

2008-2009年中国女鞋市场分析报告

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年中国女鞋市场分析报告》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/xiantiyongpin/2930229302.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 女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、国际女鞋行业发展成熟度分析二、国际女鞋行业发展趋势三、主要国家女鞋市场现状四、国际女鞋主要品牌及其特征分析五、我国女鞋行业面临“反倾销” 贸易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年女鞋行业结构分析第一节女鞋行业基本特征一、女鞋行业主要细分产品二、女鞋行业产业链分析三、女鞋设计具有特殊性第二节

女鞋行业竞争格局一、女鞋行业主要企业和主要品牌二、女鞋市场集中度分析第三节 女鞋行业的“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年中国女鞋行业生产状况分析第一节2001-2007年女鞋产量增长情况第二节女鞋行业产能分析一、主要生产企业及其产能二、女鞋行业产能扩张趋势三、重点省区产能分析第三节 女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 女鞋行业生产中存在的主要问题第四章

2008-2009年中国女鞋市场供需状况分析第一节女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、运动鞋和女鞋等细分产品的需求特征四、女鞋消费的决策过程分析第二节 2001-2007年女鞋行业供需状况

一、2001-2007年女鞋供给状况 二、2001-2007年女鞋需求状况

三、2001-2007年女鞋供需缺口分析 四、2008-2009年我国女鞋供需缺口变化趋势预测

第三节 2008-2009年中国女鞋消费量分析 一、2001-2007年我国女鞋消费量二、2001-2007年女鞋各细分产品消费量三、2008-2009年我国女鞋消费量预测第四节

影响女鞋行业供需关系的主要因素第五章 2008-2009年中国女鞋细分市场分析预测第一节

不同价位档次、不同鞋码女鞋市场分析一、不同价位档次女鞋市场分析二、不同鞋码女鞋市场分析第二节

不同品牌女鞋市场分析一、主要国外品牌女鞋分析二、主要国内品牌女鞋分析第三节 不同种类用途女鞋市场分析一、高跟鞋市场分析预测（分粗根、细根、超高跟）二、平跟女鞋分析预测三、休闲类女鞋分析预测四、运动类女鞋分析预测五、凉鞋、拖鞋分析预测六、其他用途女鞋分析预测（含靴子、表演用鞋等）第四节 不同材质女鞋市场分析一、皮质女鞋市场分析预测二、人造革、合成革女鞋市场分析预测三、布鞋市场分析预测四、塑料、毛料等其他质地女鞋分析预测第五节 国内假冒伪劣女鞋市场调查分析第六章

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、消费者偏好分析第七章
2008-2009年女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 女鞋企业营销模式建议
一、女鞋企业的国内营销模式建议（一）女鞋企业的渠道建设（二）女鞋企业的品牌建设
二、女鞋企业海外营销模式建议（一）女鞋企业的海外细分市场选择
（二）女鞋企业的海外经销商选择 第八章 2008-2009年女鞋行业进出口分析第一节
女鞋进出口现状一、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
女鞋面临的“反倾销 颀 鑛北 0 玊讒鯪 浓 獠 蓀襪踰輻譎谰 鑛
对反倾销调查的措施第三节 2008-2009年中国女鞋进出口发展趋势分析第九章
2008-2009年中国女鞋行业市场预测分析第一节 2008-2009年中国女鞋季节特征分析第二节
2008-2009年中国女鞋产品趋势分析第三节 2008-2009年中国女鞋价格走势第四节
2008-2009年中国女鞋竞争格局分析一、技术派别二、品牌结构第十章
2008-2009年女鞋行业主要品牌企业分析第一节 百丽BELLE女鞋一、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、品牌竞争策略第二节达芙妮D
APHNE女鞋一、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千百度女鞋 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 舒丹妮SHETON女鞋 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
第五节星期六ST&SAT女鞋一、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 七品芝麻女鞋 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耐克Nike女鞋
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 阿迪达斯Adidas女鞋 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Fed女鞋一、企业概况一、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
一章 2008-2009年女鞋行业投资价值与投资策略分析第一节 女鞋行业投资价值分析一、女
鞋行业发展前景分析二、女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 女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 女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/xiantiyongpin/2930229302.html>