2008-2009年中国运动鞋市场分析报告

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年中国运动鞋市场分析报告》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：https://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2819228192.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

第一章 运动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、国际运动鞋行业发展成熟度分析二、国际运动鞋行业发展趋势三、主要国家运动鞋市场现状四、国际运动鞋主要品牌及其特征分析五、我国运动鞋行业面临“反倾销 ɣᵘ 舀 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
2008-2009年运动鞋行业结构分析第一节运动鞋行业基本特征一、运动鞋行业主要细分产品二、运动鞋行业产业链分析三、运动鞋设计具有特殊性第二节
运动鞋行业竞争格局一、运动鞋行业主要企业和主要品牌二、运动鞋市场集中度分析第三节运动鞋行业的“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年中国运动鞋行业生产状况分析第一节2001-2007年运动鞋产量增长情况第二节运动鞋行业产能分析一、主要生产企业及其产能二、运动鞋行业产能扩张趋势三、重点省区产能分析第三节 运动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
运动鞋行业生产中存在的主要问题第四章2008-2009年中国运动鞋市场供需状况分析第一节运动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、运动鞋和运动鞋等细分产品的需求特征四、运动鞋消费的决策过程分析第二节
2001-2007年运动鞋行业供需状况 一、2001-2007年运动鞋供给状况二、2001-2007年运动鞋需求状况 三、2001-2007年运动鞋供需缺口分析四、2008-2009年我国运动鞋供需缺口变化趋势预测 第三节
2008-2009年中国运动鞋消费量分析 一、2001-2007年我国运动鞋消费量二、2001-2007年运动鞋各细分产品消费量三、2008-2009年我国运动鞋消费量预测第四节
影响运动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年运动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　　运动鞋企业营销模式建议
一、运动鞋企业的国内营销模式建议　　（一）运动鞋企业的渠道建设
（二）运动鞋企业的品牌建设　　二、运动鞋企业海外营销模式建议
（一）运动鞋企业的海外细分市场选择　　（二）运动鞋企业的海外经销商选择　　第七章
2008-2009年运动鞋行业进出口分析第一节
运动鞋进出口现状一、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　我国运动鞋面临的“反倾销 ǫ　顓䁋鑛北　뵗0Ţ ᴹᴹ ᵃᵃ 큒　讈鮿　浓횘　챔獬　ɣᵘ　　葎楪腩軱謀
二、应对反倾销调查的措施第三节　　2008-2009年中国运动鞋进出口发展趋势分析第八章
2008-2009年中国运动鞋行业市场预测分析第一节
2008-2009年中国运动鞋季节特征分析第二节2008-2009年中国运动鞋产品趋势分析第三节
2008-2009年中国运动鞋价格走势第四节
2008-2009年中国运动鞋竞争格局分析一、技术派别二、品牌结构第九章
2008-2009年运动鞋行业主要品牌企业分析第一节　　耐克Nike运动鞋(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运动鞋一、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　匡威Converse运动鞋 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运动鞋 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运动鞋一、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 匹克运动鞋 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度运动鞋一、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运动鞋　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　乔丹Jordan运动鞋一、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运动鞋一、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年运动鞋行业投资价值与投资策略分析第一节 运动鞋行业投资价值分析一、运动鞋行业发展前景分析二、运动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　运动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
运动鞋行业投资策略分析一、市场定位二、重点区域

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2819228192.html