

中国制鞋市场现状分析及未来五年发展策略研究 报告

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《中国制鞋市场现状分析及未来五年发展策略研究报告》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/218519218519.html>

报告价格：电子版: 7200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

第一部分 产业环境

第一章 中国制鞋行业发展概述

第一节 制鞋行业发展情况

第二节 最近3-5年中国制鞋行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 关联产业发展分析

第二章 中国制鞋行业的国际比较分析

第一节 中国制鞋行业竞争力指标分析

一、国内制鞋行业发展现状及问题

二、提升中国制鞋企业竞争力对策

第二节 中国制鞋行业经济指标国际比较分析

第三节 全球制鞋行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第四节 全球制鞋行业市场供给分析

一、市场价格走势

二、重点厂商分布

第二部分 行业深度分析

第三章 制鞋行业发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PP

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、对外贸易&进出口

第二节 中国健康管理行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、制鞋行业需求市场

二、制鞋行业客户结构

三、制鞋行业需求的地区差异

第二节 供给分析

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、制鞋行业的需求预测

二、制鞋行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四节 市场价格走势分析

第三部分 行业竞争格局

第五章 制鞋产业链的分析

第一节 行业集中度

第二节 主要环节的增值空间

第三节 行业进入壁垒和驱动因素

一、进入壁垒

1、品牌

2、营销网络

3、设计研发能力

4、工艺设备和技术水平

5、企业管理水平和人才

二、驱动因素

第四节 上下游行业影响及趋势分析

第六章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 制鞋行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华中东大区市场分析

五、东北地区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第七章 2015-2020年需求预测分析

第一节 制鞋行业领域2015-2020年需求量预测

第二节 2015-2020年制鞋行业领域需求产品（服务）功能预测

第三节 2015-2020年制鞋行业领域需求产品（服务）市场格局预测

第八章 制鞋市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、行业内竞争程度

二、替代品竞争威胁

三、潜在进入者竞争威胁

四、供应商讨价还价能力威胁

五、客户讨价还价能力威胁

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、主要优势

1、强劲的经济增长态势

2、强大的国内需求潜力

3、巨大的潜在要素供给

4、明显的价格与成本优势

5、较强的科技创新实力

6、持之不竭的精神动力

二、主要弱点

1、合格人才匮乏，就业形势严峻

2、科技投入不足，自主创新较弱

3、金融系统十分脆弱

4、信息基础设施水平低

5、经济结构缺乏灵活性

6、法制环境亟待改善

7、公共管理有待提升

8、投资过度依赖，贸易缺乏穿透力

9、国内需求动力不足，结构不合理

10、各种矛盾比较突出

三、环境分析

1、创新国家的压倒优势

2、经济强国的整体领先

3、同类国家的同中有优

4、周边国家的胜多负少

5、新兴国家的急起直追

四、战略规划

1、全民皆才

2、科技制胜

3、价格领先

4、转型良治

5、跨大聚小

6、文化多样

7、社会和谐

8、主动开放

第四节 制鞋行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

第五节 制鞋行业竞争格局分析

一、2014年制鞋行业竞争分析

二、2014年国内外制鞋竞争分析

三、2014年中国制鞋市场竞争分析

四、2014年中国制鞋市场集中度分析

第九章 主要生产企业的排名与产业结构分析

第一节 行业企业排名分析

第二节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

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

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节 产业结构发展预测

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）

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国制鞋行业参与国际竞争的战略市场定位

第四部分 行业发展趋势

第十章 前十大领先企业分析

第一节 裕元工业（集团）有限公司

一、企业概况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第二节 百丽国际控股有限公司

一、企业概况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第三节 达芙妮国际控股有限公司

一、企业概况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第四节 青岛双星股份有限公司

一、企业概况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第五节 浙江奥康鞋业股份有限公司

一、企业概况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第六节 新沅集团有限公司

一、企业概况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第七节 佛山星期六鞋业股份有限公司

一、企业概况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第八节 信星鞋业集团

一、企业概况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第九节 利信达集团有限公司

一、企业概况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第十节 盈进集团（国际）有限公司

- 一、企业概况
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位

第十一章 2014年中国制鞋行业整体运行指标分析

第一节 中国制鞋行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业产能规模分析

第二节 中国制鞋行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

第三节 中国制鞋行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第五部分 投资战略建议

第十二章 2015-2020年制鞋行业投资价值评估分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 新进入者应注意的障碍因素

第五节 营销分析与营销模式推荐

- 一、渠道构成
- 二、覆盖率
- 三、销售渠道效果
- 四、价值流程结构

第十四章 中国制鞋行业发展战略规划

第一节 发展战略规划

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、竞争战略规划

七、企业信息化战略规划

第二节 投资策略分析

一、产品定位策略

二、产品开发策略

三、渠道销售策略

四、品牌经营策略

1、企业品牌的重要性

2、实施品牌战略的意义

3、我国企业的品牌战略

4、品牌战略管理的策略

五、服务策略

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第三节 产品差异化战略

一、产品差异化

二、战略内容

第四节 制鞋行业销售渠道策略

一、渠道销售

二、渠道管理

三、策略手段

四、销售技巧

第五节 提高企业核心竞争力策略

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiemao/218519218519.html>