、2008—2010年我国登山鞋行业产量变化趋势图图表	
74、2001—2008年中国登山鞋价格曲线变化分析图表	75、
2005—2007年Nike登山鞋产值及增长对比分析图表	76、
2005—2007年Nike登山鞋销售收入及增长对比分析图表	77、
2005—2007年Nike登山鞋利润总额及增长对比分析图表	78
、2007年耐克登山鞋市场份额示意图 图表	79、
2005—2007年Adidas登山鞋产值及增长对比分析 图表	80、
2005—2007年Adidas登山鞋销售收入及增长对比分析 图表	81、
2005—2007年Adidas登山鞋利润总额及增长对比分析图表	82
、2007年阿迪达斯登山鞋市场份额示意图 图表	83、
2005—2007年Lining登山鞋产值及增长对比分析图表	84、
2005—2007年Lining登山鞋销售收入及增长对比分析 图表	85、
2005—2007年Lining登山鞋利润总额及增长对比分析图表	86
、2007年李宁登山鞋市场份额示意图图表	87、
2005—2007年锐步登山鞋产值及增长对比分析图表	88、
2005—2007年锐步登山鞋销售收入及增长对比分析 1图表	89、
2005—2007年锐步登山鞋利润总额及增长对比分析图表	90

、2007年锐步登山鞋市场份额示意图	图表	91、
2005—2007年彪马登山鞋产值及增长对比分析	图表	92、
2005—2007年彪马登山鞋销售收入及增长对比分析图表		93、
2005—2007年彪马登山鞋利润总额及增长对比分析	图表	94
、2007年彪马登山鞋市场份额示意图	图表	95、
2005—2007年361度登山鞋产值及增长对比分析图表		96、
2005—2007年361度登山鞋销售收入及增长对比分析图表		97、
2005—2007年361度登山鞋利润总额及增长对比分析图表		98
、2007年361度登山鞋市场份额示意图	图表	99、
2005—2007年		
匹克登山鞋产值及增长对比分析图表	100、	2005—2007年
匹克登山鞋销售收入及增长对比分析图表	101、	2005—2007年
匹克登山鞋利润总额及增长对比分析	图表 102	、2007年 匹克登山鞋市场份额示意图
图表		103、
2005—2007年安踏登山鞋产值及增长对比分析	9图表	104、
2005—2007年安踏登山鞋销售收入及增长对比分析	图表	105、
2005—2007年安踏登山鞋利润总额及增长对比分析图表		106
、2007年安踏登山鞋市场份额示意图	图表	107、
2005—2007年特步登山鞋产值及增长对比分析	图表	108、
2005—2007年特步登山鞋销售收入及增长对比分析	图表	109、
2005—2007年特步登山鞋利润总额及增长对比分析	图表	110
、2007年回力登山鞋市场份额示意图	图表	111、
2005—2007年回力登山鞋产值及增长对比分析	图表	112、
2005—2007年回力登山鞋销售收入及增长对比分析	图表	113、
2005—2007年回力登山鞋利润总额及增长对比分析	图表	114
、2007年回力登山鞋市场份额示意图		

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2815228152.html>