

2014-2020年中国女鞋市场 监测与发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国女鞋市场监测与发展趋势预测报告》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.cction.com/report/201407/110162.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中国制鞋业有着悠久的历史，随著改革开放的流潮，中国承接国际制鞋业的转移，一跃成为全球最大鞋业生产中心和销售中心，形成了十分完善的产业链和产业发展平台，并且已基本占据了全球中低端的鞋产品市场，而使传统的制鞋大国意大利、西班牙、葡萄牙等已放弃中低端市场，全部转向高端市场，南美巴西的制鞋业也开始转向高端市场。

在中国的鞋类市场中，女鞋是增长最快，最具市场占有率的品类。目前的女鞋市场已经发生了翻天覆地的变化，女鞋已经成为鞋类市场的重要部分，尤其是随着女性经济能力的提升以及对时尚需求的多变性，女性对鞋子的要求不断加大，中国市场上女鞋品牌也不断增多，达芙妮、他她女鞋、天意美等品牌成为市场的主流品偶。

由于欧美市场受金融海啸影响进口数量下降，而中国消费者对品牌的需求也日益旺盛，所以在未来的十年里，中国女鞋市场仍将呈现迅猛上升的趋势。耐克官网、阿迪达斯官网上的女鞋的占比不断上升。与自1996年开始，中国女鞋市场已经连续十年以12%的速度迅速增长，女鞋背后蕴藏着巨大的商机，以运动鞋为主的361度、安踏等品牌已经将女性运动鞋的研发生产作为重要部分，在阿迪王专卖店里，女性商品的陈列甚至被摆在最显眼的位置。

在国外，女鞋一直是经销商热抢的“蛋糕”之一，不过在中国却坐不起，尤其是中国昂贵的生产成本，品牌缺乏精细化的管理，产品的附加值难以提升，像热风女鞋之类的女鞋发展一直受到局限。为了突破发展，不少针对加盟商设定了扶持政策。妙丽女鞋从产品设计、生产、营销一条龙自主完成，产品最后直接一步到达加盟商手中。而百思图从店面选址、开业指导、形象管理、销售培训、广告支持、联动出校等防伪协助经销商打开发展困境。

本行业报告主要依据国家统计局、国家海关总署、中国商务部、国务院发展研究中心、中国轻工业协会、中国纺织工业协会、中国橡胶工业协会、中国皮革协会、全国女鞋工业信息中心、FOOTWEAR INDUSTRY OF AMERICA、FIA、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、《中外鞋业》、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据。本报告通过对我国制鞋产业以及各相关产业发展情况的进行了深入的剖析和预测，然后对女鞋产业以及各相关产业发展情况的进行了深入的剖析和预测。并重点介绍了国内各女鞋企业的成功经营模式，最后发展趋势及前景进行探讨和研判，并在前面大量分析、预测的基础上，提出了未来女鞋企业应采取的发展策略，为女鞋生产企业、外销企业、原料商、产品供应商、市场营运商以及计划投资女鞋行业的机构全面把握行业发展趋势、准确了解市场运行情况、正确制定企业竞争战略和投资策略提供决策依据。

报告目录

第一章 世界制鞋行业发展分析

第一节 世界制鞋发展分析

一、世界鞋业发展历程

二、世界制鞋格局

三、品牌格局——两类品牌经历不同的历史演变过程

四、世界三大休闲鞋品牌CIARKS、ECCO和GEOX的品牌经验

第二节 2013年俄罗斯鞋子市场概况

第三节 中国鞋出口俄罗斯市场分析

一、2013年温州鞋出口俄罗斯情况分析

二、俄罗斯入世后鞣制加工皮草进口税下降

三、2013年成都女鞋出口到俄罗斯再添一条新捷径

第二章 我国制鞋行业发展分析

第一节 我国制鞋行业发展历程及四大产业集群

一、我国制鞋行业发展历程

二、我国四大制鞋产业集群

第二节 我国鞋类消费情况分析

一、我国鞋类消费情况

二、消费者对鞋的认知

第三节 从“中国制造”转向“中国创造”

第四节 国内鞋品牌发展现状

一、品牌格局

二、男女鞋市场占有率

三、国内品牌的时代机遇

（一）市场容量、增速及渠道规模

（二）网购成为行业增长亮点

四、品牌经营的关键因素

第三章 皮鞋制造行业发展分析

第一节 皮鞋行业相关知识

一、皮鞋相关概述

二、皮鞋消费者群体及其特征

三、影响人们对皮鞋的选择的因素

第二节 皮鞋制造业发展综述

- 一、2012年全国及重点省市皮鞋产量分析
- 二、2013年国内皮鞋行业经济运行状况
- 三、2014年皮鞋行业经济运行情况
- 四、2013年全国及重点省市皮革鞋靴产量分析

第三节 皮鞋市场发展综合分析

- 一、中国皮鞋市场现状分析
- 二、2013年度奥康男皮鞋全国同类销量第一
- 三、2014年中国鞋业市场发展前景

第四节 温州皮鞋市场研究

- 一、温州皮鞋的力量
- 二、渠道
- 三、品牌推广
- 四、未来前景

第五节 中国皮鞋行业存在的问题及对策

- 一、品牌皮鞋需要提高技术创新能力
- 二、品牌皮鞋时尚营销策略分析
- 三、中国皮鞋国际名牌战略

第四章 皮鞋经营模式的比较分析与借鉴

- 第一节 皮鞋品牌化消费发展相比服装较晚
- 第二节 皮鞋行业经营模式演进晚于服装行业
- 第三节 品牌皮鞋竞争充分程度小于服装
- 第四节 皮鞋行业数量扩张仍是主流
- 第五节 男鞋与女鞋的区别

- 一、男鞋消费受经济波动影响较小
- 二、男鞋行业精细化管理水平要求较低

第六节 我国制鞋企业转型之路的问题与应对之策

- 一、我国制鞋企业面临的问题
- 二、奥康鞋业成功转型的主要经验
- 三、我国鞋业转型的应对之策

第五章 女鞋行业发展分析

- 第一节 国内本土女鞋行业发展状况分析

一、行业现状

二、产业分布情况

三、女鞋行业发展前景

第二节 女鞋市场发展状况分析

一、女鞋已经成为鞋类市场的重要部分

二、女鞋为中国市场增长最快鞋类产品

第三节 2014年女鞋行业发展态势分析

一、2014年特步撤销分公司进军女鞋市场

二、2014年女鞋品牌半年报业绩预警

二、2014年女鞋企业经营情况分析

四、2014年秋季女鞋市场流行趋势探析

第四节 女鞋市场存在的问题与策略分析

一、创意设计同步世界

二、女鞋质量不容忽视

三、高端品牌依然缺失

四、抓准女性消费者的消费需求

五、扩张女鞋品类

第六章 中国女鞋行业区域市场分析

第一节 女鞋行业主要产地分析

一、龙岗女鞋市场分析

二、温州鞋业分析

三、广东惠东女鞋市场分析

四、成都女鞋市场分析

第二节 浙江温台地区制鞋业发展及融资问题分析

一、温台地区制鞋业概况

二、温台地区制鞋业融资难的原因分析

三、对策与建议

四、研究结论和展望

第三节 惠东制鞋业竞争力分析

一、惠东制鞋业竞争力的一般分析

二、提升惠东制鞋业竞争力的措施

第四节 成都市制鞋产业集群问题分析

一、成都市制鞋产业集群现状及存在的问题

二、对策建议

三、结语

第七章 百丽公司

第一节 2013年企业经营情况分析

第二节 公司领先优势分析

一、公司持续增长引领行业发展

二、成功实施多品牌，提升外延扩张空间

三、主打自营控制终端，定位渠道商志在长远

四、实施纵向一体化，强化快速反应供应链

第三节 百丽优势明显，但高成长性的特点在明显弱化

一、百丽供应链能力远胜其它女鞋品牌

二、多品牌难度加大百丽独领风骚但高成长特性明显弱化

三、百丽高成长性的特性明显弱化

第四节 百丽优购网分析

一、优购网：“鞋王”百丽电商新局

二、优购的优势

三、两种商业模式

四、营销：八仙过海

第八章 奥康国际

第一节 公司领先优势分析

一、品牌变革：多品牌外延扩张潜力大

二、渠道变革：增强外延和内涵增长动力

三、纵向一体化打造供应链管理优势

第二节 公司企业经营情况分析

一、2013年企业经营情况分析

二、2014年企业经营情况分析

三、2011-2014年企业财务数据分析

四、2014年公司发展展望及策略

第九章 达芙妮

第一节 公司发展概况

一、公司简介

二、公司核心管理层介绍

三、公司股权结构

第二节 公司领先优势分析

一、公司核心竞争力

二、实行多品牌策略，满足细分市场需求

三、销售渠道深而广

第三节 公司企业经营情况分析 & 展望

一、公司业务

二、公司收入构成

三、公司盈利情况

四、2014年达芙妮经营情况分析

五、2014-2015年收入预测

第十章 星期六

一、公司概况

二、2013年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2014年公司发展展望及策略

第十一章 中国皮革行业整体发展分析

第一节 中国皮革业发展概况

一、中国皮革业发展历程

二、我国皮革行业发展产业集群

三、2013年中国皮革业的发展分析

四、我国皮革业制鞋业已进入转型期

五、环保治理对我国皮革行业发展影响调研

第二节 2012-2014年中国皮革业发展分析

一、2012年中国皮革行业发展综述

二、2013年中国皮革行业经济运行情况

三、2014年我国皮革行业运行情况

四、2014年全国皮革行业发展展望

五、2014年皮革及制鞋行业发展预测

第三节 区域皮革行业发展分析

- 一、2013年皮革特色区域产业集群概述
- 二、2013年广东省皮革行业运行情况
- 三、2013年山东省皮革行业经济运行情况
- 四、2013年河南省皮革行业经济运行情况
- 五、2013年浙江省皮革行业运行情况
- 六、2013年江苏省皮革行业经济运行情况
- 七、2013年湖北省皮革行业经济运行情况
- 八、2014年辛集市皮衣发展情况及特点
- 九、2014年海宁皮革产业谋求转型发展
- 十、2014年皮革企业向安徽宿州转移
- 十一、十二五浙江省皮革行业将向集约集聚发展转变

第四节 中国皮革业发展中存在的问题

- 一、2014年中国皮革企业面临严峻考验
- 二、2014年我国皮革行业打造全球品牌迫在眉睫
- 三、2014年受制“两头在外”皮革业走到转型拐点
- 四、2014年环保部将推皮革业更严厉排污标准
- 五、全球产业分工下中国皮革发展面临重大考验

第五节 加快中国皮革业发展的措施及策略

- 一、我国皮革行业发展三大建议
- 二、皮革企业积极拓展内需市场
- 三、皮革专业市场须协力发展
- 四、2014年中国皮革业亟须创出品牌
- 五、2014年真皮标志牵手经销商国内皮革市场
- 六、我国皮革行业转型求发展探讨分析
- 七、推进生态制造皮革业描绘绿色蓝图

第六节 皮革行业“十二五”规划指导意见(2012-2015年)

- 一、“十一五”时期皮革行业取得的主要成绩和存在的问题
- 二、“十二五”时期皮革行业面临的形势
- 三、“十二五”时期皮革行业发展的指导思想和目标
- 四、“十二五”时期皮革行业的主要任务和政策建议

第七节 2014-2020年中国皮革行业发展趋势及前景

- 一、皮革行业未来发展趋势

二、2014年皮革产业向多样化、个性化发展

三、2014-2020年皮革行业发展方向及策略

第十二章 2014-2020年中国女鞋行业发展前景及趋势分析

第一节 “十二五”时期制鞋产业发展规划

一、产业布局

二、企业规模

三、产品结构

四、市场趋势

五、科技创新

六、主要问题

第二节 2014-2016年中国女鞋行业发展前景及趋势分析

一、中国经济稳健发展

二、消费行业发展空间大

三、2016年女鞋市场容量

四、女士鞋履增长最快的原因

图表目录

图表：世界鞋业两次迁移及未来趋势

图表：1995-2013年我国出口鞋类产品数量

图表：世界知名鞋品牌概况

图表：世界三大休闲鞋总结

图表：各品牌推出的代表科技产品及鞋款

图表：品牌收购兼并和海外扩张

图表：我国制鞋行业大事记

图表：我国产鞋四大集群区优势分析

图表：2012年我国皮鞋产量按省份分布

图表：2002-2011年城镇及农村人均年消费鞋类

图表：1990-2011年全国大型零售企业皮鞋销售鞋类占比（%）

图表：2013年鞋类占比重皮鞋最高

图表：购买鞋数量超过七双的比例（按性别区分）

图表：中国消费者对新品牌态度开放

图表：愿意尝试新品牌的主要因素

图表：制鞋产业链价值图

图表：品牌鞋与普通鞋的差异

图表：鞋类产品市场定位及价格

图表：2011年我国男皮鞋市场占有率（%）

图表：2011年我国女皮鞋市场占有率（%）

图表：2007-2018年鞋类消费市场渠道结构变化、消费升级带来品牌认知及需求

图表：2012年体育用品行业、鞋业开店容量

图表：2012年我国网购市场情况

图表：2011年淘宝（包括淘宝集市和淘宝商城）各类鞋成交额

图表：2011年淘宝集市成交额TOP10类目趋势变化

图表：2011年淘宝商城成交额TOP10类目趋势变化

图表：淘宝集市2011年度女鞋类成交TOP10品牌

图表：淘宝商城2011年度女鞋类成交TOP10品牌

图表：2013年1-12月皮革鞋靴产量全国及各省市合计

图表：2014年1-7月皮革鞋靴产量全国及各省市合计

图表：消费需求特征升级对品牌类行业影响大

图表：品牌经营的运营模式演进不断进行

图表：国际知名皮鞋品牌的经营模式及经营特征

图表：不同鞋类子行业前六位市场集中度对比

图表：不同发展阶段皮鞋子行业的竞争焦点不同

图表：皮鞋行业仍重视渠道数量的竞争

图表：国内女鞋零售商以多品牌运营为主

图表：女鞋与男鞋行业存在诸多差别

图表：女鞋行业部分重点企业

图表：2013年百丽公司各业务经营情况

图表：2006-2013年百丽公司营收及净利润情况

图表：2008-2014年全国百家重点大型零售企业零售额同比增速

图表：2004-2012年百丽国际鞋类收入由高速进入稳定增长阶段

图表：2004-2012年百丽国际净利润高速增长后稳定增长

图表：2006年女鞋行业前十名品牌百丽旗下四个

图表：2006-2012年百丽国际增速仍处于领先水平

图表：2006-2013年百丽国际

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201407/110162.html>