

2017-2022年中国鞋类市场 全景调查与投资战略报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国鞋类市场全景调查与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/774128Y8LP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2016年1-6月中国鞋类出口数量为203万吨，同比下降7.4%；2016年1-6月中国鞋类出口金额为22,883,610千美元，同比下降11.5%。2016年1-6月中国鞋类出口量统计表如下表所示：

2016年1-6月中国鞋类出口量统计表		月份	数量（万吨）	金额（千美元）	数量同比（%）	金额同比（%）			
1月	43	5,016,864	-9.3	-11.9	2月	26	3,035,607	-31.4	-33.9
3月	26	2,939,300	32.2	27.3	4月	34	3,807,699	7.4	6.9
5月	38	4,264,831	-2.7	-6	6月	38	4,371,649	-9.3	-15.1

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国鞋类市场全景调查与投资战略报告》共十章。首先介绍了鞋类相关概念及发展环境，接着分析了中国鞋类规模及消费需求，然后对中国鞋类市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国鞋类面临的机遇及发展前景。您若想对中国鞋类有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 鞋类行业基本特征分析 17

第一节 行业界定及主要产品 17

一、鞋类行业的产能分布概况 17

二、行业分类及主要产品 17

第二节 我国鞋类行业特征 18

一、产品出口贸易壁垒 18

(一)环保标准 18

(二)安全标志与生态标签认证 20

(三)劳工标准 20

二、我国鞋类行业的现状 21

(一)我国鞋类行业占据全球中低端市场 21

(二)行业生产标准现状 22

三、中国鞋类行业开始产业升级 22

第三节 世界鞋类业发展特点与形势 23

一、世界鞋类市场需求和供给状况 23

二、世界主要区域鞋类市场发展状况 23

(一)印度 24

(二)巴西 24

(三)越南 24

(四)印度尼西亚 24

(五)欧盟 24

三、主要鞋类产品发展状况 24

(一)皮鞋 24

(二)运动鞋 25

(三)休闲鞋 25

(四)童鞋 25

四、美国鞋类发展概况 25

五、澳大利亚鞋类发展概况 25

第二章 2016年世界鞋类行业发展态势分析 27

第一节 2016年世界鞋类行业发展概况分析 27

一、世界鞋类价格走势分析 27

(一)主要国家产品价格分析 27

(二)中外国家鞋类产品价格对比分析 27

二、世界知名鞋类运行态势分析 28

(一)Nike(美国) 28

(二)Reebok(美国) 28

(三)Adidas(德国) 28

(四)Puma(德国) 28

(五)Fila(意大利) 28

(六)Mizuno(日本) 29

(七)UMBRO(英国) 29

(八)Kappa(意大利) 29

(九)DIADORA(意大利) 29

(十)LOTTO(意大利) 29

三、世界鞋类产业市场竞争分析 30

第二节 2016年世界鞋类主要国家行业发展情况分析 31

一、欧洲鞋类的发展概况 31

三、美国鞋类的发展概况 32

三、日本鞋类的发展概况 32

第三节 2016年世界鞋类产业发展趋势分析 33

一、趋势一：规模化 33

二、趋势二：专业化 33

三、趋势三：整合化 33

四、趋势四：虚拟化 34

第三章 2016年中国鞋类行业总体情况分析 35

第一节 2016年中国鞋类行业发展现状分析 35

一、中国鞋类经济运行情况分析 35

二、国内鞋类行业特征分析 35

三、我国鞋类行业发展趋势 36

第二节 2016年中国鞋类行业面临的挑战 36

一、中国鞋类工业发展瓶颈 36

二、中国鞋类行业发展存在的问题分析 37

第三节 2016年中国鞋类行业发展对策分析 37

一、优化调整结构，合理布局，走可持续发展道路 37

二、建立自主创新机制，加大科技投入，加强质量标准工作 37

三、实施名牌战略，做好真皮标志工作，为争创国际名牌创造条件 38

四、以制鞋特色区域为基础，促进产业结构调整 and 增长方式转变 38

五、推进节能降耗，强化环保 38

第四章 2013-2016年中国鞋类行业供应分析 39

第一节 中国鞋类行业生产现状分析 39

一、中国鞋类生产发展概述 39

二、中国鞋类生产格局分析 39

三、2016年鞋类总产值分析 39

第二节 中国鞋类生产中存在的问题分析 40

- 一、目前我国鞋业生产能力过剩 40
- 二、中国虽然是制鞋业的大国，但却并非强国 40
- 三、科研和教育滞后 40

第三节 2017-2022年鞋类供应形势及预测 41

第五章 中国鞋类消费市场分析 42

第一节 2013-2016年鞋类消费者特征分析 42

- 一、人口结构分析 42
- 二、年龄结构分析 42

第二节 2013-2016年鞋类消费者对鞋类选择的调查 43

- 一、消费者对鞋类种类的选择率调查 43
- 二、消费者对鞋类品牌选择的调查 43
- 三、消费者对鞋类消费满意度调查 44

第三节 2013-2016年鞋类行业影响消费者选购因素分析 44

- 一、价格因素 44
- 二、质量因素 45
- 三、品牌的影响 45
- 四、广告的影响程度 46

第四节 2013-2016年鞋类市场消费者渠道分析 46

- 一、消费者认知产品渠道 46
- 二、消费者鞋类产品的购买渠道选择 47

第六章 鞋类行业经济运行分析 48

第一节 2013-2016年鞋类产量分析 48

- 一、2010-2012年鞋类产量分析 48
- 二、2016年鞋类产量分析 48

第二节 2013-2016年鞋类行业分析 49

- 一、销售收入前十家企业分析 49
- 二、2016年鞋类行业主要经济指标分析 49

第三节 2013-2016年我国鞋类行业绩效分析 50

- 一、2011-2016年行业规模情况 50
- 二、2011-2016年行业盈利能力 50

三、2011-2016年行业经营发展能力 50

四、2011-2016年行业偿债能力分析 51

第七章 中国鞋类行业营销分析 52

第一节 中国鞋类营销概述 52

一、鞋类业营销环境分析 52

二、鞋类营销的产生与发展 52

三、中国鞋类市场营销的主要影响因素 54

四、中国鞋类市场营销的基础和优势分析 55

(一)内地鞋业市场的竞争分三个层面 55

(二)鞋类消费市场升级换代 55

(三)市场竞争的加剧促使了市场的进一步细分 55

第二节 鞋类品牌营销分析 56

一、国内鞋业企业实施品牌战略的现状 56

二、国内鞋业企业实施品牌战略存在的问题分析 56

(一)与国际品牌整体差距明显 56

(二)品牌资源缺乏 57

(三)自我保护意识淡薄 57

(四)品牌战略意识不强，营销手段单一 57

三、国内鞋业企业实施品牌战略的对策分析 57

(一)建立品牌战略的管理平台，树立现代品牌管理观念 57

(二)采取有效的品牌管理措施 58

第三节 鞋类营销渠道分析 59

一、鞋类的营销渠道定位 59

二、鞋类的渠道销售策略分析 60

(一)销售渠道的类型选择 60

(二)中间商的选择 62

三、鞋类营销渠道分析 63

(一)零售商渠道 63

(二)专卖店渠道 64

(三)新营销渠道 65

第四节 中国鞋类国际营销分析 65

- 一、国内鞋业企业实施品牌战略的现状 65
- 二、实施多重品牌战略 66
- 三、中国鞋类的全球化发展及对策 67
- 四、鞋类对外贸易中应强化政府作用 67
- 第五节 鞋类营销对策分析 68
 - 一、内销拓展：一场思想理念和渠道建设的革命 68
 - 二、营销创新：从“制造思想”转为“零售他方思想” 69
 - 三、商场之战：定位之本与终端快速成长机制 69
 - 四、根本变革：“零售时代”和“网络时代”来临 70

第八章 中国鞋类产业市场竞争策略建议 72

第一节 中国鞋类产业竞争战略建议 72

- 一、营销战略选择建议 72
- 二、产业升级策略建议 73
- 三、产业转移策略建议 74
- 四、价值链定位建议 74

第二节 中国鞋类市场竞争策略建议 75

- 一、市场定位策略建议 75
- 二、产品开发策略建议 75
- 三、渠道竞争策略建议 76
- 四、品牌竞争策略建议 77
- 五、价格竞争策略建议 78
- 六、客户服务策略建议 79

第九章 鞋类行业细分市场运行形势剖析 80

第一节 细分行业皮鞋市场分析 80

- 一、细分行业运行环境分析 80
- 二、细分行业运行基本数据分析 81
- 三、产品价格分析 81
- 四、区域市场分析 82
- 五、该领域对鞋类行业发展影响 82

第二节 细分行业运动鞋市场分析 83

- 一、细分行业运行环境分析 83
- 二、细分行业运行基本数据分析 83
- 三、产品价格分析 84
- 四、区域市场分析 84
- 五、该领域对鞋类行业发展影响 84

第三节 细分行业布鞋市场分析 85

- 一、细分行业运行环境分析 85
- 二、产品价格分析 85
- 三、区域市场分析 86
- 四、该领域对鞋类行业发展影响 86

第十章 2017-2022年中国鞋类产业投资价值研究 87(ZY WZY)

第一节 2017-2022年中国鞋类行业投资环境分析 87

- 一、中国制鞋业的产业转型和转移 87
- 二、产业布局更趋合理 87
- 三、内销市场不断扩大 88
- 四、创立品牌拓展国际市场 88

第二节 2017-2022年中国鞋类投资机会分析 88

- 一、区域投资热点分析 88
- 二、投资潜力分析 89

第三节 2017-2022年中国鞋类行业投资风险预警 89

- 一、政策风险预警 89
 - (一)政策风险分析 89
 - (二)防御政策风险措施 90
- 二、技术风险预警 90
 - (一)技术、产品更新不及时的风险 90
 - (二)核心技术人员流失的风险 90
- 三、行业竞争风险预警 90
 - (一)鞋类茶品恶性竞争 90
 - (二)诚信在竞争中重要地位 91

第四节 专家投资观点 91

- 一、主要产区发展优势 91

(一)福建鞋业概况	91
(二)广东鞋业概况	92
(三)浙江鞋业概况	94
二、建议企业扩大鞋类出口策略	94
三、鞋类行业投资战略研究	95
第五节 2017-2022年鞋类市场预测	95
一、2017-2022年皮鞋产量预测	95
二、2017-2022年鞋类市场规模预测	96

部分图表目录：

图表 1：我国鞋类行业的产能分布	1
图表 2：2016年鞋类总产值分析	2
图表 3：2017-2022年鞋类市场规模预测	3
图表 4：我国鞋类行业的产能分布	14
图表 5：世界鞋类生产布局	20
图表 6：2016年鞋类总产值分析	36
图表 7：消费者对鞋类种类的选择率调查	40
图表 8：消费者对鞋类品牌选择的调查	40
图表 9：消费者对鞋类消费满意度调查	41
图表 10：影响消费者选购价格因素调查	41
图表 11：影响消费者选购质量因素调查	42
图表 12：影响消费者选购品牌因素调查	42
图表 13：影响消费者选购广告因素调查	43
图表 14：鞋类市场消费者了解产品渠道	44
图表 15：消费者鞋类产品购买渠道选择	44
图表 16：2016年皮鞋产量区域分析	45
图表 17：营销环境分析	49
图表 18：零售商营销渠道示意图	60
图表 19：专卖店营销渠道示意图	61
图表 20：新营销渠道示意图	62
图表 21：区域市场分析	83
图表 22：2017-2022年我国皮鞋产量预测	93

图表 23：2017-2022年鞋类市场规模预测 94

表格目录

表格 1：2011-2016年行业规模情况 2

表格 2：2011-2016年我国皮鞋产量分析 3

表格 3：2017-2022年鞋类市场规模 3

表格 4：我国鞋类行业生产标准 19

表格 5：主要国家产品价格分析 24

表格 6：主要国家鞋类产品市场均价分析 24

表格 7：2010-2012年人口结构分析 39

表格 8：2010-2012年年龄结构分析 39

表格 9：2011-2016年我国皮鞋产量分析 45

表格 10：我国皮鞋前十家生产企业 46

表格 11：我国运动鞋前十家生产企业 46

表格 12：2011-2016年行业规模情况 47

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/774128Y8LP.html>