

中国制鞋产业竞争态势与投资前景分析报告（2013-2017）

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《中国制鞋产业竞争态势与投资前景分析报告（2013-2017）》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/xiema/143162143162.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

制鞋行业是典型的劳动密集型行业。中国的鞋类分为皮鞋、布鞋、胶鞋、塑料鞋（化学鞋），称为四鞋。随着社会的进步和科学技术的发展，人们对鞋的穿用要求越来越高，而四种鞋从原料、辅料、加工装配工艺、款式、功能都在渗透，互相借鉴，取长补短，又互相竞争和冲击。因此促使鞋的造型款式、结构用料、功能等方面都在日新月异的变化。纵观中国的制鞋行业，随着一些地区产业链的不断完善，逐渐发挥出集群效应的优势，形成四大特色区域：一是以广州、东莞、惠东等地为代表的广东鞋业基地，主要生产中高端鞋；二是以温州、台州等地为代表的浙江鞋业基地，主要是生产中低档鞋；三是以成都、重庆为代表的西部鞋业基地，主要生产女鞋；四是以福建泉州、晋江等地为代表的鞋业生产基地，主要生产运动鞋。从贴牌加工到自创品牌，从照搬照抄到自成一体，中国制鞋业在摸爬滚打中走出了颇具特色的发展道路。中国制鞋企业在规模扩张、品牌建设、制造工艺等方面得到了大幅改善或提升。近几年，中国每年生产各种鞋超过100亿双，占全球制鞋总量的近70%，是世界最大的鞋类制造基地，也是世界上最大的鞋类出口国。

中国报告网发布的《中国制鞋产业竞争态势与投资前景分析报告（2013-2017）》共十七章。首先介绍了制鞋相关概述、中国制鞋市场运行环境等，接着分析了中国制鞋市场发展的现状，然后介绍了中国制鞋重点区域市场运行形势。随后，报告对中国制鞋重点企业经营状况分析，最后分析了中国制鞋行业发展趋势与投资预测。您若想对制鞋产业有个系统的了解或者想投资制鞋行业，本报告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。

第一章 制鞋行业相关概述

1.1 鞋的分类

1.1.1 按功能区分

1.1.2 按穿用对象分

1.1.3 按鞋结构分

1.1.4 其他分类

1.2 制鞋基本介绍

1.2.1 制鞋主要材料

1.2.2 制鞋主要工艺

1.2.3 制鞋流程介绍

1.3 主要鞋品简介

1.3.1 胶鞋

1.3.2 皮鞋

1.3.3 纺织面料鞋

1.3.4 塑料鞋

1.3.5 运动鞋

1.3.6 休闲鞋

第二章 2012年国际制鞋行业分析

2.1 2012年世界制鞋行业发展概况

2.1.1 世界制鞋产业格局

2.1.2 全球制鞋行业发展特点

2.1.3 全球制鞋业重心逐渐转移

2.1.4 世界鞋类消费市场分析

2.2 意大利

2.2.1 2009年意大利制鞋业发展状况分析

2.2.2 2010年意大利鞋业逐步回暖

2.2.3 2011年意大利制鞋行业出口状况

2.2.4 意大利制鞋企业青睐中国高端市场

2.2.5 意大利鞋业的主要竞争优势

2.2.6 意大利制鞋业发展策略

2.3 西班牙

2.3.1 西班牙制鞋行业概述

2.3.2 2010年西班牙制鞋业出口保持增长

2.3.3 2011年西班牙制鞋业出口状况简析

2.3.4 西班牙制鞋业加大中国市场开拓力度

2.4 印度

2.4.1 印度制鞋业发展概述

2.4.2 印度制鞋业的主要特征

2.4.3 投资印度鞋业的注意事项

2.5 越南

2.5.1 2010年越南鞋类产品出口市场分析

2.5.2 2011年越南鞋类产品出口状况分析

2.5.3 2012年越南鞋类产品出口态势

2.5.4 越南鞋业地位逐渐上升

2.5.5 越南制鞋业竞争激烈

2.5.6 越南鞋业市场增长预测

2.5.7 越南制鞋业的发展目标

2.6 美国

2.6.1 美国鞋类市场概述

2.6.2 美国鞋业市场消费分析

2.6.3 美国鞋类市场主要销售渠道

2.6.4 2009年美国鞋类市场生理鞋销售火热

2.6.5 2010年美国加州皮革制鞋设立新标准

2.6.6 2011年美国鞋业进口状况简析

2.7 其他国家

2.7.1 泰国

2.7.2 俄罗斯

2.7.3 日本

2.7.4 印尼

2.7.5 巴西

2.7.6 阿根廷

2.7.7 哥伦比亚

2.7.8 土耳其

第三章 2012年中国制鞋行业市场分析

3.1 2012年中国制鞋行业发展综合状况

3.1.1 中国制鞋行业发展概况

3.1.2 中国制鞋产业转移及升级发展概况

3.1.3 2010年中国制鞋行业生存状况

3.1.4 2011年中国制鞋行业发展大事记

3.1.5 2012年中国制鞋业市场规模状况

3.1.6 中国制鞋业的发展路径分析

3.1.7 中国制鞋工业向数字化发展挺进

3.2 2012年中国鞋类市场运行分析

3.2.1 中国鞋业市场成新宠

3.2.2 中国鞋类零售市场分析

3.2.3 中国鞋类市场外贸企业转向内销浅析

3.2.4 中国鞋类市场中小企业的品牌定位分析

3.3 2010-2012年中国制鞋行业网上交易分析

3.4 2012年中国制鞋行业竞争分析

3.4.1 中国制鞋行业与世界制鞋行业竞争优劣势比较

3.4.2 中国鞋行业竞争主要分流

3.4.3 中国鞋企网络领域竞争激烈

3.4.4 工资水平快速增长对中国鞋业竞争力的影响分析

3.4.5 中国鞋行业竞争未来走向

3.5 中国制鞋行业发展存在的问题

3.6 中国制鞋行业发展策略建议

第四章 中国制鞋行业财务状况分析

4.1 中国皮鞋制造行业财务状况

4.1.1 2010-2012年中国皮鞋制造行业经济规模

4.1.2 2010-2012年中国皮鞋制造行业盈利能力指标分析

4.1.3 2010-2012年中国皮鞋制造行业营运能力指标分析

4.1.4 2010-2012年中国皮鞋制造行业偿债能力指标分析

4.2 中国橡胶靴鞋制造行业财务状况

4.2.1 2010-2012年中国橡胶靴鞋制造行业经济规模

4.2.2 2010-2012年中国橡胶靴鞋制造行业盈利能力指标分析

4.2.3 2010-2012年中国橡胶靴鞋制造行业营运能力指标分析

4.2.4 2010-2012年中国橡胶靴鞋制造行业偿债能力指标分析

4.3 中国纺织面料鞋的制造行业财务状况

4.3.1 2010-2012年中国纺织面料鞋的制造行业经济规模

4.3.2 2010-2012年中国纺织面料鞋的制造行业盈利能力指标分析

4.3.3 2010-2012年中国纺织面料鞋的制造行业营运能力指标分析

4.3.4 2010-2012年中国纺织面料鞋的制造行业偿债能力指标分析

第五章 2011-2012年中国皮鞋行业发展分析

5.1 2011-2012年中国皮鞋行业发展综述

5.1.1 中国皮鞋行业生产力重心转向西部

5.1.2 2011年3月欧盟对华皮鞋反倾销终止

5.1.3 2011年中国皮鞋行业经济运行状况

5.1.4 2012年中国皮鞋进出口情况

5.1.5 2012年中国皮鞋行业发展形势分析

5.1.6 影响中国皮鞋行业经济发展的因素

5.2 2010-2012年中国皮革鞋靴产量数据分析

5.2.1 2010年1-12月全国及主要省份皮革鞋靴产量分析

5.2.2 2011年1-12月全国及主要省份皮革鞋靴产量分析

5.2.3 2012年全国及主要省份皮革鞋靴产量分析

5.3 中国皮鞋市场重点企业对比分析

5.3.1 品牌知名度和接受度分析

5.3.2 国内重点皮鞋企业市场份额状况

5.3.3 重点区域对比状况

5.3.4 重点企业产品对比状况

5.3.5 终端销售能力对比分析

5.4 中国皮鞋消费市场及发展趋势

5.4.1 皮鞋消费市场状况分析

5.4.2 皮鞋产业消费场所分析

5.4.3 消费升级影响皮鞋制造业

5.4.4 皮鞋消费市场空间及发展趋势分析

5.5 中国皮鞋行业区域市场分析

5.5.1 贵州六盘水皮鞋行业发展分析

5.5.2 浙江嘉兴石门镇皮鞋产业发展状况

5.5.3 浙江桐乡市皮鞋行业发展综况

5.5.4 丹阳市皮鞋行业以中档女鞋为主导产品

5.5.5 山东蓝村皮鞋产业振兴富民

第六章 2012年胶鞋行业发展分析

6.1 全球胶鞋工业发展分析

6.1.1 世界胶鞋工业发展历程

6.1.2 世界胶鞋的品种发展

6.1.3 世界胶鞋制造重心的转移

6.1.4 国际胶鞋制造业的发展措施

6.1.5 国外胶鞋制造理论推动胶鞋性能改进

6.2 2012年中国胶鞋行业发展综述

6.2.1 中国胶鞋行业发展概况

6.2.2 中国胶鞋标准化工作进展分析

6.2.3 中国胶鞋工业技术进步

6.2.4 2011年中国胶鞋安全技术规范实施

6.3 2010-2012年6月中国胶鞋工业发展分析

6.3.1 2010年中国胶鞋工业发展状况

6.3.2 2011年中国胶鞋行业运行状况

6.3.3 影响2011年胶鞋行业发展的因素

6.3.4 2012年中国胶鞋行业发展态势

6.4 中国胶鞋行业与国际先进水平的差距

6.4.1 科研技术差距

6.4.2 品牌差距

6.4.3 环保差距

6.4.4 新型制鞋材料开发差距

6.5 中国胶鞋行业发展存在的问题与对策

第七章 2012年运动鞋行业发展分析

7.1 中国运动鞋市场发展概况

7.1.1 中国运动鞋市场概述

7.1.2 中国运动鞋市场格局简述

7.1.3 中国运动鞋市场的纵横发展特点

7.1.4 中国运动鞋市场的需求分析

7.1.5 中国运动鞋企业渠道扩张热潮

7.1.6 国内运动鞋品牌时尚发展路线

7.2 2012年中国运动鞋行业分析

7.2.1 2011年国内运动鞋服市场关注度分析

7.2.2 2011年国内运动鞋市场发展态势

7.2.3 2012年国内运动鞋企的上市之路

7.2.4 2012年运动鞋行业新标准获批

7.3 2012年各地区运动鞋市场分析

7.3.1 晋江运动鞋企加快扩张步伐

7.3.2 晋江中小型运动鞋企着力开发乡镇市场

7.3.3 2011年泉州运动鞋出口量创新高

7.3.4 2011年泉州建立运动鞋底技术研究中心

7.3.5 2012年成都休闲运动鞋出口美国

7.4 运动鞋市场竞争分析

7.4.1 中国运动鞋领域两大品牌竞争比较分析

7.4.2 中国与国外运动鞋企科技实力竞争透视

7.4.3 国内运动鞋品牌与国际品牌的竞争差距

7.4.4 中国运动鞋市场品牌竞争特点

7.5 运动鞋行业发展存在的问题及措施

7.5.1 运动鞋行业面临高成本压力

7.5.2 国内运动鞋企业振兴策略

7.5.3 运动鞋企应对国内市场购买力差异化的措施

7.5.4 拓展运动鞋消费市场的建议

7.5.5 国产运动鞋企业发展应走自主品牌构建道路

7.5.6 中小运动鞋企业市场渠道优化分析

7.6 运动鞋未来发展趋势

7.6.1 产品环境的友好化和无害化

7.6.2 时尚化与正装化

7.6.3 专业化

7.6.4 标准化

7.6.5 科技含量越来越高

第八章 2012年休闲鞋行业发展分析

8.1 休闲鞋行业发展综述

8.1.1 国际休闲鞋行业发展成熟度分析

8.1.2 中国休闲鞋产业发展概况

8.1.3 中国休闲鞋行业产能分析

8.1.4 中国休闲鞋行业成本结构分析

8.1.5 休闲鞋产业的延伸分析

8.2 2012年中国休闲鞋市场分析

8.2.1 中国休闲鞋市场概述

8.2.2 中国休闲鞋区域市场分析

8.2.3 中国两大休闲鞋市场竞争概况

8.3 2012年中国休闲鞋市场供需分析

8.3.1 中国休闲鞋消费需求特征

8.3.2 休闲鞋行业供需状况

8.3.3 影响休闲鞋行业供需关系的主要因素

8.4 中国休闲鞋业发展存在的问题

8.5 中国休闲鞋业发展对策

第九章 2012年制鞋业其他细分产品的发展

9.1 2012年中国布鞋产业发展分析

9.1.1 保健性布鞋消费群体分析

9.1.2 手工布鞋重新受市场青睐

9.1.3 老北京布鞋行业概述

9.1.4 中国布鞋行业国标发布实施

9.1.5 2012年中国布鞋热销海外市场

9.1.6 山东省莱阳布鞋产业崛起

9.1.7 中国布鞋业存在的问题及出路

9.2 2012年中国女鞋产业发展分析

9.2.1 中国女鞋产业发展概况

9.2.2 中国女鞋行业的竞争格局分析

9.2.3 时尚女鞋制造业发展企稳回升

9.2.4 影响女鞋市场销售的因素

9.2.5 中国高端女鞋成功崛起的因素分析

9.2.6 2014年中国女鞋市场规模预测

9.3 2012年中国童鞋产业发展分析

9.3.1 中国童鞋产业发展概况

9.3.2 童鞋行业品牌渠道建设发展综述

9.3.3 中国童鞋制造业迎来黄金发展期

9.3.4 国内童鞋行业的发展升级之路

9.3.5 中国童鞋品牌缺失问题分析

9.3.6 中国童鞋企业的发展对策

9.3.7 中国童鞋产业品牌发展新导向

9.3.8 中国童鞋市场发展潜力巨大

第十章 2012年广东省制鞋业分析

10.1 2012年广东制鞋行业的发展

10.1.1 广东鞋业的发展状况

10.1.2 广东皮革鞋业发展成绩显著

10.1.3 广东制鞋业的转移态势分析

10.1.4 广东省鞋业突破“绿色壁垒”

10.1.5 广东鞋业发展存在的问题

10.1.6 广东制鞋业成本压力增大

10.1.7 广东制鞋行业发展措施建议

10.2 2012年广州制鞋业分析

10.2.1 广州制鞋业的发展回顾

10.2.2 2011年广州市鞋类产品质量抽查结果分析

10.2.3 广州鞋业批发市场发展分析

10.2.4 广州鞋业亟待转型升级

10.3 2012年东莞制鞋业分析

10.3.1 东莞鞋业发展现状及其转型升级

10.3.2 2010-2011年东莞厚街制鞋业经营状况

10.3.3 东莞厚街传统制鞋业步入电商时代

10.3.4 制约东莞制鞋行业发展的因素

10.3.5 东莞制鞋业未来发展趋势

10.4 其他区域分析

10.4.1 惠东制鞋行业产业集群发展分析

10.4.2 惠东制鞋业的发展成就

10.4.3 鹤山鞋业发展综述

第十一章 2012年其他制鞋区域发展分析

11.1 2012年浙江温州制鞋业分析

11.1.1 温州制鞋业发展优劣势

11.1.2 温州鞋业发展状况回顾

11.1.3 2011年温州制鞋行业的发展状况

11.1.4 2012年温州鞋革行业运行分析

11.1.5 温州鞋业运行中存在的主要问题

11.1.6 温州制鞋业发展对策与建议

11.1.7 温州鞋业未来发展之路

11.2 2012年福建泉州制鞋业分析

11.2.1 泉州制鞋产业发展的优势

11.2.2 泉州鞋业的发展特点

11.2.3 泉州鞋企转型试水女鞋生产

11.2.4 泉州鞋业受海外市场亲睐

11.2.5 “十二五”泉州鞋业发展目标

11.3 2012年福建晋江制鞋业分析

11.3.1 晋江鞋业发展概况

11.3.2 电子商务对晋江鞋业发展的作用分析

11.3.3 晋江制鞋产业品牌链发展成就

11.3.4 2011年晋江制鞋业产值突破六百亿

11.3.5 晋江鞋业发展存在的问题

11.3.6 晋江鞋业亟需提高核心竞争力

11.4 2012年四川成都制鞋业分析

11.4.1 成都制鞋业发展优劣势

11.4.2 成都制鞋产业的发展概况

11.4.3 成都武侯制鞋业的发展状况

11.4.4 成都制鞋业发展保障措施

11.4.5 成都制鞋业步入复苏式发展轨道

11.5 其他

11.5.1 重庆璧山制鞋业运行情况

11.5.2 温岭制鞋业发展状况及问题对策分析

11.5.3 河南周口制鞋行业的发展状况

11.5.4 福建石狮制鞋行业的发展概况

第十二章 2012年中国鞋业市场营销分析

12.1 2012年中国鞋业市场营销概况

- 12.1.1 中国鞋行业品牌营销模式变化分析
- 12.1.2 中国鞋类行业分销渠道尾货市场兴起
- 12.1.3 中国鞋类企业体育营销战激烈
- 12.1.4 鞋类市场“快时尚”营销分析
- 12.1.5 国内鞋类企业开启草根营销模式
- 12.1.6 中国中小鞋企经营思路浅析
- 12.2 2012年中国鞋行业销售终端模式分析
 - 12.2.1 批发
 - 12.2.2 专卖店
 - 12.2.3 厂家直营店
 - 12.2.4 专业店
 - 12.2.5 B2C网上直销
- 12.3 2012年中国鞋业大事件营销亮点分析
 - 12.3.1 2012年名鞋库借势欧洲杯整合立体营销
 - 12.3.2 2012年伦敦奥运会中国鞋业营销新特点
 - 12.3.3 2012年伦敦奥运中国鞋业营销战盘点
- 12.4 2012年中国鞋业细分市场营销分析
 - 12.4.1 休闲鞋市场营销分析
 - 12.4.2 童鞋市场营销分析
 - 12.4.3 皮鞋市场网络营销分析
 - 12.4.4 老年鞋业的营销战略分析
- 12.5 中国鞋业市场营销策略分析
 - 12.5.1 中国鞋业市场五大营销策略
 - 12.5.2 中国鞋市场差异化营销战略分析
 - 12.5.3 中国鞋类市场的音乐营销策略
 - 12.5.4 中国鞋类企业应组建多元化的销售渠道
 - 12.5.5 中国鞋类市场情感营销策略分析
 - 12.5.6 中国鞋类企业网络营销须遵循三大原则
- 第十三章 2012年中国鞋类出口分析
 - 13.1 2009-2012年中国鞋类产品出口分析
 - 13.1.1 中国制鞋行业出口总体分析
 - 13.1.2 2009年中国鞋类产品出口状况
 - 13.1.3 2010年中国鞋类产品出口状况分析
 - 13.1.4 2011年中国鞋类产品出口状况分析
 - 13.1.5 2012年中国鞋类产品出口状况

13.2 2012年中国鞋类主要出口市场分析

13.2.1 美国

13.2.2 欧盟

13.2.3 日本

13.2.4 俄罗斯

13.2.5 意大利

13.3 2012年中国鞋类区域市场出口分析

13.3.1 广东

13.3.2 山东

13.3.3 四川

13.3.4 江西

13.3.5 河南

13.4 中国鞋类出口面临的挑战及对策建议

13.4.1 中国鞋业出口面临的主要挑战

13.4.2 中国鞋业出口相关措施建议

13.4.3 促进中国鞋类出口良性发展的策略

13.4.4 提升中国鞋类产品出口竞争力的战略思路

13.4.5 中国中小鞋类企业的出口战略分析

第十四章 2012年制鞋业关联产业分析

14.1 2012年毛皮及皮革行业运行状况

14.1.1 中国毛皮行业发展概述

14.1.2 中国主要毛皮市场分析

14.1.3 2011年中国皮革行业的发展综述

14.1.4 2012年皮革及制鞋行业高位运行

14.1.5 2012年中国皮革行业进出口关税特点

14.1.6 中国皮革未来发展趋势

14.2 2012年橡胶行业运行状况

14.2.1 中国制鞋行业的用胶概况

14.2.2 中国天然橡胶市场供需分析

14.2.3 2011年天然橡胶市场发展行情

14.2.4 2011年中国合成橡胶生产状况

14.2.5 2012年上半年中国橡胶市场综述

14.2.6 中国橡胶工业面临的挑战及对策

14.2.7 中国再生胶行业发展策略

第十五章 2010-2012年皮鞋类重点企业调研分析

15.1 百丽

15.1.1 公司发展状况分析

15.1.2 2010年1-12月百丽国际经营状况分析

15.1.3 2011年1-12月百丽国际经营状况分析

15.1.4 2012年百丽国际经营状况分析

15.1.5 百丽开创中国全网营销时代

15.2 达芙妮

15.2.1 公司发展状况分析

15.2.2 2010年1-12月达芙妮国际经营状况分析

15.2.3 2011年1-12月达芙妮国际经营状况分析

15.2.4 2012年达芙妮国际经营状况分析

15.2.5 达芙妮收购Full Pearl扩充高端品牌

15.3 星期六

15.3.1 公司发展状况分析

15.3.2 2010年1-12月星期六经营状况分析

15.3.3 2011年1-12月星期六经营状况分析

15.3.4 2012年星期六经营状况分析

15.3.5 2012年星期六正式收购海普制鞋

15.4 奥康

15.4.1 公司发展状况分析

15.4.2 奥康营销模式变更历程

15.4.3 奥康收购意大利鞋业品牌赴意设研发采购中心

15.4.4 奥康旗下品牌格局状况

15.5 康奈

15.5.1 公司发展状况分析

15.5.2 康奈集团积极开拓海外市场

15.5.3 康奈集团发展状况及战略布局

15.5.4 康奈的高端品牌战略分析

15.6 红蜻蜓

15.6.1 公司发展状况分析

15.6.2 红蜻蜓销售终端模式变革分析

15.6.3 红蜻蜓参与中国鞋业多项标准的制定

15.6.4 红蜻蜓打造“鞋品类生产基地”抢占市场制胜点

15.7 其他皮鞋企业

15.7.1 蜘蛛王

15.7.2 金猴

15.7.3 亨达

15.7.4 意尔康

第十六章 2010-2012年运动鞋类重点企业调研分析

16.1 耐克

16.1.1 公司发展状况分析

16.1.2 2010财年耐克经营状况

16.1.3 2011财年耐克经营状况

16.1.4 2012财年耐克经营状况

16.2 阿迪达斯

16.2.1 公司发展状况分析

16.2.2 阿迪达斯旗下品牌介绍

16.2.3 2010年阿迪达斯经营状况

16.2.4 2011年阿迪达斯经营状况

16.2.5 2012年阿迪达斯经营状况

16.3 彪马

16.3.1 公司发展状况分析

16.3.2 2010年彪马经营状况

16.3.3 2011年彪马经营状况

16.3.4 2012年彪马经营状况

16.4 李宁

16.4.1 公司发展状况分析

16.4.2 2010年1-12月李宁经营状况分析

16.4.3 2011年1-12月李宁经营状况分析

16.4.4 2012年李宁经营状况分析

16.5 安踏

16.5.1 公司发展状况分析

16.5.2 2009年安踏经营状况分析

16.5.3 2010年1-12月安踏经营状况分析

16.5.4 2011年1-12月安踏体育经营状况分析

16.6 特步

16.6.1 公司发展状况分析

16.6.2 2009年特步经营状况分析

16.6.3 2010年1-12月特步国际经营状况分析

16.6.4 2011年1-12月特步国际经营状况分析

第十七章 中国制鞋行业投资分析及前景预测

17.1 中国制鞋行业投资机遇分析

17.1.1 中国鞋行业受投资者关注

17.1.2 中国鞋行业投资前景看好

17.1.3 中国鞋业发展迎来良好时机

17.1.4 中国鞋类消费市场空间大

17.1.5 未来三四线市场将成鞋企的投资目标

17.2 中国制鞋行业投资存在的风险

17.2.1 中国制鞋行业投资风险

17.2.2 中国制鞋业投资面临产能过剩危机

17.2.3 中国制鞋企业面临经营风险

17.3 中国制鞋行业的发展前景

17.3.1 未来中国制鞋行业发展趋势

17.3.2 中国制鞋业的未来发展新模式

17.3.3 中国制鞋市场的发展展望

17.3.4 中国鞋业品牌的发展方向分析

17.3.5 未来中国制鞋产业技术发展分析

17.4 2013-2017年中国制鞋行业预测分析

17.4.1 2013-2017年皮鞋制造行业预测分析

17.4.2 2013-2017年橡胶靴鞋行业预测分析

17.4.3 2013-2017年纺织面料鞋行业预测分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiemao/143162143162.html>