

2022-2028年中国鞋履设计 产业发展现状与投资策略报告

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

《2022-2028年中国鞋履设计产业发展现状与投资策略报告》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/202204/285214.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

2018年全球鞋履市场规模为3,812.06亿美元，按研发设计环节占鞋履价值链利润比为40%左右计算，2018年全球鞋履设计行业的理论市场价值容量为1,524.82亿美元左右，其中女鞋设计市场容量达762.41亿美元左右，预计至2021年全球鞋履设计市场容量预计将超过1,700亿美元。鞋履设计的市场规模预测数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国鞋履设计产业发展现状与投资策略报告》共十四章。首先介绍了鞋履设计行业市场发展环境、鞋履设计整体运行态势等，接着分析了鞋履设计行业市场运行的现状，然后介绍了鞋履设计市场竞争格局。随后，报告对鞋履设计做了重点企业经营状况分析，最后分析了鞋履设计行业发展趋势与投资预测。您若想对鞋履设计产业有个系统的了解或者想投资鞋履设计行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 鞋履设计行业发展综述

1.1 鞋履设计行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 鞋履设计行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 鞋履设计行业在国民经济中的地位

1.2.3 鞋履设计行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 鞋履设计行业生命周期

1.3 最近3-5年中国鞋履设计行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 鞋履设计行业运行环境分析

2.1 鞋履设计行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 鞋履设计行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 鞋履设计行业社会环境分析

2.3.1 鞋履设计产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 鞋履设计产业发展对社会发展的影响

2.4 鞋履设计行业技术环境分析

2.4.1 鞋履设计技术分析

2.4.2 鞋履设计技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国鞋履设计所属行业运行分析

3.1 我国鞋履设计行业发展状况分析

3.1.1 我国鞋履设计行业发展阶段

3.1.2 我国鞋履设计行业发展总体概况

3.1.3 我国鞋履设计行业发展特点分析

3.2 2015-2019年鞋履设计行业发展现状

现阶段，大众消费产品普遍存在同质化、设计相对缺乏等问题。随着大众消费者越来越注重设计感，鞋履品牌的忠诚度呈现逐渐降低的趋势。同时，由于要素成本的不断增加，大

众品牌企业利润空间逐年降低，而其自身并不专注研发设计，因此产品紧跟市场“快时尚”潮流参与市场竞争存在较大难度，通过设计外包的方式可以借助外部专业化设计机构的技术优势，在激烈的市场竞争中降低企业创新成本，提高企业市场核心竞争力。

鞋履行业品牌鞋企的设计部门通常情况下只对内服务，存在内部设计风格逐渐趋同而导致款式设计失败的风险，而采购外部设计资源有助于品牌鞋履企业减少前导时间、有效帮助企业以更多样化的款式应对“快时尚”趋势。因此，品牌鞋履企业越来越倾向将企业设计环节外包，或将对外采购设计服务作为内部业务的有效补充，保证产品风格和流行元素的多元化，降低经营风险。

目前已经有以下知名鞋履品牌开始通过设计外采的形式丰富自身的产品款式 目前已经有以下知名鞋履品牌开始通过设计外采的形式丰富自身的产品款式 企业名称 企业情况 外采说明 星期六 知名女鞋品牌运营商 采用自主研发与外包主题时尚品类设计相结合的模式 天宏股份 硫化鞋、冷粘鞋品牌鞋企 产品设计与研发分为自主设计和委托设计两种模式，在国内和国外有五家长期合作的设计中心，设计中心新季度推出当季新品数十款 天创时尚 知名女鞋鞋企 部分OEM厂商提升自主开发能力，进行女鞋产品设计，向其提供设计鞋款并被其采纳 CCC 东欧知名女鞋品牌 浙江中胤时尚股份有限公司向CCC每年提供大量的女鞋设计款式 Converse 美国知名运动鞋品牌 知名鞋履设计企业InnusKorea向其提供设计业务方案 数据来源：公开资料整理

3.2.1 2015-2019年我国鞋履设计行业市场规模

3.2.2 2015-2019年我国鞋履设计行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国鞋履设计企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 鞋履设计细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 鞋履设计产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年鞋履设计价格走势

3.5.2 影响鞋履设计价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2022-2028年鞋履设计产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要鞋履设计企业价位及价格策略

第四章 我国鞋履设计所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国鞋履设计所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 所属行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国鞋履设计所属行业产销情况分析

4.2.1 我国鞋履设计所属行业工业总产值

4.2.2 我国鞋履设计所属行业工业销售产值

4.2.3 我国鞋履设计所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国鞋履设计所属行业财务指标总体分析

4.3.1 所属行业盈利能力分析

4.3.2 所属行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国鞋履设计行业供需形势分析

5.1 鞋履设计行业供给分析

5.1.1 2015-2019年鞋履设计行业供给分析

5.1.2 2022-2028年鞋履设计行业供给变化趋势

5.1.3 鞋履设计行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国鞋履设计行业需求情况

5.2.1 鞋履设计行业需求市场

5.2.2 鞋履设计行业客户结构

5.2.3 鞋履设计行业需求的地区差异

5.3 鞋履设计市场应用及需求预测

5.3.1 鞋履设计应用市场总体需求分析

(1) 鞋履设计应用市场需求特征

(2) 鞋履设计应用市场需求总规模

5.3.2 2022-2028年鞋履设计行业领域需求量预测

(1) 2022-2028年鞋履设计行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2022-2028年鞋履设计行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业鞋履设计产品/服务需求分析预测

第六章 鞋履设计行业产业结构分析

6.1 鞋履设计产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国鞋履设计行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国鞋履设计行业产业链分析

7.1 鞋履设计行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 鞋履设计上游行业分析

7.2.1 鞋履设计产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对鞋履设计行业的影响

7.3 鞋履设计下游行业分析

7.3.1 鞋履设计下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对鞋履设计行业的影响

第八章 我国鞋履设计行业渠道分析及策略

8.1 鞋履设计行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对鞋履设计行业的影响

8.1.3 主要鞋履设计企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 鞋履设计行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 鞋履设计行业营销策略分析

8.3.1 中国鞋履设计营销概况

8.3.2 鞋履设计营销策略探讨

8.3.3 鞋履设计营销发展趋势

第九章 我国鞋履设计行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 鞋履设计行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 鞋履设计行业企业间竞争格局分析

9.1.3 鞋履设计行业集中度分析

9.1.4 鞋履设计行业SWOT分析

9.2 中国鞋履设计行业竞争格局综述

9.2.1 鞋履设计行业竞争概况

- (1) 中国鞋履设计行业竞争格局
- (2) 鞋履设计行业未来竞争格局和特点
- (3) 鞋履设计市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国鞋履设计行业竞争力分析

- (1) 我国鞋履设计行业竞争力剖析
- (2) 我国鞋履设计企业市场竞争的优势
- (3) 国内鞋履设计企业竞争能力提升途径

9.2.3 鞋履设计市场竞争策略分析

第十章 鞋履设计行业领先企业经营形势分析

10.1 A公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 B公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 C公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 D 公司

- 10.4.1 企业概况
- 10.4.2 企业优势分析
- 10.4.3 产品/服务特色
- 10.4.4 公司经营状况
- 10.4.5 公司发展规划
- 10.5 E公司
- 10.5.1 企业概况
- 10.5.2 企业优势分析
- 10.5.3 产品/服务特色
- 10.5.4 公司经营状况
- 10.5.5 公司发展规划

第十一章 2022-2028年鞋履设计行业投资前景

- 11.1 2022-2028年鞋履设计市场发展前景
 - 11.1.1 2022-2028年鞋履设计市场发展潜力
 - 11.1.2 2022-2028年鞋履设计市场前景展望
 - 11.1.3 2022-2028年鞋履设计细分行业发展前景分析
- 11.2 2022-2028年鞋履设计市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2022-2028年鞋履设计行业发展趋势
 - 11.2.2 2022-2028年鞋履设计市场规模预测
 - 11.2.3 2022-2028年鞋履设计行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2022-2028年中国鞋履设计行业供需预测
 - 11.3.1 2022-2028年中国鞋履设计行业供给预测
 - 11.3.2 2022-2028年中国鞋履设计行业需求预测
 - 11.3.3 2022-2028年中国鞋履设计供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 市场整合成长趋势
 - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年鞋履设计行业投资机会与风险

12.1 鞋履设计行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2022-2028年鞋履设计行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2022-2028年鞋履设计行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 鞋履设计行业投资战略研究

13.1 鞋履设计行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国鞋履设计品牌的战略思考

13.2.1 鞋履设计品牌的重要性

13.2.2 鞋履设计实施品牌战略的意义

13.2.3 鞋履设计企业品牌的现状分析

13.2.4 我国鞋履设计企业的品牌战略

13.2.5 鞋履设计品牌战略管理的策略

13.3 鞋履设计经营策略分析

13.3.1 鞋履设计市场细分策略

13.3.2 鞋履设计市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 鞋履设计新产品差异化战略

13.4 鞋履设计行业投资战略研究

13.4.1 2019年鞋履设计行业投资战略

13.4.2 2022-2028年鞋履设计行业投资战略

13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议（ ）

14.1 鞋履设计行业研究结论

14.2 鞋履设计行业投资价值评估

14.3 鞋履设计行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议（ ）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/285214.html>