

# 2024-2030年中国鞋类行业市场全景评估及投资前景规划报告

报告大纲

智研咨询

[www.chyxx.com](http://www.chyxx.com)

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国鞋类行业市场全景评估及投资前景规划报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202110/980922.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

智研咨询专家团队倾力打造的《2024-2030年中国鞋类行业市场全景评估及投资前景规划报告》（以下简称《报告》）正式揭晓，自2018年出版以来，已连续畅销7年，成功成为企业了解和开拓市场，制定战略方向的得力参考资料。报告从国家经济与产业发展的宏观战略视角出发，深入剖析了鞋类行业未来的市场动向，精准挖掘了行业的发展潜力，并对鞋类行业的未来前景进行研判。

本报告分为发展概述、运行环境、产业现状、贸易态势、区域运行、竞争格局、重点厂商、发展战略、产业趋势等主要篇章，共计10章。涉及鞋类产量、需求量、市场规模等核心数据

。报告中所有数据，均来自官方机构、行业协会等公开资料以及深入调研获取所得，并且数据经过详细核实和多方求证，以期为行业提供精准、可靠和有效价值信息！

制鞋是用皮革、人造革、纺织面料、橡胶等原材料制造鞋类产品的生产活动，主要包括皮鞋制造、橡胶靴鞋制造、纺织面料鞋的制造、塑料鞋制造。

经过多年发展，我国制鞋行业生产技术及工艺水平有了很大提升，目前我国已成为全球最大的鞋类生产国和出口国之一，与此同时，国内市场需求也在不断增长，2023年我国鞋类产品需求量达46.08亿双，受益于出口市场的增长以及国内市场需求扩大，近年来我国制鞋行业市场规模不断扩张，2023年我国制鞋行业市场规模达5311.18亿元，同比增长7.9%，未来，随着国民消费水平的不断提高，我国制鞋行业也将不断调整产品结构和服务模式，朝着高端、个性化和智能化方向发展，以满足消费者的多样化需求。

我国制鞋行业产业链上游主要是原材料（如纺织面料、皮革、原料皮、橡胶等）供应商以及生产设备供应商；行业下游主要包括专卖店、百货公司、商场、购物中心等线下销售渠道以及京东、淘宝等线上销售渠道，近年来，电商渠道的崛起，进一步丰富了消费者采购鞋类产品的方式，为消费者采购鞋类产品提供了更为便捷、经济的途径，提升了鞋类产品的整体消费规模。

我国鞋类行业从业者众多，随着物价的上涨，原材料成本的增加，电商价格战对消费者的影响，近年来，我国鞋类行业竞争日趋激烈。因此，行业内企业必须注重品牌的作用，在提高鞋子质量和美观度的前提下加大产品宣传，提高品牌美誉度，进而提高产品销量，提高企业盈利能力。

报告目录：

第一章 鞋类行业基本特征分析

## 第一节 行业界定及主要产品

### 一、鞋类行业的产能分布概况

### 二、行业分类及主要产品

## 第二节 我国鞋类行业特征

### 一、产品出口贸易壁垒

#### (一) 环保标准

#### (二) 安全标志与生态标签认证

#### (三) 劳工标准

### 二、我国鞋类行业的现状

#### (一) 我国鞋类行业占据全球中低端市场

#### (二) 行业生产标准现状

### 三、中国鞋类行业开始产业升级

## 第三节 世界鞋类业发展特点与形势

### 一、世界鞋类市场需求和供给状况

### 二、世界主要区域鞋类市场发展状况

#### (一) 印度

#### (二) 巴西

#### (三) 越南

#### (四) 印度尼西亚

#### (五) 欧盟

### 三、主要鞋类产品发展状况

#### (一) 皮鞋

#### (二) 运动鞋

#### (三) 休闲鞋

#### (四) 童鞋

### 四、美国鞋类发展概况

### 五、澳大利亚鞋类发展概况

## 第二章 世界鞋类行业发展态势分析

### 第一节 世界鞋类行业发展概况分析

#### 一、世界鞋类价格走势分析

##### (一) 主要国家产品价格分析

##### (二) 中外国家鞋类产品价格对比分析

#### 二、世界知名鞋类运行态势分析

##### (一) Nike (美国)

- (二) Reebok (美国)
- (三) Adidas (德国)
- (四) Puma (德国)
- (五) Fila (意大利)
- (六) Mizuno (日本)
- (七) UMBRO (英国)
- (八) Kappa (意大利)
- (九) DIADORA (意大利)
- (十) LOTTO (意大利)

### 三、世界鞋类产业市场竞争分析

#### 第二节 世界鞋类主要国家行业发展情况分析

- 一、欧洲鞋类的发展概况
- 三、美国鞋类的发展概况
- 三、日本鞋类的发展概况

#### 第三节 世界鞋类产业发展趋势分析

- 一、趋势一：规模化
- 二、趋势二：专业化
- 三、趋势三：整合化
- 四、趋势四：虚拟化

### 第三章 中国鞋类行业总体情况分析

#### 第一节 中国鞋类行业发展现状分析

- 一、中国鞋类经济运行情况分析
- 二、国内鞋类行业特征分析
- 三、我国鞋类行业发展趋势

#### 第二节 中国鞋类行业面临的挑战

- 一、中国鞋类工业发展瓶颈
- 二、中国鞋类行业转型路径

#### 第三节 中国鞋类行业发展对策分析

- 一、优化调整结构，合理布局，走可持续发展道路
- 二、建立自主创新机制，加大科技投入，加强质量标准工作
- 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
- 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
- 五、推进节能降耗，强化环保

## 第四章 中国鞋类行业供应分析

### 第一节 中国鞋类行业生产现状分析

#### 一、中国鞋类生产发展概述

#### 二、中国鞋类生产格局分析

#### 三、中国鞋类总产值分析

### 第二节 中国鞋类生产中存在的问题分析

#### 一、目前我国鞋业生产能力过剩

#### 二、中国虽然是制鞋业的大国，但却并非强国

#### 三、科研和教育滞后

### 第三节 2024-2030年鞋类供应形势及预测

## 第五章 中国鞋类消费市场分析

### 第一节 鞋类消费者特征分析

#### 一、人口结构分析

#### 二、年龄结构分析

### 第二节 鞋类消费者对鞋类选择的调查

#### 一、消费者对鞋类种类的选择率调查

#### 二、消费者对鞋类品牌选择的调查

#### 三、消费者对鞋类消费满意度调查

### 第三节 鞋类行业影响消费者选购因素分析

#### 一、价格因素

#### 二、质量因素

#### 三、品牌的影响

#### 四、广告的影响程度

### 第四节 鞋类市场消费者渠道分析

#### 一、消费者认知产品渠道

#### 二、消费者鞋类产品的购买渠道选择

## 第六章 鞋类所属行业经济运行分析

### 第一节 2019-2023年鞋类所属行业产量分析

#### 一、2019-2023年鞋类产量分析

#### 二、2023年鞋类产量分析

### 第二节 2019-2023年鞋类所属行业分析

#### 一、销售收入前十家企业分析

#### 二、2023年鞋类行业主要经济指标分析

### 第三节 2019-2023年我国鞋类所属行业绩效分析

- 一、2019-2023年我国鞋类所属行业规模情况
- 二、2019-2023年我国鞋类所属行业盈利能力
- 三、2019-2023年我国鞋类所属行业经营发展能力
- 四、2019-2023年我国鞋类所属行业偿债能力分析

## 第七章 中国鞋类行业营销分析

### 第一节 中国鞋类营销概述

- 一、鞋类业营销环境分析
- 二、鞋类营销的产生与发展
- 三、中国鞋类市场营销的主要影响因素
- 四、中国鞋类市场营销的基础和优势分析
  - (一) 内地鞋业市场的竞争分三个层面
  - (二) 鞋类消费市场升级换代
  - (三) 市场竞争的加剧促使了市场的进一步细分

### 第二节 鞋类品牌营销分析

- 一、国内鞋业企业实施品牌战略的现状
- 二、国内鞋业企业实施品牌战略存在的问题分析
  - (一) 与国际品牌整体差距明显
  - (二) 品牌资源缺乏
  - (三) 自我保护意识淡薄
  - (四) 品牌战略意识不强，营销手段单一
- 三、国内鞋业企业实施品牌战略的对策分析
  - (一) 建立品牌战略的管理平台，树立现代品牌管理观念
  - (二) 采取有效的品牌管理措施

### 第三节 鞋类营销渠道分析

- 一、鞋类的营销渠道定位
- 二、鞋类的渠道销售策略分析
  - (一) 销售渠道的类型选择
  - (二) 中间商的选择
- 三、鞋类营销渠道分析
  - (一) 零售商渠道
  - (二) 专卖店渠道
  - (三) 新营销渠道

### 第四节 中国鞋类国际营销分析

一、国内鞋业企业实施品牌战略的现状

二、实施多重品牌战略

三、中国鞋类的全球化发展及对策

四、鞋类对外贸易中应强化政府作用

第五节 鞋类营销对策分析

一、内销拓展：一场思想理念和渠道建设的革命

二、营销创新：从“制造思想”转为“零售他方思想”

三、商场之战：定位之本与终端快速成长机制

四、根本变革：“零售时代”和“网络时代”来临

第八章 中国鞋类产业市场竞争策略建议

第一节 中国鞋类产业竞争策略建议

一、营销战略选择建议

二、产业升级策略建议

三、产业转移策略建议

四、价值链定位建议

第二节 中国鞋类市场竞争策略建议

一、市场定位策略建议

二、产品开发策略建议

三、渠道竞争策略建议

四、品牌竞争策略建议

五、价格竞争策略建议

六、客户服务策略建议

第九章 鞋类行业细分市场运行形势剖析

第一节 细分行业皮鞋市场分析

一、细分行业运行环境分析

二、细分行业运行基本数据分析

三、产品价格分析

四、区域市场分析

五、该领域对鞋类行业发展影响

第二节 细分行业运动鞋市场分析

一、细分行业运行环境分析

二、细分行业运行基本数据分析

三、产品价格分析



#### 四、区域市场分析

#### 五、该领域对鞋类行业发展影响

### 第三节 细分行业布鞋市场分析

#### 一、细分行业运行环境分析

#### 二、产品价格分析

#### 三、区域市场分析

#### 四、该领域对鞋类行业发展影响

## 第十章 2024-2030年中国鞋类产业投资价值研究

### 第一节 2024-2030年中国鞋类行业投资环境分析

#### 一、中国制鞋业的产业转型和转移

#### 二、产业布局更趋合理

#### 三、内销市场不断扩大

#### 四、创立品牌拓展国际市场

### 第二节 2024-2030年中国鞋类投资机会分析

#### 一、区域投资热点分析

#### 二、投资潜力分析

### 第三节 2024-2030年中国鞋类行业投资风险预警

#### 一、政策风险预警

##### （一）政策风险分析

##### （二）防御政策风险措施

#### 二、技术风险预警

##### （一）技术、产品更新不及时的风险

##### （二）核心技术人员流失的风险

#### 三、行业竞争风险预警

##### （一）鞋类产品恶性竞争

##### （二）诚信在竞争中重要地位

### 第四节 投资观点

#### 一、主要产区发展优势

##### （一）福建鞋业概况

##### （二）广东鞋业概况

##### （三）浙江鞋业概况

#### 二、建议企业扩大鞋类出口策略

#### 三、鞋类行业投资战略研究

### 第五节 2024-2030年鞋类市场预测

- 一、2024-2030年皮鞋产量预测
- 二、2024-2030年鞋类市场规模预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/980922.html>