

2024-2030年中国鞋类行业 前景展望与投资前景预测报告

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

《2024-2030年中国鞋类行业前景展望与投资前景预测报告》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/202402/443421.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国鞋类行业前景展望与投资前景预测报告》共十章。首先介绍了鞋类相关概念及发展环境，接着分析了中国鞋类规模及消费需求，然后对中国鞋类市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国鞋类面临的机遇及发展前景。您若想对中国鞋类有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 二、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、中国鞋类行业发展存在的问题分析 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2018-2022年鞋类所属行业行业产量分析 一、2018-2022年鞋类产量分析 二、2022年鞋类产量分析 第二节2018-2022年鞋类所属行业分析 一、销售收入前十家企业分析 二、2022年鞋类行业主要经济指标分析 第三节2018-2022年我国鞋类所属行业绩效分析 一、2018-2022年我国鞋类所属行业规模情况 二、2018-2022年我国鞋类所属行业盈利能力 三、2018-2022年我国鞋类所属行业经营发展能力 四、2018-2022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战略建议 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)鞋类茶品恶性竞争 (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 图表目录； 图表1：我国鞋类行业的产能分布 图表2：2022年鞋类总产值分析 图表3：2024-2030年鞋类市场规模预测 图表4：我国鞋类行业的产能分布 图表5：世界鞋类生产布局 图表6：2022年鞋类总产值分析 图表7：消费者对鞋类种类的选择率调查 图表8：消费者对鞋类品牌选择的调查 图表9：消费者对鞋类消费满意度调查 更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/443421.html>