

2007年中国按摩产品行业发展趋势研究及深度调研报告

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《2007年中国按摩产品行业发展趋势研究及深度调研报告》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/2977829778.html>

报告价格：电子版: 12800元 纸介版：13000元 电子和纸介版: 13200

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

购买研究报告的客户可以在1年内免费更新报告中的所有数据	第一章 研究概述	3
第一节	按摩产品定义	3
第二节	研究背景	3
第三节	研究目的	3
第四节	研究方法	3
第五节	调研范围	3
第六节	汉鼎咨询介绍	3
第七节	研究结论	3
第二章	世界按摩产品行业发展现状分析	4
第一节	2007年发展现状分析以及未来几年发展趋势分析	4
第二节	2005年-2010年行业产销规模分析	4
第三节	2005年-2007年6月份按摩产品行业进出口规模分析	4
第四节	世界主要生产国分析	4
第五节	中国在世界按摩产品行业中的综合竞争力分析	4
第三章	中国按摩产品行业发展现状和投资政策分析	4
第一节	2007年发展现状分析	4
第二节	发展特点分析	4
第三节	中国按摩产品行业体制分析	4
第四节	宏观经济环境对产业的影响	4
第五节	产业政策解读以及投资导向分析	4
第六节	产业技术政策环境分析	4
第四章	中国按摩产品行业相关技术发展趋势分析	5
第五章	中国按摩产品行业产销规模以及供需结构分析	5
第一节	中国按摩产品行业供需结构发展趋势以及影响因素分析	5
第二节	2005年-2010年行业产销规模分析	5
第三节	2005年-2007年6月份按摩产品行业进出口规模分析	5
第四节	中国按摩产品行业进出口影响因素分析	5
第六章	中国按摩产品行业生产竞争格局分析	6
第一节	中国按摩产品行业生产规模集中度分析	6
第二节	中国按摩产品行业生产区域集中度分析	6
第三节	中国按摩产品行业市场品牌集中度分析	6
第七章	中国按摩产品行业细分子行业分析	6
第一节	足浴	6
一	子行业发展现状分析	6
二	2005年-2010年子行业产销分析	6
三	成长性分析	6
四	盈利能力分析	6
五	技术创新能力分析	6
第二节	腿部按摩	6
第三节	背部按摩	6
第四节	脑部按摩	6
第五节	其他	6
第八章	中国按摩产品行业细分区域分析	7
第一节	华东	7
一	华东地区按摩产品行业产业链分析	7
二	2007年华东地区按摩产品行业发展现状	7
三	2005年-2010年华东地区按摩产品行业产销规模以及供需结构分析	7
四	2005年-2007年6月华东地区按摩产品行业进出口规模以及趋势分析	7
第二节	华南	7
第三节	东北	7
第四节	华北	7
第五节	华中	7
第六节	西部	7
第九章	国外按摩产品企业在中国发展分析	8
第一节	CCCCC公司	8
一	全球核心竞争力分析	8
二	公司在中国投资(合资)工厂情况	8
1、	投资特点	8
2、	投资规模及收益	8
3、	投资产品结构	8
4、	投资趋势	8
第二节	CCCCC公司	8
第三节	CCCCC公司	8
第四节	CCCCC公司	8
第五节	CCCCC公司	8
第十章	中国按摩产品行业重点企业分析	9
第一节	****公司	9
一	公司资本运营及组织结构	9
二	企业产销规模及利润率分析	9
三	生产布局与产能扩张计划	9
四	企业技术革新能力分析	9
五	产品结构及定价能力分析	9
六	市场营销网络及客户关系分析	9
七	总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议	9
第二节		

****公司 10第三节 ****公司 10第四节 ****公司 10第五节 ****公司 10第六节 ****公司
10第七节 ****公司 10第八节 ****公司 10第九节 ****公司 10第一〇节 ****公司 10第十一章
中国按摩产品行业营销策略建议 11第一节 不同客户群营销策略建议 11第二节
不同产品营销策略建议 11第三节 不同区域营销策略建议 11第十二章
中国按摩产品行业投资风险及对策分析 11第一节 国家产业政策风险分析 11第二节
资金风险分析 11第三节 市场格局风险 11第四节 产业链变化风险 11第五节
经营生产成本风险 11第六节 竞争风险分析 11第七节 再融资风险分析 11第十三章
中国按摩产品行业发展战略建议 11第一章 研究概述第一节 按摩产品产品定义第二节
研究背景第三节 研究目的第四节 研究方法第五节 调研范围第六节 汉鼎咨询介绍第七节
研究结论第二章 世界按摩产品行业发展现状分析第一节
2007年发展现状分析以及未来几年发展趋势分析第二节
2005年-2010年行业产销规模分析第三节
2005年-2007年6月份按摩产品行业进出口规模分析第四节 世界主要生产国分析第五节
中国在世界按摩产品行业中的综合竞争力分析第三章
中国按摩产品行业发展现状和投资政策分析第一节 2007年发展现状分析 第二节
发展特点分析第三节 中国按摩产品行业体制分析第四节 宏观经济环境对产业的影响第五节
产业政策解读以及投资导向分析第六节 产业技术政策环境分析第四章
中国按摩产品行业相关技术发展趋势分析第五章
中国按摩产品行业产销规模以及供需结构分析第一节
中国按摩产品行业供需结构发展趋势以及影响因素分析第二节
2005年-2010年行业产销规模分析第三节
2005年-2007年6月份按摩产品行业进出口规模分析第四节
中国按摩产品行业进出口影响因素分析第六章 中国按摩产品行业生产竞争格局分析第一节
中国按摩产品行业生产规模集中度分析第二节
中国按摩产品行业生产区域集中度分析第三节
中国按摩产品行业市场品牌集中度分析第七章 中国按摩产品行业细分子行业分析第一节
足浴一：子行业发展现状分析二：2005年-2010年子行业产销分析三：成长性分析四：
盈利能力分析五：技术创新能力分析第二节 腿部按摩第三节 背部按摩第四节
脑部按摩第五节 其他第八章 中国按摩产品行业细分区域分析第一节 华东一：
华东地区按摩产品行业产业链分析二：2007年华东地区按摩产品行业发展现状三：
2005年-2010年华东地区按摩产品行业产销规模以及供需结构分析四：
2005年-2007年6月华东地区按摩产品行业进出口规模以及趋势分析第二节 华南第三节
东北第四节 华北第五节 华中第六节 西部 第九章 国外按摩产品企业在中国发展分析第一节
CCCCC公司一：全球核心竞争力分析二：公司在中国投资（合资）工厂情况1、投资特
点2、投资规模及收益3、投资产品结构4、投资趋势第二节 CCCCC公司第三节

CCCCCC公司第四节 CCCCCC公司第五节 CCCCCC公司第十章
中国按摩产品行业重点企业分析 第一节 ****公司一 ： 公司资本运营及组织结构二 ：
企业产销规模及利润率分析三 ： 生产布局与产能扩张计划四 ： 企业技术革新能力分析五
： 产品结构及定价能力分析六 ： 市场营销网络及客户关系分析七 ：
总体发展战略规划以及汉鼎咨询建议第二节 ****公司第三节 ****公司第四节 ****公司第五节
****公司第六节 ****公司第七节 ****公司第八节 ****公司第九节 ****公司第一〇节
****公司第十一章 中国按摩产品行业营销策略建议第一节 不同客户群营销策略建议第二节
不同产品营销策略建议第三节 不同区域营销策略建议第十二章
中国按摩产品行业投资风险及对策分析第一节 国家产业政策风险分析第二节
资金风险分析第三节 市场格局风险第四节 产业链变化风险第五节 经营生产成本风险第六节
竞争风险分析第七节 再融资风险分析第十三章 中国按摩产品行业发展战略建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2977829778.html>