

2014-2020年中国制鞋行业 监测与投资趋势研究报告

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

《2014-2020年中国制鞋行业监测与投资趋势研究报告》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/201404/103655.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

制鞋行业是典型的劳动密集型行业。我国的鞋类分为皮鞋、布鞋、胶鞋、塑料鞋（化学鞋），称为四鞋。随着社会的进步和科学技术的发展，人们对鞋的穿用要求越来越高，而四种鞋从原料、辅料、加工装配工艺、款式、功能都在渗透，互相借鉴，取长补短，又互相竞争和冲击。因此促使鞋的造型款式、结构用料、功能等方面都在日新月异的变化。

纵观中国的制鞋行业，随着一些地区产业链的不断完善，逐渐发挥出集群效应的优势，形成四大特色区域：一是以广州、东莞、惠东等地为代表的广东鞋业基地，主要生产中高端鞋；二是以温州、台州等地为代表的浙江鞋业基地，主要是生产中低档鞋；三是以成都、重庆为代表的西部鞋业基地，主要生产女鞋；四是以福建泉州、晋江等地为代表的鞋业生产基地，主要生产运动鞋。从贴牌加工到自创品牌，从照搬照抄到自成一体，中国制鞋业在摸爬滚打中走出了颇具特色的发展道路。我国制鞋企业在规模扩张、品牌建设、制造工艺等方面得到了大幅改善或提升。

近几年，中国每年生产各种鞋超过100亿双，占全球制鞋总量的近70%，是世界最大的鞋类制造基地，也是世界上最大的鞋类出口国。随着全球经济的复苏，2010年，我国鞋类产品出口重新进入上升通道，2010年1-12月我国鞋类产品累计出口金额356亿美元，同比增长27.19%。2011年，我国共出口鞋类产品417.2亿美元，同比增长17.1%。2012年1-7月，我国出口鞋类产品256.9亿美元，同比增长9.4%。

在亚洲和拉美地区（中国，印度，巴西，墨西哥，越南以及其他地区，也包括俄罗斯），随着经济转型发展和人口增长，大量新兴的中级消费者对鞋类产品的需求日益增加。新兴经济体拥有大量的人口规模，鞋类产品消费群体十分庞大，且随着经济高速增长下人均可支配收入的大幅增长，消费群体规模还在快速增长。“十二五”是我国调整产业结构、转变经济发展方式的关键时期，制鞋行业经过快速发展后，以往传统追求数量扩张、低价竞争的发展模式已经不能在国际市场上占据优势，在经济转型大背景下，提升技术水平和提高产品质量将是制鞋行业未来发展的必然趋势。

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、全国制鞋工业信息中心、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2010-2011年我国制鞋产业以及相关产业发展情况的进行了深入的剖析和预测，然后重点了胶鞋市场、皮革鞋靴市场、布鞋市场、塑料鞋市场，以及运动鞋市场、皮革市场、鞋材市场等重要细分市场的运行情况，和

进出口情况。并介绍了国内各制鞋业重点区域的发展现状及国内外典型制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，提出了未来制鞋企业应采取的发展策略。

本制鞋行业报告，为制鞋生产企业、外销企业、原料商、产品供应商、市场营运商以及计划投资制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。

【目录】

第一部分 制鞋行业发展分析

第一章中国制鞋行业的发展现状分析 1

第一节中国制鞋业概况 1

一、鞋的分类 1

二、制作工艺 4

第二节中国制鞋业产业概况 7

一、制鞋企业数量及产量 7

二、主要制鞋生产地区 7

三、进出口概况 8

第三节 2012-2013年中国制鞋行业发展情况分析 10

一、2012年中国制鞋行业发展情况分析 10

二、2012年中国制鞋市场发展情况分析 22

三、2012年中国制鞋企业上市情况分析 36

第四节 2013年中国制鞋行业发展情况预测 44

一、2013年纺织服装鞋帽行业发展趋势 45

二、2013年中国制鞋行业发展预测 49

三、2013年中国制鞋行业产业结构调整分析 51

第二章我国制鞋业相关产业发展现状 55

第一节制鞋机械行业发展 55

一、2012青岛鞋机行业发展与展望 55

二、中国制鞋机械行业形成四分天下的格局 58

- 三、展望中国鞋机业未来 60
- 四、国产皮革机械迈向世界 62
- 五、中国皮革机械市场内销外贸大幅增长 63
- 第二节鞋用纺织材料发展现状分析 65
- 第三节皮革工业发展现状分析 65
 - 一、2012年中国皮革业发展分析 65
 - 二、2012年中国皮革业产业链完整加快走进国际市场 67
 - 三、2012年中国皮革业出口情况分析 68
 - 四、2012年退税调整对皮革业出口形势的影响及策略 70
 - 五、艺术和特殊效应彩色皮革市场发展的趋势 75
 - 六、我国皮革毛皮业广东福建地区竞争力较强 75
 - 七、欧盟PFOS禁令大限在即皮革业将面临挑战 78
- 第四节皮革化学品工业发展分析 78
 - 一、国际皮革化学品工业发展现状 78
 - 二、中国皮革化学品工业发展状况 80
 - 三、皮革化学品工业市场竞争情况 82
- 第五节中国人造革合成革工业分析 85
 - 一、人造革合成革的概念、组成及发展 85
 - 二、2012年我国合成革进出口数量趋势分析 87
 - 三、2012年内需拉动合成革、人造革行业新发展 88
 - 四、我国人造革行业站稳国际市场策略 89
- 第六节中国橡胶工业分析 91
 - 一、我国橡胶市场缺口分析 91
 - 二、2012年我国橡胶工业发展解析 94
 - 三、2012年我国橡胶市场分析 105
 - 四、废旧橡胶综合利用的现状和分析 106

第二部分 制鞋细分市场分析

第三章胶鞋市场分析 109

第一节胶鞋概况 109

第二节胶鞋行业生产状况分析 112

- 一、2012年全国胶鞋生产分析 112
- 二、2013年全国胶鞋生产分析 118
- 第三节胶鞋行业市场预测及发展趋势 127
 - 一、生产与需求发展预测 127
 - 二、存在问题及优劣势分析 132
 - 三、投资建议及措施 135

第四章运动鞋市场分析 140

- 第一节美国运动鞋市场分析 140
 - 一、2012年福布斯十大运动品牌 140
 - 二、美国运动鞋市场的主要品牌 141
 - 二、美国鞋业市场及进口渠道 142
- 第二节国内运动鞋行业发展近况 144
 - 一、2013年中国运动鞋市场分析 144
 - 二、运动鞋市场的金字塔形态 146
 - 三、运动品牌五大僵局与对策 147
 - 四、中国运动鞋市场竞争升温 155
 - 五、2013年运动鞋企经营形势分析 157

第五章皮革鞋靴市场分析 163

- 第一节皮革鞋靴行业产量状况 163
 - 一、2012年我国皮革鞋靴产量分析 163
 - 二、2013年我国皮革鞋靴产量分析 174
- 第二节2012-2013年皮革鞋靴进出口分析 184
 - 一、反倾销致使中国丧失欧盟两成皮革鞋靴订单 184
 - 二、中国鞋应如何对待贸易壁垒 185
 - 三、出口退税对皮革鞋靴出口的影响 186

第六章童鞋、布鞋及其他市场分析 188

- 第一节童鞋市场 188
 - 一、中国童鞋市场规模及现状分析 188
 - 二、中国童鞋十年营销进程 188

三、2013年国内首家童鞋研究机构组建 196

四、2013年国内童鞋市场吸引力增大 197

五、童鞋品牌营销之路 198

第二节布鞋市场 204

一、布鞋的发展历程和展望 204

二、传统文化促进布鞋产业发展 207

三、2013年布鞋行业的时尚进程 208

第三节擦鞋市场 209

第三部分 制鞋进出口分析

第七章 2012-2013年我国制鞋业进出口分析 213

第一节 2012年鞋类产品进出口分析 213

第二节 2013年鞋类进出口分析及预测 218

一、2013年我国鞋类出口情况 218

二、2013年鞋类产品利润分析 219

第三节 2012-2013年橡、塑外底及鞋面防水鞋靴进出口数据 219

一、2012-2013年橡、塑外底及鞋面防水鞋靴进口数据 219

二、2012-2013年橡、塑外底及鞋面防水鞋靴出口数据 222

第四节 2012-2013年橡、塑外底及鞋面其他鞋靴进出口数据 224

一、2012-2013年橡、塑外底及鞋面其他鞋靴进口数据 224

二、2012-2013年橡、塑外底及鞋面其他鞋靴出口数据 226

第五节 2012-2013年橡、塑、皮革外底皮革鞋面的鞋靴进出口数据 229

一、2012-2013年橡、塑、皮革外底皮革鞋面的鞋靴进口数据 229

二、2012-2013年橡、塑、皮革外底皮革鞋面的鞋靴出口数据 231

第六节 2012-2013年橡、塑、革外底纺织鞋面的鞋靴进出口数据170 233

一、2012-2013年橡、塑、革外底纺织鞋面的鞋靴进口数据 233

二、2012-2013年橡、塑、革外底纺织鞋面的鞋靴出口数据 236

第七节 2012-2013年其他鞋靴进出口数据 238

一、2012-2013年其他鞋靴进口数据 238

二、2012-2013年其他鞋靴出口数据 240

第八章中国鞋类产品主要进出口市场及环境分析 243

第一节中国鞋类产品主要进出口市场分析 243

一、美国市场 243

二、欧盟市场 244

三、法国市场 246

四、意大利市场 247

五、俄罗斯市场 248

六、越南市场 249

七、其他市场 249

第二节我国鞋类产品出口环境与预测 252

一、2013年中国鞋业出口面临困局 252

二、2013年出口退税政策分析 254

三、缺乏国际市场经验的中国鞋企之困 255

四、中国鞋企走向国际化三大要素 258

五、原产地标签是鞋企未来发展的新阻力 260

六、2013年鞋类产品出口面对的机遇和挑战 263

第九章反倾销的分析与应对策略 270

第一节我国反倾销政策 270

一、中华人民共和国反倾销条例 270

二、出口产品反倾销案件应诉规定 283

三、反倾销产业损害调查规定 287

四、最高人民法院审理反倾销行政案件的规定 293

第二节美国反倾销政策 296

第三节欧盟反倾销政策 299

一、欧盟反倾销法规 299

二、欧盟反倾销法新出口商审查制度 300

第四节韩国反倾销法规 304

一、基本制度 304

二、法律规定 305

三、法律依据 306

四、初步调查 310

五、正式(本)调查 312

六、最终措施 313

第五节日本反倾销法规 317

第六节俄罗斯反倾销法规 318

一、俄罗斯反倾销法的历史和现行主要法律规范 319

二、《保护措施法》和《调查程序条例》有关反倾销的主要内容 319

三、《保护措施法》中关于反倾销的主要概念 328

四、俄罗斯反倾销立法动态 330

第七节加拿大反倾销法规 333

第八节反倾销的应对 337

一、应诉企业具体要参与配合的主要工作 337

二、企业怎样了解自己是不是涉案企业 337

三、被抽样企业需采取的应对策略 338

四、未被抽样企业需采取的应对策略 338

五、企业申请市场经济地位时需提交的资料 339

六、企业如何保证各种问卷中数据的一致性 339

七、实地查证过程中会计方面须注意五个问题 340

八、企业参加应诉会有怎样的结果 340

第四部分 制鞋竞争格局分析

第十章制鞋行业重点区域产业发展分析 341

第一节广东制鞋产业的发展状况 342

一、广东省皮革工业发展状况 342

二、广东省制鞋产业的发展分析 345

三、2013年广东鞋类产品出口状况 350

第二节福建制鞋产业的发展状况 351

一、福建制鞋产业的发展分析 351

二、2013年晋江鞋业发展状况 354

三、2013年泉州鞋业发展状况 358

第三节温州制鞋产业的发展分析 366

一、2013年温州鞋业品牌的新危机 366

二、2013年温州鞋企国际市场的开拓	372
第四节成都制鞋产业的发展分析	372
一、成都制鞋产业集群发展规划	372
二、四川省成立鞋业市场技术创新联盟	381
三、成都制鞋产业基地的建设情况	382
四、2013年成都女鞋国际市场拓展情况	384
第五节其他省市制鞋产业的发展分析	385
一、浙江省各大城市鞋业市场终端调查报告	385
二、青岛市将打造江北最大制鞋基地	394
第十一章制鞋产业竞争和营销策略分析	395
第一节中国鞋业品牌发展分析	395
一、中国鞋业品牌集群与地域分布	395
二、中国鞋业品牌营销分析	395
三、中国鞋业品牌的四大缺陷	399
四、鞋业品牌未来发展趋势分析	400
第二节中国鞋业市场的侵权问题	402
第三节中国制鞋业营销策略分析	403
一、低成本新闻营销分析	403
二、中国鞋类品牌运营将出现的几大趋势	406
三、中国鞋业的差异化生存	411
第四节中国鞋业终端分销渠道格局分析	414
一、专卖店发展现状及趋势	415
二、商场的回归和雄起	417
三、鞋业超市的兴起	419
四、中国鞋业终端分销渠道发展趋势	420
第五节鞋类产品消费行为研究	423
一、品牌认知度	423
二、品牌偏好	424
三、品牌想象	425
四、消费者对鞋品牌的认知渠道	426
五、认知渠道的接受度	427

- 六、曾经购买和日后考虑购买的品牌 427
- 七、五城市鞋类曾经购买和日后购买的品种 428
- 八、经常购买品牌和替代品牌 429
- 九、五城市鞋类经常购买的品种与替代品牌 430
- 十、购买渠道 431
- 十一、购买类别 432
- 十二、鞋的购买力 433
- 十三、影响购买的因素 433
- 十四、消费理念 434

第十二章国内领先企业分析 435

第一节百丽国际控股有限公司 435

- 一、公司简介 435
- 二、发展历程 435
- 三、2012-2013年经营状况 437
- 四、公司香港上市 438
- 五、百丽国际收购江苏森达 439
- 六、战略目标 441
- 七、发展前景 442

第二节奥康集团有限公司 445

- 一、企业概况 445
- 二、品牌战略 446
- 三、人才战略 452
- 四、营销方略 457
- 五、投资近况 475
- 六、发展目标 476

第三节江苏森达集团有限公司 477

- 一、企业概况 477
- 二、森达集团经营情况 477
- 三、品牌战略 477

第四节安踏体育用品有限公司 480

- 一、企业概况 480

- 二、竞争优势 482
- 三、营销网络 483
- 四、品牌建设 484
- 五、2012-2013年公司经营情况分析 486
- 第五节康奈集团有限公司 489
 - 一、企业概况 489
 - 二、2012-2013年经营投资状况 490
 - 三、企业经营战略 491
 - 四、国际化策略 493
- 第六节威海金猴集团有限责任公司 497
 - 一、企业简介 497
 - 二、经营投资状况 498
 - 三、品牌建设分析 499
 - 四、企业发展战略 499
- 第七节青岛亨达集团 501
 - 一、企业概况 501
 - 二、2012-2013年经营状况 502
 - 三、2013年集团科技成果 505
 - 四、品牌建设 506
- 第八节红蜻蜓集团温州鞋业有限公司 517
 - 一、企业概况 517
 - 二、市场策略 518
 - 三、公司蓝海战略 520
- 第九节石狮富贵鸟集团 521
 - 一、公司概况 521
 - 二、2012-2013年经营投资状况 521
 - 三、优劣势分析 523
 - 四、公司新运动品牌延伸策略 525
- 第十节李宁有限公司 527
 - 一、公司简介 527
 - 二、2012-2013年经营业绩 528
 - 三、李宁的奥运战略 529

四、市场策略 531

第十一节 青岛双星股份有限公司 534

一、企业概况 535

二、2012-2013年双星经营业绩 535

三、2013年青岛双星的“脱鞋”之痛 538

第五部分 制鞋行业发展趋势及策略

第十三章 2014-2020年中国制鞋业发展趋势 543

第一节 制约中国制鞋产业发展的因素 543

一、反倾销政策对制鞋行业的影响 543

二、人民币升值对出口影响渐增 544

三、环保政策对皮革工业的影响 545

四、人才匮乏对鞋革产业的影响 545

五、中国制鞋业同质化竞争的影响 547

六、2013年新劳动法将增加鞋企成本的解析 547

第二节 2014-2020年中国制鞋业发展趋势 549

一、2014-2020年中国制鞋业发展环境分析 549

二、产业迁移趋势 553

三、制鞋业发展的预测 554

四、中国制革、制鞋业“十二五”发展目标 555

五、中国鞋企渠道开拓的方向 555

第三节 未来制鞋技术发展的主要驱动因素 559

一、环保立法 559

二、高性能材料 560

三、信息科技 560

四、工艺与设备 561

第四节 技术发展趋势 561

一、运动鞋鞋底及帮面材料发展 561

二、科技创新助力运动鞋 563

三、制鞋业信息化是制鞋业发展的必然趋势 564

四、全程自动化——未来制鞋新模式 567

五、鞋样设计的发展 569

第十四章 2014-2020年中国制鞋业发展策略 572

第一节中国制鞋业发展策略 572

一、上市将成为鞋企扩张的新半径 572

二、中国制鞋业发展对策 573

第二节中国鞋企转型策略 575

一、外销到内贸的转型 575

二、原料商向品牌商的转型 576

三、产品供应商向市场营运商的转型 577

第三节中国制鞋业向“智力型”转型策略 578

一、“智力型”转型是历史的必然 579

二、智力型企业最重要的生产要素 580

三、国内外市场环境呼吁中国制造知识化 581

四、中国制鞋业已经到了向“智力型”转型的关键时期 582

五、中国制鞋业在向“智力型”转型的标杆模式借鉴 583

六、结语 588

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103655.html>