

2011-2015年中国女鞋行业投资分析及深度研究咨 询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2011-2015年中国女鞋行业投资分析及深度研究咨询报告》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.huaon.com/detail/102284.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

内容简介

我国改革开放和经济发展，女性社会地位的不断提升，女性收入呈现大幅度提高态势。随着女性对服饰整体协调度的要求的提高，鞋子在女性服装消费中的地位也大幅度提高。女性对鞋子的消费已经从以前的“一季一双”进入“一季多双”时代。因此，女鞋市场的商品日益丰富，消费者选择的机会越来越多，同时消费者的消费意识大大增强，由一般商品消费转向品牌消费，从商品的物质功能性需求转向精神需求。而女鞋的设计、生产、销售已经从质量时代过渡到品牌时代。消费能力的提高，在消费者时尚意识和消费水平提高的情况下，品牌女皮鞋需求已显著上升。消费者对中高档需求所占份额逐渐增大，而低档需求正在减少，对时尚的追求越来越强烈，对产品的款式、质量和知名度要求提高。女鞋消费需求出现个性化、时尚化、休闲化、前卫化、时装化、民族化等倾向，不同文化、收入、年龄、地位的消费者，就会有不同的品牌选择、价位选择、风格选择、款式选择和时机选择，女鞋市场逐步走向成熟。

已经超过13亿人的中国，其中约占48%是女性。2010年，全球女鞋消费总量超过80亿双，市场总交易额高达3000亿元。我国存在着一个规模庞大、增长迅速的中产阶级群体。这个群体包括白领、政府公务员、工程师与个体工商户等等。我国的中产阶级在2010年达2.5亿，这个群体是品牌女鞋的消费主流，放眼整个中国市场，女鞋销售总体上呈现稳步上升的趋势，然而我国女鞋市场的扩张目前还只体现在产量和品牌种类上，品牌强势还没有培育起来。这使得国内市场各品牌女鞋瓜分天下，短期内难以出现一家或者几家独大的局面。在大型商场中，女鞋的规模和收入仅次于服装，经常位列三甲，但对于众多的女鞋企业来说，要想获取更多的市场份额，二线、三线城市更是兵家必争之地。激烈的市场竞争迫使众多的女鞋企业一方面将精力花在了时尚设计方面，另一方面也在品牌、渠道建设上投入了很大精力。从整体上看，国产女鞋过多地集中在中低端，鲜有高档品牌出现。在高档女鞋方面，我国与意大利、西班牙等欧洲国家相比还有差距。中国女鞋高档品牌的缺失，有多方面的原因，但主要是对产品的文化内涵缺少研究，工艺的精细化程度还不够理想。虽然我国女鞋的质量一直处于上升阶段，目前的整体水平也不错，但缺少有个性、有特色的产品，设计师的文化修养还需要时间的沉淀。在“十二五”的产业转型升级中，国内的女鞋企业一定不能只把眼光盯在款式上，还应该在文化、技术、质量方面加大投入和研究，引进高端设备，学习先进工艺，形成独特的品牌文化，培养国际一流的女鞋设计师，最终形成有自我风格的个性化产品，占领国内外高端女鞋市场。

究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、中国轻工业联合会、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、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、提供的大量内容翔实、统计精确的资料和数据。本报告通过对我国女鞋产业发展现状、消费情况

、进出口情况和当前国内女鞋业竞争格局等情况的重点、深入剖析，运用先进的经济学原理对我国女鞋行业的未来发展方向和趋势做出了科学预测。报告还介绍了国内各女鞋行业重点区域的发展现状，所选资料丰富、可靠，引用的数据准确、翔实，是国内女鞋厂家、女鞋原材料提供商、女鞋研究机构等单位准确了解目前女鞋行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业运行分析

第一章 2010-2011年中国女鞋行业运行环境分析 1

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析 1

一、经济发展状况 1

二、收入增长情况 6

三、固定资产投资 18

四、存贷款利率变化 25

五、人民币汇率变化 29

第二节 2010-2011年中国女鞋行业政策环境分析 40

一、从新法规对中国鞋业发展影响 40

二、国家政策对鞋类中小企业影响 41

三、我国鞋类出口面临的贸易壁垒 46

四、服装鞋类等中小企盼政府更多政策支持 56

五、政策引领鞋业发展新思路 56

第三节 2010-2011年中国女鞋行业社会环境分析 58

第四节 2009-2011轻工业振兴规划 73

一、轻工业振兴规划概述 73

二、轻工业调整和振兴规划目标 73

三、产业调整和振兴的主要任务 74

四、轻工业调整和振兴规划主要措施 80

五、轻工业振兴规划对女鞋行业的影响 81

第二章 中国女鞋行业结构分析 87

第一节 中国女鞋行业基本特征 87

一、女鞋行业主要细分产品 87

二、女鞋行业产业链分析 88

第二节 中国女鞋行业竞争结构 89

一、女鞋行业主要企业和主要品牌 89

二、女鞋市场集中度分析	92
第三章 2010-2011年中国女鞋行业生产状况分析	93
第一节 2010-2011年中国女鞋行业生产分析	93
一、2010-2011年中国女鞋行业产能分析	93
二、2010-2011年中国女鞋行业产量分析	93
第二节 中国女鞋行业生产工艺分析	93
一、女鞋制作工艺	93
二、不同类型鞋款制鞋工艺	95
三、女鞋设计要素的系列研究	96
四、女鞋品牌质量的影响因素研究	100
第三节 2010-2011年中国女鞋行业成本结构分析	109
一、2010-2011年行业人工成本分析	109
二、2010-2011年原材料成本变化	109
三、鞋业发展如何应对成本上升	111
第四节 2010年中国女鞋行业生产中存在的主要问题分析	112
第二部分 市场发展分析	
第四章 2011年中国女鞋产业市场运行动态分析	117
第一节 2011年中国女鞋市场分析	117
一、2011中国女鞋产业发展现状分析	117
二、近年来我国女鞋市场规模增长分析	119
第二节 2011年中国女鞋市场价格走势分析	121
一、2011年中国女鞋市场价格分析	121
二、2011年中国鞋业市场价格状况	126
第三节 2011年中国女鞋进出口分析	128
一、2011年中国鞋类进出口数据统计	128
二、2011年我国鞋业出口面临问题分析	128
第五章 2011年中国女鞋消费市场调查分析	131
第一节 2011年中国女鞋消费者调查分析	131
一、品牌女鞋消费者品类选择	131
二、品牌女鞋行业消费价格分析	133
三、消费者生活形态和价值观细分群体分析	135
第二节 女鞋品牌调查分析	138
一、女鞋品牌来源地调查	138
二、女鞋品牌稳定性调查	139
三、各品牌女鞋覆盖率调查	139

四、女鞋销售的最好时段	139
第三节 2011年中国女鞋消费分析	140
一、我国女鞋市场消费现状	140
二、女鞋品牌消费终端新市场	140
第六章 中国女鞋细分市场运行态势分析	143
第一节 高跟鞋市场分析	143
一、高跟鞋概述	143
二、高跟鞋类发展	144
第二节 休闲鞋市场分析	146
一、休闲鞋市场现状	146
二、休闲鞋品牌分析	150
三、休闲鞋品牌发展建设	151
四、休闲鞋发展趋势	153
第三节 运动鞋市场分析	154
一、运动鞋的市场分析	154
二、运动鞋消费市场分析	155
三、运动鞋市场发展方向	157
第四节 不同档次女鞋市场分析	159
一、中国高端女鞋市场格局	159
二、中国中低端女鞋市场格局	160
第七章 中国女鞋区域市场运行态势分析	162
第一节 中国女鞋区域市场分析	162
一、温州女鞋市场分析	162
二、广东惠东女鞋市场分析	163
三、成都女鞋市场分析	165
四、龙岗女鞋市场分析	167
第二节 中国女鞋部分城市市场分析	168
一、北京市场现状	168
二、武汉市场现状	174
三、郑州市场状况	175
四、成都市场状况	176
第三节 温州女鞋行业分析	177
一、温州女鞋发展分析	177
二、温州品牌女鞋市场情况分析	182
第四节 成都女鞋行业分析	187

- 一、成都女鞋企业分析 187
- 二、成都制鞋产业发展机遇 191
- 三、成都制鞋产业集群发展规划 193
- 第三部分 市场营销与相关行业分析
- 第八章 中国女鞋行业市场营销策略分析 199
 - 第一节 鞋业销售终端模式分析 199
 - 一、鞋业批发渠道 199
 - 二、鞋业专卖店 202
 - 三、直营店 205
 - 四、专业店 208
 - 五、B2C网上直销 212
 - 六、鞋类品牌超市 215
 - 第二节 中国女鞋行业市场营销策略 216
 - 一、鞋业传统模式销售盈利分析 216
 - 二、中国鞋业创新营销新思路分析 218
 - 三、鞋类的性别营销与市场攻略 225
- 第九章 女鞋主要相关行业发展概况 229
 - 第一节 皮革行业发展概况 229
 - 一、中国皮革行业发展概况 229
 - 二、中国皮革行业发展态势 232
 - 三、2011年中国皮革行业运行 234
 - 四、中国皮革行业发展关键 238
 - 五、我国皮革行业未来市场发展趋势 240
 - 第二节 橡胶行业发展概况 242
 - 一、2011年橡胶行业统计分析 242
 - 二、影响橡胶工业经济运行的因素 250
 - 第三节 纺织印染行业发展概况 253
 - 一、我国纺织行业现状分析 253
 - 二、纺织行业运行情况回顾 257
 - 三、中国纺织企业经营现状分析 261
 - 四、2011年中国纺织行业发展趋势 262
- 第四部分 行业竞争分析
- 第十章 2011年中国女鞋行业竞争分析 265
 - 第一节 中国女鞋行业集中度分析 265
 - 一、中国女鞋行业集群式发展现状 265

- 二、中国女鞋企业集中度分析 265
- 三、中国女鞋品牌集中度分析 265
- 第二节 中国女鞋行业竞争格局 266
 - 一、女鞋行业整体竞争格局 266
 - 二、世界女鞋品牌竞争情况分析 267
 - 三、中国最具升值潜力的女鞋品牌 272
 - 四、影响女鞋市场竞争因素分析 278
- 第三节 中国女鞋行业竞争策略 279
 - 一、提升女鞋企业竞争力途径 279
 - 二、提升女鞋企业竞争力的策略 281
- 第十一章 2011年中国女鞋行业主要企业竞争分析 287
 - 第一节 百丽国际控股有限公司 287
 - 一、企业概况 287
 - 二、企业品牌分析 289
 - 三、企业经营策略 290
 - 四、企业运营分析 291
 - 五、2010年企业经营状况 293
 - 第二节 达芙妮国际集团有限公司 294
 - 一、企业概况 294
 - 二、企业发展分析 296
 - 三、企业发展方向 296
 - 四、企业管理分析 298
 - 五、企业收缩运动品牌代理原因分析 299
 - 六、企业品牌推广策略 302
 - 第三节 美丽华企业(南京)有限公司 308
 - 一、企业概况 308
 - 二、企业发展分析 309
 - 第四节 红蜻蜓集团有限公司 316
 - 一、企业概况 316
 - 二、企业竞争优势 317
 - 三、企业营销模式分析 318
 - 第五节 佛山星期六鞋业股份有限公司 319
 - 一、企业概况 319
 - 二、企业市场定位 319
 - 第六节 嘉兴宜泰鞋业有限公司 320

- 一、企业概况 320
- 二、企业发展优势 321
- 第七节 奥康集团有限公司 322
 - 一、企业概况 322
 - 二、企业连锁经营分析 323
 - 三、企业营销方向 327
 - 四、企业品牌营销方略分析 328
- 第八节 盈进集团控股有限公司 336
 - 一、企业概况 336
 - 二、企业发展方向 336
 - 三、企业经营策略 337
 - 四、2010-2011年企业经营状况 338
 - 五、2010-2011年企业财务分析 339
- 第五部分 发展趋势与投资分析
- 第十二章 2011年中国女鞋行业发展趋势 343
 - 第一节 中国女鞋行业发展趋势 343
 - 一、2011年女鞋流行趋势 343
 - 二、“时尚风”成为女鞋市场发展主流 344
 - 三、2012年女鞋业流行趋势预测 346
 - 四、市场细分成为鞋行业发展的必然趋势 346
 - 第二节 中国鞋业终端的发展趋势 347
 - 一、规模化 348
 - 二、连锁化 349
 - 三、专业化 350
 - 四、整合化 351
 - 五、虚拟化 352
- 第十三章 2011-2015年中国女鞋产业发展预测 354
 - 第一节 2011-2015年中国女鞋发展前景 354
 - 一、我国女鞋市场前景 354
 - 二、中国女鞋市场机会 354
 - 第二节 2011-2015年中国女鞋市场预测 358
 - 一、中国鞋业市场的预测 358
 - 二、中国女鞋市场供给预测 360
 - 三、中国女鞋市场需求预测 360
 - 第三节 中国鞋业“十二五”规划发展预测 360

一、我国制鞋业“十二五”规划发展预测 360

二、鞋企转型数字化生产 362

第十四章 2011-2015年中国女鞋行业投资分析 364

第一节 2011-2015年中国女鞋市场投资机会分析 364

一、中国女鞋市场投资新一轮的商机 364

二、国际风投进军中国名牌女鞋市场 367

第二节 2011-2015年中国女鞋行业投资风险 368

一、财务风险分析 368

二、经营风险分析 368

三、管理风险分析 369

图表目录

图表：2010年全国城镇居民主要收支数据变化情况 9

图表：2010年各省（自治区、直辖市）城镇居民可支配收入及消费性支出变化情况 9

图表：2010年2月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 22

图表：2010年3月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 22

图表：2010年4月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 22

图表：2010年5月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 22

图表：2010年6月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 23

图表：2010年7月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 23

图表：2010年8月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 23

图表：2010年9月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 23

图表：2010年10月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 23

图表：2010年11月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 24

图表：2010年12月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 24

图表：2011年2月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 24

图表：2011年3月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 24

图表：2011年4月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 24

图表：2011年5月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 25

图表：2011年6月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 25

图表：2011年7月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 25

图表：2011年8月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 25

图表：2011年9月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 25

图表：2010-2011年中国女鞋行业产能 93

图表：2010-2011年中国女鞋行业产量 93

图表：不同年龄段女性的消费心理 97

- 图表：鞋款的整体结构特点 98
- 图表：年龄与影响因素的重要程度总得分的方差分析 101
- 图表：教育背景与影响因素的重要程度总得分的方差分析 102
- 图表：职业与影响因素的重要程度总得分的方差分析 103
- 图表：月收入与影响因素的重要程度总得分的方差分析 103
- 图表：KMO和Bartlett的检验 104
- 图表：成分转化矩阵表 104
- 图表：因子分析结果 105
- 图表：各元素两两对比时的重要性等级及其赋值 106
- 图表：特征值占方差百分数表 107
- 图表：特征值占方差百分数差值表 107
- 图表：判断矩阵表 107
- 图表：2009-2011年中国综合人工成本平均日工资 109
- 图表：2003-2010年我国女鞋市场规模增长趋势图 120
- 图表：我国女鞋市场主要品牌份额排行 121
- 图表：2010年1月服装、鞋帽零售价格指数 122
- 图表：2010年2月服装、鞋帽零售价格指数 122
- 图表：2010年3月服装、鞋帽零售价格指数 123
- 图表：2010年4月服装、鞋帽零售价格指数 123
- 图表：2010年5月服装、鞋帽零售价格指数 123
- 图表：2010年6月服装、鞋帽零售价格指数 123
- 图表：2010年7月服装、鞋帽零售价格指数 123
- 图表：2010年8月服装、鞋帽零售价格指数 124
- 图表：2010年9月服装、鞋帽零售价格指数 124
- 图表：2010年10月服装、鞋帽零售价格指数 124
- 图表：2010年11月服装、鞋帽零售价格指数 124
- 图表：2010年12月服装、鞋帽零售价格指数 124
- 图表：2011年1月服装、鞋帽零售价格指数 125
- 图表：2011年2月服装、鞋帽零售价格指数 125
- 图表：2011年3月服装、鞋帽零售价格指数 125
- 图表：2011年4月服装、鞋帽零售价格指数 125
- 图表：2011年5月服装、鞋帽零售价格指数 125
- 图表：2011年6月服装、鞋帽零售价格指数 126
- 图表：2011年7月服装、鞋帽零售价格指数 126
- 图表：2011年8月服装、鞋帽零售价格指数 126

- 图表：2011年9月服装、鞋帽零售价格指数 126
- 图表：品牌女鞋消费者购买女鞋种类 131
- 图表：18-25岁品牌女鞋消费者购买女鞋种类 131
- 图表：26-35岁品牌女鞋消费者购买女鞋种类 132
- 图表：36-45岁品牌女鞋消费者购买女鞋种类 132
- 图表：46-55岁品牌女鞋消费者购买女鞋种类 132
- 图表：品牌女鞋消费者最经常消费的女鞋价格档次 133
- 图表：18-25岁品牌女鞋消费者最经常消费的女鞋价格档次 134
- 图表：26-35岁品牌女鞋消费者最经常消费的女鞋价格档次 134
- 图表：36-45岁品牌女鞋消费者最经常消费的女鞋价格档次 135
- 图表：46-55岁品牌女鞋消费者最经常消费的女鞋价格档次 135
- 图表：女鞋消费者生活形态与价值观 136
- 图表：对品牌、身份地位、自己的价值标准反应迟钝的顾客 137
- 图表：比起身份地位，更注重按照自己的价值标准享受挑选产品的顾客 137
- 图表：成都制鞋产业集群发展目标 196
- 图表：2010年1-2月中国皮革产量统计 234
- 图表：2010年1-3月中国皮革产量统计 235
- 图表：2010年1-4月中国皮革产量统计 235
- 图表：2010年1-5月中国皮革产量统计 235
- 图表：2010年1-6月中国皮革产量统计 235
- 图表：2010年1-7月中国皮革产量统计 235
- 图表：2010年1-8月中国皮革产量统计 235
- 图表：2010年1-9月中国皮革产量统计 236
- 图表：2010年1-10月中国皮革产量统计 236
- 图表：2010年1-11月中国皮革产量统计 236
- 图表：2010年1-12月中国皮革产量统计 236
- 图表：2011年1-2月中国皮革产量统计 236
- 图表：2011年1-3月中国皮革产量统计 236
- 图表：2011年1-4月中国皮革产量统计 237
- 图表：2011年1-5月中国皮革产量统计 237
- 图表：2011年1-6月中国皮革产量统计 237
- 图表：2011年1-7月中国皮革产量统计 237
- 图表：2011年1-8月中国皮革产量统计 237
- 图表：2011年1-9月中国皮革产量统计 237
- 图表：2011年1-10月中国皮革产量统计 238

- 图表：2010年1-2月中国合成橡胶产量统计 247
- 图表：2010年1-3月中国合成橡胶产量统计 247
- 图表：2010年1-4月中国合成橡胶产量统计 247
- 图表：2010年1-5月中国合成橡胶产量统计 247
- 图表：2010年1-6月中国合成橡胶产量统计 248
- 图表：2010年1-7月中国合成橡胶产量统计 248
- 图表：2010年1-8月中国合成橡胶产量统计 248
- 图表：2010年1-9月中国合成橡胶产量统计 248
- 图表：2010年1-10月中国合成橡胶产量统计 248
- 图表：2010年1-11月中国合成橡胶产量统计 248
- 图表：2010年1-12月中国合成橡胶产量统计 249
- 图表：2011年1-2月中国合成橡胶产量统计 249
- 图表：2011年1-3月中国合成橡胶产量统计 249
- 图表：2011年1-4月中国合成橡胶产量统计 249
- 图表：2011年1-5月中国合成橡胶产量统计 249
- 图表：2011年1-6月中国合成橡胶产量统计 249
- 图表：2011年1-7月中国合成橡胶产量统计 250
- 图表：2011年1-8月中国合成橡胶产量统计 250
- 图表：2011年1-9月中国合成橡胶产量统计 250
- 图表：2011年1-10月中国合成橡胶产量统计 250
- 图表：2010年1-2月中国布产量统计 254
- 图表：2010年1-3月中国布产量统计 254
- 图表：2010年1-4月中国布产量统计 254
- 图表：2010年1-5月中国布产量统计 255
- 图表：2010年1-6月中国布产量统计 255
- 图表：2010年1-7月中国布产量统计 255
- 图表：2010年1-8月中国布产量统计 255
- 图表：2010年1-9月中国布产量统计 255
- 图表：2010年1-10月中国布产量统计 255
- 图表：2010年1-11月中国布产量统计 256
- 图表：2010年1-12月中国布产量统计 256
- 图表：2011年1-2月中国布产量统计 256
- 图表：2011年1-3月中国布产量统计 256
- 图表：2011年1-4月中国布产量统计 256
- 图表：2011年1-5月中国布产量统计 256

图表：2011年1-6月中国布产量统计 257

图表：2011年1-7月中国布产量统计 257

图表：2011年1-8月中国布产量统计 257

图表：2011年1-9月中国布产量统计 257

图表：2011年1-10月中国布产量统计 257

图表：2009-2010年盈进集团控股有限公司财务指标 340

图表：2009-2010年盈进集团控股有限公司资产负债表 340

图表：2009-2010年盈进集团控股有限公司现金流量表 341

图表：2009-2010年盈进集团控股有限公司综合损益表 342

图表：主流业态的优缺比较 352

图表：2011-2015年中国女鞋行业供给预测 360

图表：2011-2015年中国女鞋行业需求预测 360

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/102284.html>