

中国制鞋市场深度调研及投资价值评估报告（2012-2016）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国制鞋市场深度调研及投资价值评估报告（2012-2016）》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/138793138793.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

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。2011年，中国共出口鞋类产品417.2亿美元，比2010年增长17.1%。在亚洲和拉美地区（中国，印度，巴西，墨西哥，越南以及其他地区，也包括俄罗斯），随着经济转型发展和人口增长，大量新兴的中级消费者对鞋类产品的需求日益增加。新兴经济体拥有大量的人口规模，鞋类产品消费群体十分庞大，且随着经济高速增长下人均可支配收入的大幅增长，消费群体规模还在快速增长。“十二五”是中国调整产业结构、转变经济发展方式的关键时期，制鞋行业经过快速发展后，以往传统追求数量扩张、低价竞争的发展模式已经不能在国际市场上占据优势，在经济转型大背景下，提升技术水平和提高产品质量将是制鞋行业未来发展的必然趋势。

中国报告网发布的《中国制鞋市场深度调研及投资价值评估报告（2012-2016）》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 2011-2012年国际制鞋行业市场分析

2.1 2011-2012年世界制鞋行业发展概况

2.2 意大利

2.3 西班牙

2.4 葡萄牙

2.5 印度

2.6 越南

2.7 美国

2.8 其他国家

2.8.1 泰国制鞋行业遭遇严重冲击

2.8.2 俄罗斯鞋业市场发展状况

2.8.3 日本鞋业进口状况

2.8.4 众多鞋企发力印尼市场

2.8.5 巴西鞋业市场发展分析

2.8.6 阿根廷鞋业发展状况

2.8.7 墨西哥鞋业出口状况分析

2.8.8 哥伦比亚鞋类产品市场分析

第三章 2011-2012年中国制鞋行业市场调研分析

3.1 2011-2012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 中国制鞋行业生存状况

3.1.4 中国制鞋行业发展大事记

3.1.5 中国制鞋业的发展路径分析

3.1.6 中国制鞋工业向数字化发展挺进

3.2 2011-2012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 2011-2012年中国制鞋行业竞争分析

3.5 2011-2012年中国制鞋行业发展存在的问题

3.6 2011-2012年中国制鞋行业发展策略建议

第四章 中国制鞋行业主要运行数据分析

4.1 2010-2012年中国皮鞋制造行业财务状况

4.2 2010-2012年中国橡胶靴鞋制造行业财务状况

4.3 2010-2012年中国纺织面料鞋行业财务状况

第五章 2011-2012年皮鞋行业市场分析

5.1 2011-2012年中国皮鞋行业发展分析

5.1.1 中国皮鞋行业生产力重心转向西部

5.1.2 2010年中国皮鞋行业经济运行状况

5.1.3 2011年3月欧盟对华皮鞋反倾销终止

5.1.4 2011年中国皮鞋进出口情况

5.1.5 2012年中国皮鞋产业发展现状

5.2 2010-2012年中国皮革鞋靴产量数据分析

5.3 2011-2012年中国皮鞋市场重点企业对比分析

5.4 中国皮鞋消费市场现状及发展趋势

5.5 2011-2012年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透析

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 2011-2012年胶鞋业市场分析

6.1 2011-2012年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 中国胶鞋行业发展分析

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开始实施

6.3 2010-2012年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 2012年中国胶鞋行业运行状况

6.4 2011-2012年中国胶鞋行业与国际先进水平的差距

6.5 2011-2012年中国胶鞋行业发展存在的问题与对策

第七章 2011-2012年运动鞋行业市场分析

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 2010-2012年中国运动鞋行业现状剖析

7.2.1 2010年中国户外运动鞋服领域迅速增长

7.2.2 2010年国内运动鞋企发展面临的困境及出路探析

7.2.3 2011年运动鞋企发展形势分析

7.2.4 2012年运动鞋行业发展状况

7.3 2011-2012年中国各地区运动鞋市场分析

7.3.1 北京运动鞋市场发展情况

7.3.2 泉州运动鞋企业发展状况

7.3.3 泉州运动鞋出口量创新高

7.3.4 晋江运动鞋企加快扩张步伐

7.3.5 晋江中小型运动鞋企着力开发乡镇市场

7.4 2011-2012年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 2011-2012年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 2011-2012年休闲鞋行业发展分析

8.1 2011-2012年休闲鞋行业发展分析

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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国休闲鞋业发展存在的问题

8.4.1 中国休闲鞋行业发展存在的主要问题

8.4.2 中国休闲鞋市场发展几大瓶颈

8.4.3 中国休闲鞋市场运行面临的困难

8.5 2011-2012年中国休闲鞋业发展对策

8.5.1 休闲鞋行业发展应遵循专业化方向

8.5.2 中国休闲鞋领域亟需创新

8.5.3 中国休闲鞋行业发展战略

8.5.4 中国休闲皮鞋产业品牌提升策略

第九章 2011-2012年鞋业其他主要细分发展分析

9.1 布鞋

9.2 女鞋

9.3 童鞋

第十章 2011-2012年广东制鞋业发展分析

- 10.1 2011-2012年广东制鞋行业概况
- 10.2 2011-2012年广州制鞋业的发展
- 10.3 2011-2012年东莞制鞋业概况
- 10.4 2011-2012年其他区域分析
 - 10.4.1 惠东制鞋行业产业集群发展分析
 - 10.4.2 “十一五”惠东鞋业的发展成就
 - 10.4.3 鹤山鞋业发展综述
- 第十一章 2011-2012年中国制鞋业其他区域分析
 - 11.1 浙江温州
 - 11.2 福建泉州
 - 11.3 福建晋江
 - 11.4 四川成都
 - 11.5 其他
 - 11.5.1 河南周口制鞋行业的发展状况
 - 11.5.2 福建石狮制鞋行业的发展概况
 - 11.5.3 重庆璧山制鞋业运行情况
 - 11.5.4 温岭制鞋业发展状况及问题对策分析
- 第十二章 2011-2012年中国鞋业市场营销分析
 - 12.1 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 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 中国鞋业细分市场营营销分析
 - 12.3.1 休闲鞋市场营销分析
 - 12.3.2 童鞋市场营销分析
 - 12.3.3 皮鞋市场网络营销分析

- 12.3.4 老年鞋业的营销战略分析
- 12.4 中国鞋业市场营销策略分析
 - 12.4.1 中国鞋业市场五大营销策略
 - 12.4.2 中国鞋市场差异化营销战略分析
 - 12.4.3 中国鞋类市场的音乐营销策略
 - 12.4.4 中国鞋类企业应组建多元化的销售渠道
 - 12.4.5 中国鞋类市场情感营销策略分析
 - 12.4.6 中国鞋类企业网络营销须遵循三大原则
- 第十三章 2011-2012年中国鞋类出口数据分析
 - 13.1 2010-2012年中国鞋类产品进出口状况分析
 - 13.1.1 2010年鞋类产品进出口数据
 - 13.1.2 2011年鞋类产品进出口数据
 - 13.1.3 2012年鞋类产品进出口数据
 - 13.2 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国鞋类出口面临的挑战及对策建议
- 第十四章 2011-2012年制鞋业关联产业市场分析
 - 14.1 毛皮及皮革行业
 - 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 2010年中国皮革工业运行概况
 - 14.1.4 2011年中国皮革行业的发展综述
 - 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 橡胶行业

14.2.1 橡胶概述

14.2.2 中国制鞋行业的用胶状况

14.2.3 中国天然橡胶市场供需现状分析

14.2.4 天然橡胶市场发展特点

14.2.5 中国合成橡胶行业经济运行状况

14.2.6 中国合成橡胶生产状况

14.2.7 中国橡胶工业面临的挑战及对策

14.2.8 中国再生胶行业发展策略

第十五章 2012年皮鞋类重点企业调研分析

15.1 百丽

15.1.1 公司简介

15.1.2 2010年百丽国际经营状况分析

15.1.3 2011年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 公司简介

15.2.2 2010年达芙妮国际经营状况分析

15.2.3 2011年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 公司简介

15.3.2 2010年星期六经营状况分析

15.3.3 2011年星期六经营状况分析

15.3.4 2012年星期六经营状况分析

15.4 奥康

15.4.1 集团简介

15.4.2 奥康营销模式变更历程

15.4.3 奥康将娱乐营销进行到底

15.4.4 奥康收购意大利鞋业品牌赴意设研发采购中心

15.4.5 奥康旗下品牌格局状况

15.5 康奈

15.5.1 集团简介

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 集团简介

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 富贵鸟

15.7.4 亨达

15.7.5 意尔康

第十六章 2012年运动鞋类重点企业调研分析

16.1 耐克

16.1.1 公司简介

16.1.2 耐克鞋企生产基地转移分析

16.1.3 2012财年耐克经营状况

16.2 阿迪达斯

16.2.1 公司简介

16.2.2 阿迪达斯旗下品牌介绍

16.2.3 2012年阿迪达斯经营状况

16.3 彪马

16.3.1 公司简介

16.3.2 2012年彪马经营状况

16.4 李宁

16.4.1 公司简介

16.4.2 2012年李宁经营状况分析

16.5 安踏

16.5.1 公司简介

16.5.2 2012年安踏经营状况分析

16.6 特步

16.6.1 公司简介

16.6.2 2012年特步国际经营状况分析

16.7 鸿星尔克

16.7.1 公司简介

16.7.2 鸿星尔克经营状况

16.7.3 鸿星尔克产品动态

16.7.4 鸿星尔克经营战略

第十七章 2012-2016年中国制鞋行业投资前景及发展趋势分析

17.1 2012-2016年中国制鞋行业投资分析

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 中国鞋类消费市场空间大

17.1.4 未来三四线市场将成鞋企的投资目标

17.1.5 中国制鞋行业投资风险

17.1.6 中国制鞋企业面临经营风险

17.2 2012-2016年中国制鞋行业的发展前景

17.2.1 未来中国制鞋行业发展趋势

17.2.2 中国制鞋业的未来发展新模式

17.2.3 中国制鞋市场的发展展望

17.2.4 中国鞋业品牌的发展方向分析

17.2.5 未来中国制鞋产业技术发展分析

17.3 2012-2016年中国制鞋行业预测分析

17.3.1 2012-2016年中国制鞋行业收入预测

17.3.2 2012-2016年中国制鞋行业利润预测

17.3.3 2012-2016年中国制鞋行业产值预测

17.3.4 2012-2016年中国制鞋行业产量预测

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/xiema/138793138793.html>