

中国制鞋（鞋类）行业发展态势及竞争策略建议报告2022-2027年

产品名称	中国制鞋（鞋类）行业发展态势及竞争策略建议报告2022-2027年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

产品详情

中国制鞋（鞋类）行业发展态势及竞争策略建议报告2022-2027年

***** 【报告编号】 337267 【出版日期】 2022年2月 【出版机构】 中研华泰研究院 【报告价格】 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元 【交付方式】 EMIL电子版或特快专递 【联系人员】 刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章

鞋类行业基本特征分析 15节 行业界定及主要产品

15一、鞋类行业的产能格局概况 15二、行业分类及主要产品 15第二节 我国鞋类行业特征 16一、产品出口贸易壁垒 16二、我国鞋类行业的现状调研 18三、中国鞋类行业开始产业升级 26第三节 世界鞋类业发展特点与形势 26一、世界鞋类市场需求和供给情况分析 26二、世界主要区域鞋类市场发展情况分析 27三、主要鞋类产品发展情况分析 29四、美国鞋类发展概况 29五、澳大利亚鞋类发展概况 30第二章 世界鞋类行业发展态势分析 31节 世界鞋类行业发展概况分析 31一、世界鞋类价格走势分析 31二、世界鞋类运行态势分析 31三、世界鞋类产业市场竞争分析 39第二节 世界鞋类主要国家行业发展情况分析 40一、欧洲鞋类的发展概况 40三、美国鞋类的发展概况 40三、日本鞋类的发展概况 41第三节 世界鞋类产业发展趋势预测 42一、趋势一：规模化 42二、趋势二：化

43三、趋势三：整合化 43四、趋势四：虚拟化 44第三章
中国鞋类行业总体情况分析 46节 中国鞋类行业发展现状分析
46一、中国鞋类经济运行情况分析 46二、国内鞋类行业特征分析
46三、我国鞋类行业发展趋势预测分析 47第二节 中国鞋类行业面临的挑战
48一、中国鞋类工业发展壁垒分析 48二、中国鞋类行业发展存在的问题分析
50第三节 中国鞋类行业发展对策分析
51一、优化调整结构，合理布局，走可持续发展道路
51二、建立自主创新机制，加大科技投入，加强质量标准工作
51三、实施战略，做好标志工作，为争创国际创造条件
51四、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
52五、推进节能降耗，强化环保 52第四节 疫情下的制鞋业发展
52一、疫情对制鞋业影响 52二、打造高效供应链迫在眉睫
52三、线上销售成为重要选择 53四、鞋业出口遇挫 53第四章
中国鞋类行业供应分析 55节 中国鞋类行业生产现状分析
55一、中国鞋类生产发展概述 55二、中国鞋类总产值分析 55第二节
中国鞋类生产中存在的问题分析 56一、国外贸易壁垒
56二、缺少具有国际影响力的品牌 56三、原料、用工、汇率等三大压力仍存
57第三节 鞋类供应形势及预测分析 57第五章 中国鞋类消费市场分析 58节
鞋类消费者特征分析 58一、人口结构分析 58二、年龄结构分析 59第二节
鞋类消费者对鞋类选择的调查 60一、消费者对鞋类种类的选择调查
60二、消费者对鞋类品牌选择的调查 60三、消费者对鞋类消费满意度调查
61第三节 鞋类行业影响消费者选购因素分析 62一、质量因素 62二、品牌因素
63三、价格因素 63四、广告影响程度 63第四节 鞋类市场消费者渠道分析
63一、消费者认知鞋类产品渠道 63二、消费者鞋类产品的购买渠道选择
64第六章 鞋类行业经济运行分析 65节 鞋类需求分析 65一、鞋类需求分析
65二、鞋类需求分析 65第二节 鞋类行业主要经济指标分析 65第三节
我国鞋类行业绩效分析 66一、行业规模状况分析 66二、行业盈利能力分析
66三、行业偿债能力分析 67四、行业经营能力分析 68第七章
中国鞋类行业营销分析 69节 中国鞋类营销概述 69一、鞋类业营销环境分析
69二、鞋类营销的产生与发展 70三、中国鞋类市场营销的主要影响因素
70四、中国鞋类市场营销的基础和优势分析 71第二节 鞋类品牌营销分析
72一、国内鞋业企业实施品牌战略的现状调研
72二、国内鞋业企业实施品牌战略存在的问题分析
73三、国内鞋业企业实施品牌战略的对策分析 75第三节 鞋类营销渠道分析
77一、鞋类的渠道销售策略分析 77二、鞋类营销渠道分析 78第四节
中国鞋类国际营销分析 79一、实施多重品牌战略
79二、中国鞋类的全球化发展及对策 80三、鞋类对外贸易中应强化政府作用
80第五节 鞋类营销对策分析

81一、内销拓展：一场思想理念和渠道建设的革命
81二、营销创新：从“制造思想”转为“零售他方思想”
82三、商场之战：定位之本与终端快速成长机制
83四、根本变革：“互联网时代”来临 83第八章
中国鞋类产业市场竞争策略建议 84节 中国鞋类产业竞争战略建议
84一、竞争战略选择建议 84二、产业升级策略建议 85三、产业转移策略建议
86四、价值链定位建议 86第二节 中国鞋类市场竞争策略建议
87一、市场定位策略建议 87二、产品开发策略建议 90三、渠道竞争策略建议
90四、品牌竞争策略建议 91五、价格竞争策略建议 92六、客户服务策略建议
93第三节 提高鞋类行业企业竞争力的建议
93一、提高中国鞋类企业核心竞争力的对策
93二、鞋类企业提升竞争力的主要方向
95三、鞋类企业核心竞争力的因素及提升途径
96四、提高鞋类企业竞争力的策略 98第四节 对我国鞋类品牌的战略思考
100一、鞋类行业企业品牌的重要性 100二、鞋类行业实施品牌战略的意义
101三、鞋类行业企业的品牌战略 102四、鞋类行业品牌战略管理的策略
103第九章 鞋类行业细分市场运行形势剖析 104节 皮鞋市场分析
104一、运行环境分析 104二、运行基本数据分析 104三、产品价格分析
105四、区域市场分析 105五、该领域对鞋类行业发展影响 106第二节
运动鞋市场分析 106一、运行环境分析 106二、运行基本数据分析
107三、产品价格分析 108四、区域市场分析
108五、该领域对鞋类行业发展影响 108第三节 纺织面料鞋市场分析
109一、运行环境分析 109二、运行基本数据分析 109三、产品价格分析
110四、区域市场分析 110五、该领域对鞋类行业发展影响 111第十章
中国鞋类产业投资价值研究 112节 中国鞋类行业投资环境分析
112一、中国制鞋业的产业转型和转移 112二、产业布局更趋合理
112三、内销市场不断扩大 112四、创立品牌拓展国际市场 113第二节
中国鞋类投资机会分析 113一、区域投资热点分析 113二、投资潜力分析
113第三节 中国鞋类行业投资风险预警 115一、鞋类市场风险及应对措施
115二、鞋类行业政策风险及应对措施 115三、鞋类行业经营风险及应对措施
115四、鞋类行业技术风险及应对措施 116五、鞋类同业竞争风险及应对措施
116六、鞋类行业其他风险及应对措施 117第四节 专家投资观点
117一、主要产区发展优势 117二、建议企业扩大鞋类出口策略
118三、鞋类行业投资战略研究 122第五节 鞋类市场预测分析
124一、鞋类产量预测分析 124二、鞋类市场规模预测分析 124第六节
投资注意事项 125图表目录

图表 1：中国鞋业主要产业格局 15 图表 2：制鞋业分类 15 图表 3：鞋的分类

16图表 4：鞋业现行标准情况 19图表 5：2017-2021年全球鞋业产量情况
单位：亿双 27图表 6：2017-2021年全球鞋业需求规模情况 单位：亿美元
27图表 7：全球主要国家鞋业产量情况 单位：亿双 28图表 8
：2021年全球鞋业生产格局情况 28图表 9：全球主要鞋类市场规模情况
单位：亿美元 29图表 10：主要地区鞋类产品价格 31图表 11
：欧洲鞋类市场规模情况 单位：亿美元 40图表 12：美国鞋类市场规模情况
单位：亿美元 41图表 13：日本鞋类市场规模情况 单位：亿美元 41图表 14
：鞋业产量情况 单位：亿双 55图表 15：鞋业产值情况 单位：亿元 55图表 16
：鞋业产量预测 单位：亿双 57图表 17：中国人口规模及结构情况 单位：万人
58图表 18：中国人口年龄结构情况 单位：万人 59图表 19
：消费者对鞋类种类的选择率 60图表 20：消费者对鞋类品牌选择 60图表 21
：消费者对鞋类消费满意度调查 61图表 22：消费者选购鞋类产品影响因素
62图表 23：消费者认知鞋类产品渠道 63图表 24
：消费者鞋类产品的购买渠道选择 64图表 25：鞋业需求情况 单位：亿双
65图表 26：鞋业主要经济指标情况 单位：亿元 65图表 27：鞋业市场规模情况
单位：亿元 66图表 28：鞋业盈利能力情况 67图表 29：鞋业偿债能力情况
67图表 30：鞋业经营能力情况 68图表 31：中国皮鞋产量情况 单位：亿双
104图表 32：皮鞋区域生产格局情况 105图表 33：中国运动鞋产量情况
单位：亿双 107图表 34：运动鞋区域生产格局情况 108图表 35
：中国纺织面料鞋产量情况 单位：亿双 109图表 36
：纺织面料区域生产格局情况 110图表 37：鞋类产量预测 单位：亿双 124