

2024-2030年中国制鞋（鞋类）行业前景展望与投资方向研究报告

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

《2024-2030年中国制鞋（鞋类）行业前景展望与投资方向研究报告》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/202310/418731.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国制鞋（鞋类）行业前景展望与投资方向研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章 鞋类行业基本特征分析 15 第一节 行业界定及主要产品 15 一、鞋类行业的产能格局概况 15 目前，我国鞋业拥有四大产业集群，分别是广东鞋业基地、浙江鞋业基地、福建鞋业基地以及西部鞋业基地，四大鞋业产业基地占到我国鞋类生产的80%以上。 图表 1：中国鞋业主要产业格局 鞋业生产基地 代表城市 主要产品 广东鞋业基地 以广州、东莞等地为代表 主要生产中高端鞋 浙江鞋业基地 以温州、台州等地为代表 主要是生产中档鞋 福建鞋业基地 以泉州、晋江等地为代表 主要生产运动鞋 西部鞋业基地 以成都、重庆为代表 主要生产女鞋 资料来源：中企顾问网 二、行业分类及主要产品 15 第二节 我国鞋类行业特征 16 一、产品出口贸易壁垒 16 二、我国鞋类行业的现状调研 18 三、中国鞋类行业开始产业升级 26 第三节 世界鞋类业发展特点与形势 26 一、世界鞋类市场需求和供给情况分析 26 二、世界主要区域鞋类市场发展情况分析 27 三、主要鞋类产品发展情况分析 29 四、美国鞋类发展概况 29 五、澳大利亚鞋类发展概况 30 第二章 世界鞋类行业发展态势分析 31 第一节 世界鞋类行业发展概况分析 31 一、世界鞋类价格走势分析 31 二、世界知名鞋类运行态势分析 31 三、世界鞋类产业市场竞争分析 39 第二节 世界鞋类主要国家行业发展情况分析 40 一、欧洲鞋类的发展概况 40 三、美国鞋类的发展概况 40 三、日本鞋类的发展概况 41 第三节 世界鞋类产业发展趋势预测 42 一、趋势一：规模化 42 二、趋势二：专业化 43 三、趋势三：整合化 43 四、趋势四：虚拟化 44 第三章 中国鞋类行业总体情况分析 46 第一节 中国鞋类行业发展现状分析 46 一、中国鞋类经济运行情况分析 46 二、国内鞋类行业特征分析 46 三、我国鞋类行业发展趋势预测分析 47 第二节 中国鞋类行业面临的挑战 48 一、中国鞋类工业发展壁垒分析 48 二、中国鞋类行业发展存在的问题分析 50 第三节 中国鞋类行业发展对策分析 51 一、优化调整结构，合理布局，走可持续发展道路 51 二、建立自主创新机制，加大科技投入，加强质量标准工作 51 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 51 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 52 五、推进节能降耗，强化环保 52 第四节 疫情下的制鞋业发展 52 一、疫情对制鞋业影响 52 二、打造高效供应链迫在眉睫 52 三、线上销售成为重要选择 53 四、鞋业出口遇挫 53 第四章 中国鞋类行业供应分析 55 第一节 中国鞋类行业生产现状分析 55 一、中国鞋类生产发展概述 55 二、中国鞋类总产值分析 55 第二节 中国鞋类生产中存在的问题分析 56 一、国外贸易壁垒 56 二、缺少具有国际影响力的

品牌 56 三、原料、用工、汇率等三大压力仍存 57 第三节 鞋类供应形势及预测分析 57 第五章 中国鞋类消费市场分析 58 第一节 鞋类消费者特征分析 58 一、人口结构分析 58 二、年龄结构分析 59 第二节 鞋类消费者对鞋类选择的调查 60 一、消费者对鞋类种类的选择调查 60 二、消费者对鞋类品牌选择的调查 60 三、消费者对鞋类消费满意度调查 61 第三节 鞋类行业影响消费者选购因素分析 62 一、质量因素 62 二、品牌因素 63 三、价格因素 63 四、广告影响程度 63 第四节 鞋类市场消费者渠道分析 63 一、消费者认知鞋类产品渠道 63 二、消费者鞋类产品的购买渠道选择 64 第六章 鞋类行业经济运行分析 65 第一节 鞋类需求分析 65 一、鞋类需求分析 65 二、鞋类需求分析 65 第二节 鞋类行业主要经济指标分析 65 第三节 我国鞋类行业绩效分析 66 一、行业规模状况分析 66 二、行业盈利能力分析 66 三、行业偿债能力分析 67 四、行业经营能力分析 68 第七章 中国鞋类行业营销分析 69 第一节 中国鞋类营销概述 69 一、鞋类业营销环境分析 69 二、鞋类营销的产生与发展 70 三、中国鞋类市场营销的主要影响因素 70 四、中国鞋类市场营销的基础和优势分析 71 第二节 鞋类品牌营销分析 72 一、国内鞋业企业实施品牌战略的现状调研 72 二、国内鞋业企业实施品牌战略存在的问题分析 73 三、国内鞋业企业实施品牌战略的对策分析 75 第三节 鞋类营销渠道分析 77 一、鞋类的渠道销售策略分析 77 二、鞋类营销渠道分析 78 第四节 中国鞋类国际营销分析 79 一、实施多重品牌战略 79 二、中国鞋类的中国化发展及对策 80 三、鞋类对外贸易中应强化政府作用 80 第五节 鞋类营销对策分析 81 一、内销拓展：一场思想理念和渠道建设的革命 81 二、营销创新：从“制造思想”转为“零售他方思想” 82 三、商场之战：定位之本与终端快速成长机制 83 四、根本变革：“互联网时代”来临 83 第八章 中国鞋类产业市场竞争策略建议 84 第一节 中国鞋类产业竞争战略建议 84 一、竞争战略选择建议 84 二、产业升级策略建议 85 三、产业转移策略建议 86 四、价值链定位建议 86 第二节 中国鞋类市场竞争策略建议 87 一、市场定位策略建议 87 二、产品开发策略建议 90 三、渠道竞争策略建议 90 四、品牌竞争策略建议 91 五、价格竞争策略建议 92 六、客户服务策略建议 93 第三节 提高鞋类行业企业竞争力的建议 93 一、提高中国鞋类企业核心竞争力的对策 93 二、鞋类企业提升竞争力的主要方向 95 三、鞋类企业核心竞争力的因素及提升途径 96 四、提高鞋类企业竞争力的策略 98 第四节 对我国鞋类品牌的战略思考 100 一、鞋类行业企业品牌的重要性 100 二、鞋类行业实施品牌战略的意义 101 三、鞋类行业企业的品牌战略 102 四、鞋类行业品牌战略管理的策略 103 第九章 鞋类行业细分市场运行形势剖析 104 第一节 皮鞋市场分析 104 一、运行环境分析 104 二、运行基本数据分析 104 三、产品价格分析 105 四、区域市场分析 105 五、该领域对鞋类行业发展影响 106 第二节 运动鞋市场分析 106 一、运行环境分析 106 二、运行基本数据分析 107 三、产品价格分析 108 四、区域市场分析 108 五、该领域对鞋类行业发展影响 108 第三节 纺织面料鞋市场分析 109 一、运行环境分析

109 二、运行基本数据分析 109 三、产品价格分析 110 四、区域市场分析 110 五、该领域对鞋类行业发展影响 111 第十章 中国鞋类产业投资价值研究 112 第一节 中国鞋类行业投资环境分析 112 一、中国制鞋业的产业转型和转移 112 二、产业布局更趋合理 112 三、内销市场不断扩大 112 四、创立品牌拓展国际市场 113 第二节 中国鞋类投资机会分析 113 一、区域投资热点分析 113 二、投资潜力分析 113 第三节 中国鞋类行业投资风险预警 115 一、鞋类市场风险及应对措施 115 二、鞋类行业政策风险及应对措施 115 三、鞋类行业经营风险及应对措施 115 四、鞋类行业技术风险及应对措施 116 五、鞋类同业竞争风险及应对措施 116 六、鞋类行业其他风险及应对措施 117 第四节 投资观点 117 一、主要产区发展优势 117 二、建议企业扩大鞋类出口策略 118 三、鞋类行业投资战略研究 122 第五节 鞋类市场预测分析 124 一、鞋类产量预测分析 124 二、鞋类市场规模预测分析 124 第六节 投资注意事项 125

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418731.html>