

2009-2010年中国制鞋行业市场调研与发展趋势报告

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《2009-2010年中国制鞋行业市场调研与发展趋势报告》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/3646836468.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6000元 电子和纸介版: 6000

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

摘要

在全球制鞋业的版图中，中国无疑是最为强势的大军团，因为在全球年产鞋量150亿双的份额中，“中国造”已超过100亿双。中国制鞋业经过近20年的发展，凭借优质的投资环境以及劳动力资源的优势，已经建立起完善的上下游产业链，形成各种鞋类生产的产业集群，建立完善的鞋业成品和鞋材市场以及鞋类的研发中心和资讯中心。虽然中国制鞋业如今也面临着国内政策因素和劳动力成本上涨影响以及来自印度、巴西、越南、印度尼西亚等国家在中低档鞋类方面的竞争，在高档鞋方面又有意大利、西班牙、葡萄牙等国家的竞争，但中国制鞋业的综合竞争优势仍然是其它国家难以匹敌的。

尽管中国制鞋业的竞争优势是明显的，但如何适应国际市场变化和国内的生存环境，把握好市场的发展机遇，也是业界不得不面对的现实。第一，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，因而，从数量上看，中国鞋业的生产量和出口量或许今后将有所下降，但品质将得到提升，产品价格和出口总值将会不断增长。第二，中国制鞋业的产业转型和转移是大势所趋，一部分有创新能力和规范性较强的企业，将走向产业升级的转型之路，一部分依靠生产成本取胜的企业将转到内地生产成本更具优势的地方。第三，产业布局更趋合理。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。第四，内销市场不断扩大。第五，创立品牌拓展国际市场。

综观世界经济格局与鞋业行业发展轨迹，中国鞋业格局会在2009年发生巨大变化，这些趋势或许是鞋企调整自己适应变局继而获得健康发展的脉搏。市场集中度更高；市场竞争将更惨烈；品牌型企业竞争优势更加明显；创新成为突围的关键；功能性健康产品成为最大消费趋势；更多奢侈品牌进入市场；精细化生产将成为中国鞋业又一次管理的升级；企业利润将普遍缩水，规模型投资将减少。

本报告依据国家统计局、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、全国制鞋工业信息中心、FOOTWEAR INDUSTRY OF AMERICA、FIA、中华全国商业信息中心等单位提供的大量资料，对我国制鞋市场的发展现状、相关行业、细分市场、区域市场、进出口、重点企业、发展趋势及战略等进行了深入。在对我国制鞋整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量方法对我国制鞋行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

目录

第一章 中国制鞋业发展的影响因素及概况

第一节 制约中国制鞋产业发展的因素

一、反倾销政策对皮革和制鞋行业的影响

二、人民币升值对出口影响渐增

三、环保政策对皮革工业的影响

四、人才匮乏对鞋革产业的影响

五、中国制鞋业同质化竞争的影响

六、新劳动法将增加鞋企成本

第二节 中国制鞋业产业概况

一、制鞋企业数量及产量

二、主要制鞋生产地区

三、进出口概况

第二章 中国制鞋业相关产业发展现状

第一节 制鞋机械行业发展现状

一、中国制鞋机械工业发展历程

二、中国的制鞋机械发展现状

三、中国制鞋机械行业形成四分天下的格局

四、未来中国鞋机业发展

第二节 制鞋材料现状与发展趋势

一、国内制鞋材料发展现状

二、鞋类材料的发展趋势

三、鞋底革新无止境

四、粘牢度与环保不可或缺

第三节 2009年皮革工业发展现状

一、2005-2009年中国皮革业发展

二、2009年中国皮革业产业链完整加快走进国际市场

三、2009年中国皮革业出口情况

四、2009年退税调整对皮革业出口形势的影响及策略

五、艺术和特殊效应彩色皮革市场发展的趋势

六、我国皮革毛皮业广东福建地区竞争力较强

七、欧盟PFOS禁令大限在即皮革业将面临挑战

第四节 皮革化学品工业发展

一、中国皮革化学品工业发展状况

二、我国皮革化工市场发展空间受阻

三、皮革化学品工业市场竞争情况

第五节 2009年中国人造革合成革工业

一、2008-2009年我国合成革进出口数量趋势

二、2009年内需拉动合成革、人造革行业新发展

三、我国人造革行业发展受品牌制约

四、我国人造革行业站稳国际市场策略

第六节 2009年中国橡胶工业

- 一、2009年我国橡胶工业发展解析
- 二、2009年我国橡胶市场
- 三、我国橡胶行业发展内外压力
- 四、2008-2010年橡胶行业发展预测

第三章 金融危机对中国制鞋业影响

第一节 金融危机对中国制鞋业影响

- 一、金融危机对中国制鞋业冲击
- 二、金融危机对中国鞋产业基地影响
- 三、金融危机下中国鞋企发展状况

第二节 金融危机对品牌鞋企影响

- 一、金融危机中品牌鞋企发展状况
- 二、金融危机对鞋业品牌的影响
- 三、金融危机下鞋业品牌营销

第三节 金融危机下鞋业发展策略

- 一、金融危机下鞋业发展策略
- 二、金融危机下中国鞋业发展方向
- 三、粤港鞋业合作共抗金融危机

第四章 2008-2009年中国制鞋行业的发展

第一节 2008年中国奥运年鞋业发展现状调查

- 一、宏观调控：鞋业发展急刹车
- 二、奥运商机：强者的游戏
- 三、奥运后：商机无限
- 四、企业经营以稳为主

第二节 2008-2009年中国四大制鞋基地发展现状及策略

- 一、广东
- 二、福建晋江
- 三、浙江温州
- 四、江苏

第三节 中国鞋企国际化路径

- 一、现状
- 二、合作海外品牌
- 三、东方不亮西方亮

第四节 中小鞋企面临的困境及对策

一、高成本经营时代：中小企业的生存困局

二、转型革新：从层层重压之下求得突围

三、对策

第五章 2008-2009年中国制鞋业经营数据

第一节 2008-2009年中国橡胶靴鞋制造经营数据

一、2008-2009年中国橡胶靴鞋制产销情况

二、2008-2009年中国橡胶靴鞋制成本费用情况

三、2008-2009年中国橡胶靴鞋制资产负债情况

四、2008-2009年中国橡胶靴鞋制行业规模情况

五、2008-2009年中国橡胶靴鞋制行业效益情况

六、2008-2009年中国橡胶靴鞋制亏损情况

七、2008-2009年中国橡胶靴鞋制销售收入前十家企业经济指标

第二节 2008-2009年中国纺织面料鞋制造经营数据

一、2008-2009年中国纺织面料鞋制造产销情况

二、2008-2009年中国纺织面料鞋制造成本费用情况

三、2008-2009年中国纺织面料鞋制造资产负债情况

四、2008-2009年中国纺织面料鞋制造行业规模情况

五、2008-2009年中国纺织面料鞋制造行业效益情况

六、2008-2009年中国纺织面料鞋制造亏损情况

七、2008-2009年中国纺织面料鞋制造销售收入前十家企业经济指标

第六章 2008-2009年我国制鞋业进出口

第一节 2008-2009年制鞋业出口状况

一、2008年制鞋业出口

二、2009年制鞋业出口

第二节 2008-2009年橡、塑外底及鞋面防水鞋靴进出口数据

一、2008年橡、塑外底及鞋面防水鞋靴进口数据

二、2008年橡、塑外底及鞋面防水鞋靴出口数据

三、2009年橡、塑外底及鞋面防水鞋靴进口数据

四、2009年橡、塑外底及鞋面防水鞋靴出口数据

第三节 2008-2009年橡、塑外底及鞋面其他鞋靴进出口数据

一、2008年橡、塑外底及鞋面其他鞋靴进口数据

二、2008年橡、塑外底及鞋面其他鞋靴出口数据

三、2009年橡、塑外底及鞋面其他鞋靴进口数据

四、2009年橡、塑外底及鞋面其他鞋靴出口数据

第四节 2008-2009年橡、塑、皮革外底皮革鞋面的鞋靴进出口数据

一、2008年橡、塑、皮革外底皮革鞋面的鞋靴进口数据

二、2008年橡、塑、皮革外底皮革鞋面的鞋靴出口数据

三、2009年橡、塑、皮革外底皮革鞋面的鞋靴进口数据

四、2009年橡、塑、皮革外底皮革鞋面的鞋靴出口数据

第五节 2008-2009年橡、塑、革外底纺织鞋面的鞋靴进出口数据

一、2008年橡、塑、革外底纺织鞋面的鞋靴进口数据

二、2008年橡、塑、革外底纺织鞋面的鞋靴出口数据

三、2009年橡、塑、革外底纺织鞋面的鞋靴进口数据

四、2009年橡、塑、革外底纺织鞋面的鞋靴出口数据

第六节 2008-2009年其他鞋靴进出口数据

一、2008年其他鞋靴进口数据

二、2008年其他鞋靴出口数据

三、2009年其他鞋靴进口数据

四、2009年其他鞋靴出口数据

第七章 2004-2008年全球鞋主要进出口市场

第一节 中国鞋业总体出口概况

第二节 美国鞋业

一、美国鞋业市场概况

二、中国鞋在美国市场概况

三、中国鞋类产品对美出口的优势及存在的问题

四、中国制鞋企业应采取的策略

第三节 欧盟鞋业

一、欧盟鞋业市场概况

二、中国鞋业对欧盟出口概况

三、中国鞋类对欧出口的优势及存在问题

四、发展欧盟市场的前景

五、发展欧盟市场应对策略

第四节 日本鞋业

一、日本鞋业市场概况

二、中国鞋类产品对日本出口概况

三、中国鞋类产品对日本出口的优势及存在的问题

四、中国鞋出口到日本面临的挑战

五、发展日本市场策略

第五节 俄罗斯鞋业

一、俄罗斯鞋业市场概况

二、中国鞋类产品对俄罗斯出口概况

三、中国鞋类产品对俄罗斯出口的优势及存在的问题

四、发展俄罗斯市场策略

第八章 国内外反倾销的政策与应对策略

第一节 我国反倾销政策

一、中华人民共和国反倾销条例

二、出口产品反倾销案件应诉规定

三、反倾销产业损害调查规定

四、最高人民法院审理反倾销行政案件的规定

第二节 美国反倾销政策

第三节 欧盟反倾销政策

一、欧盟反倾销法规

二、欧盟反倾销法新出口商审查制度

第四节 韩国反倾销法规

一、基本制度

二、法律规定

三、法律依据

四、初步调查

五、正式(本)调查

六、最终措施

第五节 日本反倾销法规

第六节 俄罗斯反倾销法规

一、俄罗斯反倾销法的历史和现行主要法律规范

二、《保护措施法》和《调查程序条例》有关反倾销的主要内容

三、《保护措施法》中关于反倾销的主要概念

四、俄罗斯反倾销立法动态

五、2007年部分经济学家鼓吹对中国设贸易壁垒

第七节 加拿大反倾销法规

第八节 反倾销的应对

一、应诉企业具体要参与配合的主要工作

二、企业怎样了解自己是不是涉案企业

三、被抽样企业需采取的应对策略

四、未被抽样企业需采取的应对策略

五、企业申请市场经济地位时需提交的资料

六、企业如何保证各种问卷中数据的一致性

七、实地查证过程中会计方面须注意五个问题

八、企业参加应诉会有怎样的结果

第九章 2008-2009年中国胶鞋市场

第一节 2008-2009年胶鞋生产状况

一、2008年胶鞋生产状况

二、2009年胶鞋生产状况

第二节 胶鞋行业市场预测及发展趋势

一、生产与需求发展预测

二、存在问题及优劣势

三、投资建议及措施

第三节 胶鞋行业市场发展

一、发展现状

二、存在问题

三、投资建议及措施

第十章 2008-2009年中国运动鞋市场

第一节 运动鞋市场发展现状

一、篮球运动鞋各品牌的市场份额

二、晋江运动鞋旅游鞋产量占世界总产量20%

三、运动鞋企发力欲转专业优势为整体优势

四、运动鞋产业发展既要“专”也要“博”

第二节 2008-2009年运动鞋市场发展

一、国内运动鞋发展

二、国内运动鞋商已经开始走向世界

三、中国运动鞋企业遭阿根廷反倾销调查

四、一线运动鞋企业研发扩张两不误

五、国内运动鞋品牌掘金农村市场

六、运动鞋企中国动向利润大增

七、金融危机下 运动鞋企加速扩张

第三节 中国运动鞋市场调查

一、运动鞋市场消费观念调查

二、大学生运动鞋市场调研

第四节 后奥运时代品牌运动鞋企布局

一、奥运年业绩

二、体育用品行业格局渐变

三、发布体育用品业首份CSR报告

第五节 中国运动鞋市场竞争

- 一、中国运动鞋市场竞争激烈
- 二、国内外运动鞋企业科技实力比较

第六节 本土运动鞋企业的品牌发展策略

- 一、本土“草根运动品牌”的困扰
- 二、本土草根运动品牌的先天之缺
- 三、本土草根运动品牌的后天不足
- 四、本土草根运动品牌的发展之道

第十一章 2008-2009年中国皮鞋市场

第一节 2008-2009年皮鞋行业生产状况

- 一、2008年全国及省市皮鞋产量
- 二、2009年全国及省市皮鞋产量

第二节 2008年皮鞋市场发展

- 一、2008年皮面皮鞋出口
- 二、2008年规模以上皮鞋企业产值、产量
- 三、2008年四川皮鞋出口
- 四、2008年消费品男皮鞋重品牌
- 五、金融危机下北京鞋业

第三节 2009年皮鞋行业市场发展

第十二章 2008-2009年中国女鞋市场

第一节 中国女鞋市场现状

第二节 我国女鞋市场经营

第三节 女鞋市场竞争状况

- 一、北京女鞋市场现状
- 二、武汉市场现状
- 三、郑州市场状况
- 四、成都市场状况

第十三章 2008-2009年童鞋、布鞋及其他市场

第一节 童鞋市场

- 一、中国童鞋市场现状
- 二、国产童鞋企业应加大研发力度打造自身品牌
- 三、国内童鞋企业正在崛起
- 四、童鞋品牌营销之路
- 五、未来中国童鞋营销展望

第二节 布鞋市场

一、传统文化促进布鞋产业发展

二、2007年布鞋行业的时尚进程

第三节 擦鞋市场

一、擦鞋行业具有巨大的市场潜力

二、皮鞋制造业的发展拉动擦鞋行业同步发展

第十四章 2008-2009年制鞋行业重点区域产业发展

第一节 2008-2009年广东制鞋产业的发展状况

一、2008年广东鞋出口

二、2008年广东制鞋业

三、2009年泉州鞋企广东设点抢订单

四、2009年广东鞋出口

五、广东鞋行业进入“剩者为王”时代

六、广东鞋企由外向内提高销售额

七、广东鞋企西迁

八、广东鞋出口市场

第二节 2008-2009年福建制鞋产业的发展状况

一、2004-2007福建鞋出口数据统计及

二、金融海啸福建鞋企转“危”为“机”

三、2008年福建晋江鞋出口

四、2009年福建鞋企提速海外扩张

五、福建鞋出口屡遭外国反倾销调查

六、2009年福建鞋企加快东盟品牌扩张

七、2009年福建出台政策鼓励鞋企扩大出口

第三节 2008-2009年温州制鞋产业的发展

一、2008年温州鞋类出口

二、2008年温州鞋企转战非洲

三、2009年温州鞋类出口

四、2009年温州2653家鞋企借危机洗牌

五、温州鞋类等商品大规模进百货

六、温州大型鞋企抢占空缺市场份额

七、温州鞋出口企业转战内销样本

第四节 2008-2009年成都制鞋产业的发展

一、金融危机下成都鞋企“破冰”重生

二、2008年成都鞋出口

三、2009年成都鞋业鞋连锁店全国开花

四、2009年成都鞋出口

五、成都鞋企低价试水内销市场

第五节 2008-2009年其他省市制鞋产业的发展

一、浙江省各大城市鞋业市场终端调查

二、2008年江苏鞋出口

三、2009年江苏吴江地区鞋出口

四、2009年青岛鞋出口

五、“东鞋西移”选择重庆

第十五章 制鞋产业销售渠道和营销

第一节 鞋类产品消费行为

一、品牌认知度

二、品牌偏好

三、品牌想象

四、认知渠道

五、认知渠道的接受度

六、曾经购买和日后考虑购买的品牌

七、五城市鞋类曾经购买和日后购买的品牌

八、经常购买品牌和替代品牌

九、五城市鞋类经常购买的品牌与替代品牌

十、购买渠道

十一、购买类别

十二、鞋的购买力

十三、影响购买的因素

十四、消费理念

第二节 中国鞋业终端分销渠道格局

一、专卖店发展现状及趋势

二、商场的回归和雄起

三、鞋业超市的兴起

四、中国鞋业终端分销渠道发展趋势

第三节 中国鞋业品牌营销发展

一、中国鞋业品牌集群与地域分布

二、中国鞋业品牌营销

三、中国鞋业品牌的缺陷

四、鞋业品牌未来发展趋势分析

第四节 国产鞋的品牌营销

一、鞋之出国门

二、鞋之转向

三、鞋非鞋

四、国产鞋的走向

五、对国产鞋的一点奢望

第五节 中国制鞋业营销策略

一、中国鞋企引领鞋业营销新变革

二、鞋企破壁营销

三、非奥运营销鞋企发展战略

四、鞋企品牌营销实用策略

五、中国老年鞋业营销策略

第十六章 制鞋产业竞争

第一节 制鞋产业竞争

一、金融危机对中国鞋企竞争影响

二、中国纺织服装制鞋业竞争

三、中国制鞋产业竞争

四、中国制鞋企业内销竞争

五、外资在中国制鞋行业发展状况

第二节 中国制鞋产业海外竞争

一、2008年中国鞋企拓展海外市场

二、中国鞋业与国际制鞋市场的差距

三、2009年中国鞋业在国际中高端市场竞争

第三节 制鞋产业细分市场竞争

一、中国休闲鞋市场竞争

二、中国童鞋市场竞争现状

三、中外运动鞋品牌在华竞争

第四节 中国中小鞋企竞争

一、2008年中小鞋企市场发展问题

二、金融危机对中小鞋企影响

三、中小鞋企竞争环境

四、2009年鞋业连锁专卖竞争

第十七章 国内部分领先企业简介

第一节 百丽国际控股有限公司

一、公司简介

二、发展历程

三、2008年财务

四、2009年财务

五、2008年百丽并购丰富产品线

第二节 奥康集团有限公司

一、公司简介

二、全球布局

三、网络营销模式

四、应对危机

五、发展战略

第三节 江苏森达集团有限公司

一、公司简介

二、经营

三、营销

四、森达成功规避欧盟“反倾销”

第四节 安踏体育用品有限公司

一、公司简介

二、2007年财务

三、2008年财务

四、2009年经营

五、营销

第五节 康奈集团有限公司

一、公司简介

二、应对危机

三、市场竞争力

四、康奈的国际化战略

第六节 威海金猴集团有限责任公司

一、企业简介

二、2008年经营

第七节 青岛亨达集团

一、公司简介

二、2008年经营

三、国际化道路

第八节 红蜻蜓集团温州鞋业有限公司

一、公司简介

二、管理策略

三、2008-2011年发展战略

第九节 石狮富贵鸟集团

一、公司简介

二、2007-2008年经营投资状况

三、新运动品牌延伸策略

第十节 李宁有限公司

一、公司简介

二、2008年财务

三、李宁的奥运战略

四、营销策略

第十一节 青岛双星股份有限公司

一、公司简介

二、2008-2009年财务

三、青岛双星的脱鞋之痛

第十八章 中国制鞋业发展趋势

第一节 中国制鞋业整体发展趋势

一、产业升级换代

二、中国制鞋业的产业转型和转移是大势所趋

三、产业布局更趋合理

四、内销市场不断扩大

五、创立品牌拓展国际市场

第二节 2008年后中国鞋业发展趋势

一、向生态皮革发展

二、向高新技术靠拢

三、特殊皮革不断应用

四、运动成为主旋律

五、季节感趋于模糊

六、消费升级趋势明显

七、童鞋消费需求逐步转变

第三节 制鞋技术的发展趋势

一、科技创新助力运动鞋

二、制鞋业信息化是制鞋业发展的必然趋势

三、全程自动化是未来制鞋新模式

第十九章 中国制鞋业发展策略

第一节 中国制鞋业发展策略

一、上市将成为鞋企扩张的新半径

二、中国制鞋业发展对策

第二节 中国鞋企转型策略

一、外销到内贸的转型

二、原料商向品牌商的转型

三、产品供应商向市场营运商的转型

第三节 中国制鞋业向“智力型”转型策略

一、“智力型”转型是历史的必然

二、智力型企业最重要的生产要素

三、国内外市场环境呼吁中国制造知识化

四、中国制鞋业已经到了向“智力型”转型的关键时期

五、中国制鞋业在向“智力型”转型的标杆模式借鉴

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiemao/3646836468.html>