



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2009年中国童鞋行业市场 分析及发展前景预测报告

## 一、调研说明

《2008-2009年中国童鞋行业市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10137.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 第一章 2007-2008年中国童鞋行业发展环境分析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2007-2008年中国童鞋行业社会环境分析

- (一) 2007-2008年中国出生率分析
- (二) 2007-2008年中国儿童人数分析
- (三) 城市化和人民生活水平
- (四) 2007-2008年中国年轻家庭消费特征分析

#### 三、2007-2008年中国童鞋行业政治环境分析

- (一) 童运动鞋标准有望出台
- (二) 童鞋行业其他相关法律法规

#### 四、2007-2008年中国童鞋行业技术环境分析

### 第二章 2007-2008年国际童鞋行业基本概况

#### 一、童鞋行业基本特征分析

- (一) 童鞋行业主要细分产品
- (二) 童鞋行业产业链分析
- (三) 童鞋设计具有特殊性

#### 二、2007-2008年国际童鞋行业现状分析

- (一) 国际童鞋行业发展成熟度分析
- (二) 国际童鞋主要品牌及其特征分析
- (三) 国际童鞋行业发展趋势
- (四) 主要国家童鞋市场现状
- (五) 我国童鞋行业面临"反倾销"调查

### 第三章 2007-2008年中国童鞋行业生产状况分析

#### 一、2007-2008年中国童鞋行业整体发展综述

- (一) 童鞋业在整个制鞋行业中所占比例较小
- (二) 国内产品70%是低端产品

(三) 品牌缺失严重

(四) 极具发展潜力

## 二、2007-2008年中国童鞋行业产能分析

(一) 主要生产企业及其产能

(二) 童鞋行业产能扩张趋势

## 三、2007-2008年中国童鞋行业成本结构分析

(一) 原材料成本

(二) 研发和设计成本

(三) 知识产权使用许可费

(四) 劳动力成本

(五) 其它成本

## 四、2007-2008年中国童鞋行业生产中存在的主要问题

## 第四章 2007-2008年中国童鞋市场需求分析

### 一、2007-2008年中国童鞋消费需求特征分析

(一) 城镇和农村消费者需求特征

(二) 不同收入层次家庭需求特征

(三) 运动鞋和休闲鞋等细分产品的需求特征

(四) 童鞋消费的决策分析

### 二、2007-2008年影响童鞋需求的因素分析

(一) 广告

(二) 外形设计和文化内涵

(三) 价格

(四) 产品性能

(五) 销售地点

### 三、2007-2008年中国童鞋消费量分析

(一) 2007-2008年中国童鞋消费量分析

(二) 童鞋各细分产品消费量分析

## 第五章 2007-2008年中国童鞋主要细分产品市场分析

### 一、运动鞋

(一) 产品特性和市场规模

(二) 市场竞争格局

二、休闲鞋

(一) 产品特性和市场规模

(二) 市场竞争格局

三、皮鞋

(一) 产品特性和市场规模

(二) 市场竞争格局

第六章 2007-2008年中国童鞋行业进出口分析

一、2007-2008中国童鞋进出口现状分析

(一) 进口规模及产品结构分析

(二) 出口规模、产品结构及主要市场分析

二、2007-2008中国童鞋面临的"反倾销"问题及应对措施分析

(一) 我国童鞋行业遭受"反倾销"调查的主要案例

(二) 应对反倾销调查的措施

三、2007-2008中国童鞋进出口发展趋势及前景分析

第七章 2007-2008年中国童鞋行业市场营销模式分析

一、2007-2008年中国童鞋行业主要营销模式分析

(一) 批发营销

(二) 卖场设立专柜

(三) 品类专卖店

二、中国童鞋行业未来主要营销模式趋势分析

(一) 直营模式

(二) 代理商连锁营销

(三) 大型综合连锁商场超市模式

(四) 网络营销

三、2007-2008年中国童鞋行业营销策略分析

(一) 从生产导向转向市场导向

(二) 从产品竞争转向多要素全方位竞争

(三) 从产品营销到品牌营销和文化营销

(四) 从单一的产品结构到以鞋、服装纺织、配件的产品系列化

## 第八章 2007-2008年中国童鞋行业市场竞争格局分析

### 一、2007-2008年中国童鞋行业竞争格局分析

- (一) 三大童鞋制造基地发展概况
- (二) 童鞋行业主要企业和主要品牌
- (三) 童鞋市场集中度分析
- (四) 童鞋行业并购重组分析

### 二、2007-2008年中国童鞋行业的"波特五力模型"分析

- (一) 现有企业间的竞争
- (二) 潜在进入者分析
- (三) 替代品威胁分析
- (四) 供应商议价能力
- (五) 客户议价能力

## 第九章 2007-2008年中国童鞋行业主要区域市场比较分析

- 一、华北地区
- 二、东北地区
- 三、华东地区
- 四、华南地区
- 五、西南地区
- 六、西北地区

## 第十章 全球童鞋行业优势企业分析

### 一、美国Payless公司

- (一) 企业概况
- (二) 近年来经营情况分析

### 二、意大利GEOX公司

- (一) 企业概况
- (二) 近年来经营情况分析

### 三、意大利法尔卡公司

- (一) 企业概况
- (二) 近年来经营情况分析

### 四、丹麦安徒生国际集团

(一) 企业概况

(二) 近年来经营情况分析

## 五、香港亿利来集团

(一) 企业概况

(二) 近年来经营情况分析

## 六、丹麦ECCO鞋业公司

(一) 企业概况

(二) 近年来经营情况分析

## 第十一章 中国童鞋行业优势企业分析

### 一、上海巴布豆儿童用品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

### 二、福建帮登鞋业有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

### 三、红蜻蜓集团有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

### 四、泉州南琦鞋业有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

### 五、温州蓝猫鞋业有限责任公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

### 六、福建南安七波辉鞋服有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

#### 七、上海斯乃纳儿童用品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

#### 八、上海兄妹猫儿童有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

#### 九、广州市必克贸易有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

#### 十、泉州永高体育用品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

### 第十二章 2007-2008年中国鞋业"巨头"纷纷抢滩儿童市场

#### 一、361°向国内童鞋领域进军状况分析

(一) 结束零星生产

(二) 计划日产八千到一万双童鞋

(三) 今后发展战略分析

#### 二、特步进军童鞋领域的战略及现况分析

(一) "借船出海"战略

(二) 童鞋服市场的一匹"黑马"

(三) 今后发展战略分析

#### 三、踏计划推出安踏KIDS

(一) 培养消费群体对品牌的认识与忠诚

(二) 产品定位于中档市场

(三) 主要采取商场店中店的形式作为销售渠道



#### (四) 今后发展战略分析

### 第十三章 2007-2008年童鞋行业相关产业发展概况分析

#### 一、2007-2008年中国皮革行业发展概况分析

- (一) 中国皮革行业特点分析
- (二) 中国皮革行业供需状况分析
- (三) 中国皮革行业价格分析
- (四) 2009-2012年中国皮革行业发展趋势分析

#### 二、2007-2008年中国橡胶行业发展概况分析

- (一) 中国橡胶行业特点分析
- (二) 中国橡胶行业供需状况分析
- (三) 中国橡胶行业价格分析
- (四) 2009-2012年中国橡胶行业发展趋势分析

#### 三、2007-2008年中国纺织印染行业发展概况分析

- (一) 中国纺织印染行业特点分析
- (二) 中国纺织印染行业供需状况分析
- (三) 中国纺织印染行业价格分析
- (四) 2009-2012年中国纺织印染行业发展趋势分析

### 第十四章 2009-2012年中国童鞋市场发展及投资分析

#### 一、2009-2012年中国童鞋市场需求预测分析

- (一) 中国童鞋市场主要产品需求规模预测分析
- (二) 中国童鞋市场主要细分市场发展趋势分析

#### 二、2009-2012年中国童鞋行业生产预测分析

- (一) 中国童鞋行业产能扩张分析
- (二) 中国童鞋市场主要产品产量预测分析

#### 三、2009-2012年中国童鞋行业发展前景分析

- (一) 产品趋向个性化、差异化
- (二) 产品科技含量提升
- (三) 优化的渠道经营模式
- (四) 品牌战略实施

#### 四、2009-2012年中国童鞋行业投资分析

- (一) 中国童鞋行业投资环境分析
- (二) 中国童鞋行业投资机会分析
- (三) 中国童鞋行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10137.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。