



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国休闲鞋市场运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国休闲鞋市场运行态势及投资策略报告》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/247732.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 休闲鞋行业发展状况综述 8

第一节 中国休闲鞋行业简介 8

一、休闲鞋行业的界定及分类 8

二、休闲鞋的特征 8

第二节 休闲鞋行业相关政策 9

一、行业监管体制 9

二、相关政策法规 9

三、出口贸易政策 11

第二章 中国休闲鞋行业发展背景 14

第一节 中国宏观经济增长分析 14

一、中国宏观经济增长分析 14

二、中国人均GDP增长分析 15

三、中国与欧美及全球主要经济体经济发展对比分析 16

四、中国与欧美及全球主要经济体人均GDP比较 18

第二节 中国居民收入及消费水平分析 18

一、中国城镇居民人均可支配收入分析 18

二、中国农村居民人均可支配收入分析 20

三、中国居民消费支出水平分析 22

第三节 中国人口及城市化水平分析 23

一、中国总人口数及增长分析 23

二、中国城市化现状及发展趋势 25

三、中国三四线城市发展与消费分析 26

第四节 消费者鞋类消费水平分析 26

一、2008-2018年中国消费者人均鞋类消费额 26

二、各地区城镇居民鞋类消费支出情况 27

三、国内外鞋类人均消费支出比较分析 28

第三章 中国休闲鞋市场发展分析 30

第一节 中国休闲鞋市场发展现状 30

一、国内休闲鞋产业发展历程 30

二、国内休闲鞋市场发展现状 31

三、国内休闲鞋产品开发及设计情况	31
第二节 中国休闲鞋行业供给分析	32
一、中国休闲鞋制造业特点	32
二、中国休闲鞋行业生产能力分析	33
三、休闲鞋行业产量及其增长分析	34
（一）2008-2014年休闲鞋产量及其增长分析	34
（二）2015-2020年休闲鞋产量及其增长预测	34
第三节 中国休闲鞋行业需求分析	35
一、2008-2014年休闲鞋行业需求总量	35
二、2015-2020年休闲鞋行业需求总量	36
第四节 中国休闲鞋行业地区结构分析	36
第五节 中国休闲鞋产品及价格情况	37
第四章 休闲鞋行业上下游产业链	39
第一节 休闲鞋产业链分析	39
第二节 休闲鞋上游产业分析	39
一、休闲鞋主要原材料概述	39
二、主要原材料供应及价格走势	40
（一）牛皮	40
（二）PU聚氨酯	42
（三）休闲面料	43
（四）橡胶	44
第三节 休闲鞋下游消费群体分析	46
一、2008-2014年中国消费者休闲鞋人均消费量	46
二、休闲鞋消费者偏好分析	46
（一）产品价格偏好	46
（二）产品质量偏好	47
（三）产品品牌与厂商偏好	47
三、休闲鞋行业消费者行为分析	48
（一）消费者购买休闲鞋产品的地点	48
（二）影响消费者购买休闲鞋产品的因素	48
四、休闲鞋行业消费者对品牌的认知度分析	49
（一）消费者主要关注的品牌	49

(二) 消费者对品牌的认识渠道	49
(三) 消费者对新品牌的接受度	50
五、市场消费趋势分析	50
第五章 休闲鞋行业市场进出口分析	52
第一节 2009-2014年中国休闲鞋进口分析	52
一、休闲鞋进口量分析	52
二、休闲鞋进口金额分析	52
三、休闲鞋进口均价分析	53
四、休闲鞋进口来源分析	53
第二节 2009-2014年中国休闲鞋出口分析	59
一、休闲鞋出口数量分析	59
二、休闲鞋出口金额分析	60
三、休闲鞋出口均价分析	60
四、休闲鞋出口流向分析	60
第六章 休闲鞋行业产品营销渠道分析	73
第一节 休闲鞋行业国内营销模式分析	73
第二节 休闲鞋行业主要销售渠道分析	73
第三节 休闲鞋行业价格竞争方式分析	75
第四节 休闲鞋行业营销策略分析	76
第五节 休闲鞋行业国际化营销模式分析	78
第六节 休闲鞋行业市场营销发展趋势预测	80
第七章 国内休闲鞋竞争状况分析	81
第一节 休闲鞋行业竞争格局分析	81
一、休闲鞋行业竞争分析	81
二、国内外休闲鞋竞争分析	81
三、中国休闲鞋市场格局分析	83
四、中国休闲鞋市场集中度分析	83
第二节 中国休闲鞋产业"波特五力模型"分析	84
一、"波特五力模型"介绍	84
二、休闲鞋产业环境的"波特五力模型"分析	85
(一) 行业内竞争	85
(二) 买方侃价能力	85

(三) 卖方侃价能力 86

(四) 进入威胁 86

(五) 替代威胁 86

第三节 中国休闲鞋市场竞争力优势分析 87

一、整体产品竞争力评价 87

二、竞争优势评价及构建建议 87

第四节 中国休闲鞋品牌分析 88

一、休闲鞋竞争品牌比较分析 88

二、休闲鞋品牌企业梯队分布 88

三、休闲品牌发展特点分析 88

四、国际休闲品牌的发展经验 89

第五节 2013年国内重点休闲鞋品牌市场占有率 90

第八章 国内市场重点休闲鞋品牌竞争力分析 92

第一节 ECCO 92

一、品牌概念及发展介绍 92

二、企业主营业务及产品结构 92

三、企业经营情况及利润分析 93

四、企业休闲鞋业务发展规划 94

五、企业营销网络及营销策略 95

六、企业品牌发展战略分析 96

第二节 clarks 97

一、品牌概念及发展介绍 97

二、企业主营业务及产品结构 97

三、企业经营情况及利润分析 98

四、企业休闲鞋业务发展规划 99

五、企业营销网络及营销渠道 99

六、企业发品牌战略及发展规划 99

第三节 timberland 99

一、品牌概念及发展介绍 99

二、企业主营业务及产品结构 100

三、企业经营情况及利润分析 100

四、企业休闲鞋业务发展规划 101

五、企业营销网络及营销渠道	101
六、企业发品牌战略及发展规划	101
第四节 GEOX	102
一、品牌概念及发展介绍	102
二、企业主营业务及产品结构	103
三、企业经营情况及毛利分析	103
四、企业休闲鞋业务发展规模	104
五、企业营销网络及营销渠道	105
六、企业品牌战略及发展规划	106
第五节 SKAP	107
一、品牌概念及发展介绍	107
二、企业主营业务及产品结构	108
三、企业经营情况及动态分析	108
四、企业营销网络及营销渠道	109
第六节 暇步士	109
一、品牌概念及发展介绍	109
二、企业主营业务及产品结构	109
三、企业休闲鞋业务竞争优势	111
四、企业营销网络及营销渠道	111
五、企业品牌战略及发展规划	111
第七节 RICH BOSS	112
一、品牌概念及发展介绍	112
二、企业主营业务及产品结构	112
三、企业营销网络及营销渠道	113
四、企业品牌相关定位分析	114
五、企业休闲鞋品牌发展态势	114
第八节 劲王	115
一、品牌概念及发展介绍	115
二、企业主营业务及产品结构	116
三、企业休闲鞋业务发展规模	116
四、企业营销网络及营销渠道	117
五、企业发品牌特色及其定位	117

第九章 休闲鞋市场发展趋势及影响因素分析	118
第一节 市场发展趋势分析	118
一、休闲鞋市场发展趋势分析	118
二、休闲鞋市场发展前景展望	120
第二节 国内休闲鞋市场存在的问题	120
一、国内休闲鞋市场存在的问题	120
二、国内外休闲鞋品牌存在的差距	121
三、国内休闲鞋市场发展建议	121
第三节 未来国内休闲鞋行业发展影响因素分析	123
一、影响行业发展的有利因素	123
二、影响行业发展的不利因素	124
第十章 2015-2020年休闲鞋行业投资机会与风险分析	126
第一节 2015-2020年中国休闲鞋行业投资环境分析	126
第二节 2015-2020年中国休闲鞋行业投资机会分析	127
第三节 2015-2020年中国休闲鞋行业环境风险	127
一、宏观经济风险	127
二、市场竞争风险	128
三、未能准确把握市场需求变化的研发风险	128
四、品牌被仿冒的风险	128
第四节 休闲鞋行业进入壁垒分析	128
一、品牌壁垒	128
二、营销网络壁垒	129
三、设计壁垒	129
四、供应链管理能力和	129
第五节 2015-2020年中国休闲鞋产业投资策略及建议	129

图表目录：

图表 1 中国制鞋行业相关法律法规一览表	10
图表 2 2007-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图	14
图表 3 2007-2014年中国人均GDP增长趋势图	15
图表 4 2007-2014年中国各地区人均GDP情况	15
图表 5 欧美及全球主要经济体经济增长及预测	17

图表 6 2013年全球主要经济体人均GDP情况	18
图表 7 2007-2014年中国城镇居民家庭人均收入情况	19
图表 8 2007-2014年中国分地区城镇居民家庭人均可支配收入统计	19
图表 9 2007-2014年中国农村居民家庭人均纯收入	20
图表 10 2007-2014年中国分地区农村居民家庭人均纯收入统计	21
图表 11 2007-2014年中国城镇居民及农村居民家庭人均消费支出情况	22
图表 12 2013年中国分地区城镇及农村居民家庭人均消费支出情况	22
图表 13 2007-2014年中国人口总数变化趋势图	24
图表 14 2007-2014年中国人口数量统计	24
图表 15 2008-2014年中国各年龄段人口数量统计	25
图表 16 2005-2015年中国城镇化率变化趋势图	25
图表 17 2008-2018年中国人均鞋类消费支出情况	27
图表 18 中国各地区城镇居民家庭平均每人全年现金消费支出	27
图表 19 2007-2014年世界主要国家人均鞋类年消费支出情况	28
图表 20 2013年世界及主要国家人均鞋类年消费支出情况	29
图表 21 2008-2014年中国休闲鞋产量情况	34
图表 22 2015-2020年中国休闲鞋产量预测趋势图	35
图表 23 2008-2014年中国休闲鞋需求总量	35
图表 24 2008-2014年中国休闲鞋需求总量预测趋势图	36
图表 25 中国分区域休闲市场容量占比及市场特点	37
图表 26 国内休闲鞋价格情况	38
订购电话；010-57272298	
图表 27 2007-2014年中国全粒面未剖层及粒面剖层蓝湿牛皮进出口均价情况	41
图表 28 2007-2014年中国整张全粒面未剖层牛皮革进出口均价情况	41
图表 29 2007-2014年中国整张粒面剖层牛皮革进出口均价情况	42
图表 30 2006-2014年中国市场MDI价格走势	42
图表 31 2006-2014年中国市场TDI价格走势	43
图表 32 2014年11月主要休闲面料价格情况	43
图表 33 2007-2014年中国合成橡胶产量统计	45
图表 34 2013-2014年各月中国主要橡胶产品价格变化趋势图	45
图表 35 2007-2014年中国消费者休闲鞋人均消费量	46
图表 36 消费者对休闲鞋的价格在意情况调查	47
图表 37 消费者质量偏好调查表	47

图表 38 消费者品牌偏好调查表	48
图表 39 消费者选购休闲鞋产品的影响因素	48
图表 40 消费者选购休闲鞋产品的影响因素	48
图表 41 休闲鞋消费者品牌关注度	49
图表 42 休闲鞋消费者品牌认知渠道	49
图表 43 中国消费者对于新品牌的接受程度	50
图表 44 2009-2014年中国包含休闲鞋在内的鞋靴进口量统计	52
图表 45 2009-2014年中国包含休闲鞋在内的鞋靴进口额统计	53
图表 46 2009-2014年中国包含休闲鞋在内的鞋靴进口额统计	53
图表 47 2013年其他橡、塑或再生皮革外底，皮革鞋面的鞋靴进口来源	53
图表 48 其他橡胶或塑料外底，纺织材料鞋面的鞋靴	55
图表 49 2014年其他橡、塑或再生皮革外底，皮革鞋面的鞋靴进口来源	56
图表 50 2014年其他橡胶或塑料外底，纺织材料鞋面的鞋靴	58
图表 51 2009-2014年中国包含休闲鞋在内的鞋靴出口量统计	59
图表 52 2009-2014年中国包含休闲鞋在内的鞋靴出口额统计	60
图表 53 2009-2014年中国包含休闲鞋在内的鞋靴出口均价	60
图表 54 2013年其他橡、塑或再生皮革外底，皮革鞋面的鞋靴	61
图表 55 2013年其他橡胶或塑料外底，纺织材料鞋面的鞋靴	64
图表 56 2014年其他橡、塑或再生皮革外底，皮革鞋面的鞋靴	67
图表 57 2014年其他橡胶或塑料外底，纺织材料鞋面的鞋靴	70
图表 58 鞋业主要终端零售渠道特征比较	74
图表 59 中国市场休闲鞋品牌阵营划分	82
图表 60 波特五力"分析模型	85
图表 61 品牌收购兼并和海外扩张	90
图表 62 2013年全国重点大型零售企业休闲皮鞋销售前十位品牌	90
图表 63 ECCO产品线情况	92
图表 64 2013年ECCO产品收入结构	93
图表 65 2008-2014年ECCO营业收入及增长趋势图	93
图表 66 2008-2014年ECCO收入构成情况	94
图表 67 2008-2014年ECCO税前利润及营业利润率情况	94
图表 68 ECCO公司主要原料及生产基地分布情况	95
图表 69 2013年Clarks公司收入情况	98

图表 70 2013年其乐公司收入结构 98

图表 71 2008-2014年Timberland收入增长趋势图 100

图表 72 2013年GEOX公司产品收入结构 103

图表 73 2009-2014年GEOX公司收入增长趋势图 104

图表 74 2012-2014年GEOX分地区经营情况 104

图表 75 2012-2014年GEOX公司雇员情况 104

图表 76 2012-2014年GEOX店铺数量统计 105

图表 77 暇步士休闲男鞋图示 110

图表 78 暇步士休闲女鞋图示 110

图表 79 美国里奇波士服装国际有限公司休闲男皮鞋图示 113

图表 80 美国里奇波士服装国际有限公司休闲女鞋图示 113

图表 81 香港劲王鞋服实业发展有限公司休闲鞋图示 116

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/247732.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）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。