

2015-2020年中国制鞋市场 现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国制鞋市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/fuzhuang1501/831984YSYE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-01-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国制鞋市场现状分析及投资前景研究报告》共十五章。介绍了制鞋行业相关概述、中国制鞋产业运行环境、分析了中国制鞋行业的现状、中国制鞋行业竞争格局、对中国制鞋行业做了重点企业经营状况分析及中国制鞋产业发展前景与投资预测。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。

我国是世界上最大的制鞋产地，目前已经有了十分完善的产业链和产业发展平台。在新的背景下，中国制鞋业的转移危机以及产业升级的紧迫性，全球制鞋业新的格局如何变化，已成为全球业界关注的焦点。中国制鞋业的产业转型和转移是大势所趋，中国市场对优质原料皮、成品革、高档鞋材和环保型化工材料的需求将进一步增加，今后中国制鞋业的发展必然要从低端市场走向中高端市场，要从数量型向品质型和效益型转变，产业升级换代是必走之路。

据监测，2013年我国制鞋企业数量为4170家，亏损企业数量为351家，2014年企业数量为4305家，亏损企业数量为367家，企业亏损面分别为8.8%和9.38%；2013年我国制鞋主营业务收入为6411.05亿元，2014年为6221.58亿元，增长率分别为12.08%和-2.95%；2013年我国制鞋行业利润总额为393.2亿元，2014年为368.74亿元，增长率分别为9.93%和-6.22%。可以看出，2014年国内鞋企发展并不是一帆风顺，中国鞋业发展趋势该如何？企业要如何应对？需要对市场进行深入的研究。

未来，制鞋业将在生产方式、生产思维上进行转变，通过高科技应用引领技术的升级。将激光技术应用于三维设计、修改、切割、打工等工艺，不仅提高了生产精度，还能更好地进行质量把控，节省操作空间，方便数据积累。随着产业结构的调整和市场竞争的加剧，中国应加快在国际市场创立自己的品牌和行销管道，获取更大的利润空间，创造更大的产业优势。此外，商务电子化进程的加快，鞋业商务电子化也势在必行，鞋业商务电子时代的到来，预示鞋业发展模式的一种根本性转变。经过产业调整大洗牌之后，中国制鞋业的产业布局将更加合理，鞋类产品消费个性化的趋势在青年人中将表现得更为突出。只有依靠技术革新、转型升级，只有更加注重品牌意识和品牌战略的实施，才能应对经营环境的变化。

第一部分 产业环境透视

第一章 中国制鞋行业发展概述 1

第一节 制鞋行业发展情况 1

第二节 最近3-5年中国制鞋行业经济指标分析 1

一、赢利性 1

二、成长速度 2

三、附加值的提升空间 4

四、进入壁垒 / 退出机制 4

五、风险性 5

六、行业周期 6

七、竞争激烈程度指标 7

八、当前行业发展所属周期阶段的判断 8

第三节 关联产业发展分析 9

第二章 中国制鞋行业的国际比较分析 14

第一节 中国制鞋行业竞争力指标分析 14

一、国内制鞋行业发展现状及问题 14

二、提升中国制鞋企业竞争力对策 18

第二节 中国制鞋行业经济指标国际比较分析 22

第三节 全球制鞋行业市场需求分析 22

一、市场规模现状 22

二、需求结构分析 23

三、重点需求客户 23

四、市场前景展望 24

第四节 全球制鞋行业市场供给分析 25

一、市场价格走势 25

二、重点厂商分布 25

第二部分 行业深度分析

第三章 制鞋行业发展环境分析 26

第一节 2013-2014年中国经济环境分析 26

一、国民经济运行情况GDP 26

二、消费价格指数CPI、PPI 27

三、全国居民收入情况 28

四、恩格尔系数 30

五、工业发展形势	31
六、固定资产投资情况	33
七、财政收支状况	35
八、中国汇率调整	38
九、对外贸易&进出口	44
第二节 2013-2014年中国健康管理行业社会环境分析	46
一、人口环境分析	46
二、教育环境分析	48
三、文化环境分析	56
四、生态环境分析	64
五、中国城镇化率	65
六、居民的各种消费观念和习惯	66

第四章 应用领域及行业供需分析 71

第一节 需求分析 71

- 一、制鞋行业需求市场 71
- 二、制鞋行业客户结构 73
- 三、制鞋行业需求的地区差异 73

第二节 供给分析 73

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 76

- 一、制鞋行业的需求预测 76
- 二、制鞋行业的供应预测 77
- 三、供求平衡分析 78
- 四、供求平衡预测 79

第四节 市场价格走势分析 79

第三部分 行业竞争格局

第五章 制鞋产业链的分析 80

第一节 行业集中度 80

第二节 主要环节的增值空间 80

第三节 行业进入壁垒和驱动因素 82

- 一、进入壁垒 82

- 1、品牌 82
- 2、营销网络 82
- 3、设计研发能力 83
- 4、工艺设备和技术水平 83
- 5、企业管理水平和人才 83
- 二、驱动因素 83
- 第四节 上下游行业影响及趋势分析 84

第六章 区域市场情况深度研究 88

- 第一节 长三角区域市场情况分析 88
- 第二节 珠三角区域市场情况分析 89
- 第三节 环渤海区域市场情况分析 90
- 第四节 制鞋行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 91
 - 一、华北大区市场分析 91
 - 二、华中大区市场分析 92
 - 三、华南大区市场分析 93
 - 四、华东大区市场分析 94
 - 五、东北地区市场分析 95
 - 六、西南大区市场分析 96
 - 七、西北大区市场分析 97
- 第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析 97

第七章 2015-2020年需求预测分析 98

- 第一节 制鞋行业领域2015-2020年需求量预测 98
- 第二节 2015-2020年制鞋行业领域需求产品（服务）功能预测 98
- 第三节 2015-2020年制鞋行业领域需求产品（服务）市场格局预测 102

第八章 制鞋市场竞争格局分析 105

- 第一节 行业竞争结构分析 105
 - 一、行业内竞争程度 105
 - 二、替代品竞争威胁 106
 - 三、潜在进入者竞争威胁 106

四、供应商讨价还价能力威胁 107

五、客户讨价还价能力威胁 107

第二节 行业集中度分析 108

一、市场集中度分析 108

二、区域集中度分析 113

第三节 行业国际竞争力比较 113

一、主要优势 113

1、强劲的经济增长态势 113

2、强大的国内需求潜力 114

3、巨大的潜在要素供给 114

4、明显的价格与成本优势 114

5、较强的科技创新实力 114

6、持之不竭的精神动力 115

二、主要弱点 115

1、合格人才匮乏，就业形势严峻 115

2、科技投入不足，自主创新较弱 115

3、金融系统十分脆弱 115

4、信息基础设施水平低 116

5、经济结构缺乏灵活性 116

6、法制环境亟待改善 116

7、公共管理有待提升 116

8、投资过度依赖，贸易缺乏穿透力 117

9、国内需求动力不足，结构不合理 117

10、各种矛盾比较突出 117

三、环境分析 117

1、创新国家的压倒优势 118

2、经济强国的整体领先 118

3、同类国家的同中有优 118

4、周边国家的胜多负少 118

5、新兴国家的急起直追 119

四、战略规划 119

1、全民皆才 119

- 2、科技制胜 119
- 3、价格领先 120
- 4、转型良治 120
- 5、跨大聚小 120
- 6、文化多样 121
- 7、社会和谐 121
- 8、主动开放 121

第四节 制鞋行业主要企业竞争力分析 122

- 一、重点企业资产总计对比分析 122
- 二、重点企业从业人员对比分析 123
- 三、重点企业全年营业收入对比分析 124
- 四、重点企业利润总额对比分析 125

第五节 制鞋行业竞争格局分析 125

- 一、2014年制鞋行业竞争分析 125
- 二、2014年国内外制鞋竞争分析 126
- 三、2014年中国制鞋市场竞争分析 126
- 四、2014年中国制鞋市场集中度分析 128

第九章 主要生产企业的排名与产业结构分析 129

第一节 行业企业排名分析 129

第二节 产业结构分析 129

- 一、市场细分充分程度的分析 129
- 二、各细分市场领先企业排名 135
- 三、各细分市场占总市场的结构比例 135
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构） 136

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 136

- 一、产业价值链的构成 136
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 137

第四节 产业结构发展预测 141

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策） 141
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 142
- 三、中国制鞋行业参与国际竞争的战略市场定位 144

第四部分 行业发展趋势

第十章 前十大领先企业分析 148

第一节 裕元工业（集团）有限公司 148

- 一、主营业务及经营状况 148
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 148
- 三、主要市场定位 149
- 四、主要优势与主要劣势 149
- 五、市场拓展战略与手段分析 150

第二节 百丽国际控股有限公司 150

- 一、主营业务及经营状况 150
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 151
- 三、主要市场定位 152
- 四、主要优势与主要劣势 152
- 五、市场拓展战略与手段分析 153

第三节 达芙妮国际控股有限公司 154

- 一、主营业务及经营状况 154
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 155
- 三、主要市场定位 156
- 四、主要优势与主要劣势 156
- 五、市场拓展战略与手段分析 157

第四节 青岛双星股份有限公司 157

- 一、主营业务及经营状况 157
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 158
- 三、主要市场定位 159
- 四、主要优势与主要劣势 159
- 五、市场拓展战略与手段分析 160

第五节 浙江奥康鞋业股份有限公司 161

- 一、主营业务及经营状况 161
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 162
- 三、主要市场定位 163
- 四、主要优势与主要劣势 163
- 五、市场拓展战略与手段分析 164

第六节 新沣集团有限公司 164

一、主营业务及经营状况 164

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 165

三、主要市场定位 166

四、主要优势与主要劣势 166

第七节 佛山星期六鞋业股份有限公司 167

一、主营业务及经营状况 167

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 167

三、主要市场定位 168

四、主要优势与主要劣势 168

五、市场拓展战略与手段分析 169

第八节 信星鞋业集团 169

一、主营业务及经营状况 169

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 170

三、主要市场定位 171

四、主要优势与主要劣势 171

第九节 利信达集团有限公司 172

一、主营业务及经营状况 172

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 173

三、主要市场定位 174

四、主要优势与主要劣势 174

第十节 盈进集团（国际）有限公司 175

一、主营业务及经营状况 175

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 176

三、主要市场定位 177

第十一章 2014年中国制鞋行业整体运行指标分析 178

第一节 中国制鞋行业总体规模分析 178

一、企业数量结构分析 178

二、行业产能规模分析 178

第二节 中国制鞋行业产销分析 179

一、行业产成品情况总体分析 179

二、行业产品销售收入总体分析 180

第三节 中国制鞋行业财务指标总体分析 181

一、行业盈利能力分析 181

二、行业偿债能力分析 184

三、行业营运能力分析 185

四、行业发展能力分析 187

第十二章 影响企业生产与经营的关键趋势 189

第一节 市场整合成长趋势 189

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测 191

第三节 企业区域市场拓展的趋势 192

第四节 科研开发趋势及替代技术进展 194

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势 196

第六节 中国制鞋行业SWOT分析 200

第五部分 投资战略建议

第十三章 2015-2020年制鞋行业投资价值评估分析 206

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 206

第二节 产业发展的空白点分析 209

第三节 投资回报率比较高的投资方向 209

第四节 新进入者应注意的障碍因素 211

第五节 营销分析与营销模式推荐 212

一、渠道构成 212

二、覆盖率 212

三、销售渠道效果 213

四、价值流程结构 219

第十四章 中国制鞋行业发展战略规划 221

第一节 发展战略规划 221

一、战略综合规划 221

二、技术开发战略 222

三、业务组合战略 226

四、区域战略规划	228
五、产业战略规划	237
六、竞争战略规划	238
七、企业信息化战略规划	239
第二节 投资策略分析	241
一、产品定位策略	241
二、产品开发策略	242
三、渠道销售策略	244
四、品牌经营策略	246
1、企业品牌的重要性	247
2、实施品牌战略的意义	248
3、我国企业的品牌战略	249
4、品牌战略管理的策略	251
五、服务策略	254
1、实施重点客户战略的必要性	255
2、合理确立重点客户	259
3、重点客户战略管理	259
4、重点客户管理功能	260
第三节 产品差异化战略	262
一、产品差异化	262
二、战略内容	263
第四节 制鞋行业销售渠道策略	264
一、渠道销售	264
二、渠道管理	265
三、策略手段	265
四、销售技巧	271
第五节 提高企业核心竞争力策略	273

第十五章 博思数据关于中国制鞋行业企业发展战略 280

第一节 经营模式分析 280

第二节 成本控制战略 286

第三节 产品开发策略 295

- 一、产品开发战略 295
- 二、品牌经营策略 301
- 三、市场创新策略 308

图表目录

- 图表：行业生命周期 6
- 图表：产品生命周期特征与策略 9
- 图表：2012-2014年中国鞋制品产值 15
- 图表：2012-2014年中国鞋制品销售额 16
- 图表：2015-2020年我国制鞋产值预测 17
- 图表：2015-2020年我国制鞋销售额预测 17
- 图表：我国鞋类市场需求结构 23
- 图表：2013-2014年国内生产总值及增长速度 27
- 图表：2014年消费价格指数 27
- 图表：2014年工业品出产价格指数（PPI） 28
- 图表：2013-2014年中国居民人均收入实际增长速度 30
- 图表：2002-2013年中国居民恩格尔系数 31
- 图表：2013-2014年全国规模以上工业增加值及增长速度 32
- 图表：2013-2014年全社会固定资产投资增速 33
- 图表：2013-2014年房地产开发投资累计同比增速 35
- 图表：2013-2014年中国对外贸易进出口总额 45
- 图表：2013年末人口数及其构成 47
- 图表：2012-2014年城镇新增就业人数 47
- 图表：2012-2014年国内生产总值与全部就业人员比率 48
- 图表：2012-2014年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 49
- 图表：2012-2014年研究与试验发展（R&D）经费支出 63
- 图表：2012-2014年中国城镇化水平 66
- 图表：我国鞋类商品客户结构 73
- 图表：2012-2014年中国鞋制品产值 74
- 图表：2012-2014年中国鞋制品销售额 75
- 图表：2015-2020年我国制鞋销售额预测 76
- 图表：2015-2020年我国制鞋产值预测 77

图表：2012-2014年我国制鞋产销平衡 78

图表：2015-2020年我国制鞋产销平衡预测 79

图表：2012-2014年长三角鞋产品销售额 88

图表：2012-2014年珠三角鞋产品销售额 89

图表：2012-2014年环渤海鞋产品销售额 90

图表：2012-2014年华北地区鞋产品销售额 91

图表：2012-2014年华中地区鞋产品销售额 92

图表：2012-2014年华南地区鞋产品销售额 93

图表：2012-2014年华东地区鞋产品销售额 94

图表：2012-2014年东北地区鞋产品销售额 95

图表：2012-2014年西南地区鞋产品销售额 96

图表：2012-2014年西北地区鞋产品销售额 97

图表：2015-2020年我国鞋类市场规模 98

图表：2014年中国鞋品牌市场集中度 108

图表：2014年中国鞋品牌市场集中度 109

图表：2014年中国鞋品牌市场集中度 109

图表：2014年制鞋行业CR10资产规模对比 122

图表：2014年制鞋行业CR10从业人员比 123

图表：2014年制鞋行业CR10营业收入对比 124

图表：2014年制鞋行业CR10利润总额对比 125

图表：2014中国制鞋行业十强企业排行榜 129

图表：2014中国运动鞋行业十强企业排行榜 135

图表：2014中国女鞋行业十强企业排行榜 135

图表：2013-2014年我国制鞋业企业的结构分析 136

图表：2012-2014年裕元工业集团总营收 148

图表：2012-2014年裕元工业集团净利润 149

图表：2012-2014年百丽国际总营收 151

图表：2012-2014年百丽国际净利润 152

图表：2012-2014年达芙妮总营收 155

图表：2012-2014年达芙妮净利润 156

图表：2012-2014年青岛双星总营收 158

图表：2012-2014年青岛双星净利润 159

图表：2012-2014年浙江奥康总营收 162
图表：2012-2014年浙江奥康净利润 163
图表：2012-2014年新沣集团总营收 165
图表：2012-2014年新沣集团净利润 166
图表：2012-2014年佛山星期六总营收 167
图表：2012-2014年佛山星期六净利润 168
图表：2012-2014年信星鞋业总营收 170
图表：2012-2014年信星鞋业净利润 171
图表：2012-2014年利信达集团总营收 173
图表：2012-2014年利信达集团净利润 174
图表：2012-2014年盈进集团总营收 176
图表：2012-2014年盈进集团净利润 177
图表：2014年中国不同经济类型企业结构 178
图表：2012-2014年制鞋行业产成品规模 179
图表：2012-2014年制鞋行业销售收入 180
图表：2012-2014年制鞋行业销售利润率 181
图表：2012-2014年制鞋行业成本费用利用率 182
图表：2012-2014年制鞋行业行业亏损面 182
图表：2012-2014年制鞋行业资产负债比率 183
图表：2012-2014年制鞋行业利息保障倍数 184
图表：2012-2014年制鞋行业总资产周转率 185
图表：2012-2014年制鞋行业流动资产周转率 186
图表：2012-2014年制鞋行业总资产增长率 186
图表：2012-2014年制鞋行业利润总额增长率 187
图表：2012-2014年制鞋行业主营业务收入增长率 188
图表：2014年全国制鞋业行业企业数地区占比情况 192
略……

本报告利用博思数据长期对制鞋行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个制鞋行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国制鞋行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格

局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国制鞋行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助制鞋企业、学术科研单位、投资企业准确了解制鞋行业最新发展动向，及早发现制鞋行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点……准确把握制鞋行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避制鞋行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢掌握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1501/831984YSYE.html>