



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2012年中国女鞋市场发展 前景分析报告

## 一、调研说明

《2008-2012年中国女鞋市场发展前景分析报告》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/29458.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

### 内容摘要

我国人口总数超过13亿人，其中女性人口数量6.24亿，约占人口总数的48%。这是一个蕴涵着巨大的商机的市场。然而，巨大的市场商机中也暗藏着巨大的竞争。市场中有80%都属于地方品牌。目前，我国从事鞋业生产的企业7200多家，加上国外企业针对中国推出的品牌和已经成名的国际品牌以及贴牌生产的皮鞋品牌，品牌数量不下万余。

2007年中国女鞋市场的消费总量为65亿双，市场消费总额达2352亿元，并且连续十几年以12%的速度迅速增长。中国已经连续13年成为全世界最大的女鞋消费市场。到2010年，女鞋消费总量将超过80亿双，市场总交易额估计高达3300亿元。这组惊人的数据足以证明女鞋背后蕴藏着巨大的商机。

我国存在着一个规模庞大、增长迅速的中产阶级群体。这个群体包括白领、政府公务员、工程师与个体工商户等等。据预测，我国的中产阶级在2010年将达2.5亿，这个群体将是品牌女鞋的消费主流。放眼整个中国市场，女鞋销售总体上呈现稳步上升的趋势。未来中国的女鞋消费市场潜力巨大。

我国女鞋市场的扩张目前还只体现在产量和品牌种类上，品牌强势还没有培育起来。这使得国内市场各品牌女鞋瓜分天下，短期内难以出现一家或者几家独大的局面。这与我国女鞋制造业的技术垄断能力、设计的易模仿性有直接关系。据调查，我国前十强女鞋品牌的市场占有率仅在21.4%，不足全国总消费量的1/4，这是女鞋市场品牌集中度低下的一个很好证据。

由上图可以看到，我国女鞋市场主要品牌的竞争情况：百丽女鞋的市场占有率较高达到4.6%，其中他她也是百丽集团旗下品牌，总体占有率为6.8%，在十强品牌中分别占到了21.5%和10.3%。居于第二位的是达芙妮女鞋，占到总体市场的3.3%，十强的15.6%，其余品牌具体市场份额可由图中数据看到。我们在关注排行的同时也注意到，女鞋市场的品牌集中度相对较低，CR5仅达到14.5%，即使是十强品牌总体份额也仅在21.4%。可见我国女鞋市场没有领导性的强势品牌。

随着我国经济的发展，国内女鞋消费对于时尚、款式、品牌的关注增多，据调查将近有75%左右的消费者愿意选择国外品牌。这也是导致外资品牌进入我国市场的一个主要原因。与此同时，我国企业的女鞋产能快速扩张，对外出口持续加大，不管是自有品牌还是OEM的代工品，我国女鞋产品的成本优势都十分明显，这已经引起了欧盟等国对于鞋业产品的反倾销调查和进口制裁。如果考虑到人民币升值带来的制鞋业成本提升的问题，国内女鞋制造业可以说面临两难的境地：一方面成本提升价格优势受到削弱，另一方面出口难度加大，产品内销

又受到外资品牌的排挤。国内女鞋制造企业必须采取合适的经营和营销策略来规避风险，摆脱当前的困境。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助女鞋企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对女鞋产业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

## 正文目录

### 第一章 女鞋行业发展环境 11

#### 第一节 国内经济和社会环境 11

##### 一、近年来我国国民经济发展概况 11

##### 二、城市化和人民生活水平 14

#### 第二节 国际环境 15

##### 一、国际女鞋行业发展成熟度 15

##### 二、国际女鞋行业发展趋势 17

##### 三、主要国家女鞋市场现状 18

##### 四、国际女鞋主要生产商及品牌 22

##### 五、我国女鞋行业屡遭"反倾销"调查 28

#### 第三节 主要上下游相关行业发展概况 29

##### 一、皮革行业发展概况 29

##### 二、橡胶行业发展概况 30

##### 三、纺织印染行业发展概况 32

### 第二章 2008-2009年女鞋行业结构 33

#### 第一节 女鞋行业基本特征 33

##### 一、女鞋行业主要细分产品 33

##### 二、女鞋行业产业链 33

##### 三、女鞋设计具有特殊性 33

#### 第二节 女鞋行业竞争格局 33

一、女鞋行业主要企业和主要品牌 33

二、女鞋市场集中度 34

第三节 女鞋行业的"波特五力模型" 35

一、现有企业间的竞争 35

二、潜在进入者 35

三、替代品威胁 35

四、供应商议价能力 35

五、客户议价能力 36

第三章 2008-2009年中国女鞋行业生产状况 36

第一节 2001-2007年女鞋产量增长情况 36

第二节 女鞋行业产能 36

一、主要生产企业及其产能 36

二、女鞋行业产能扩张趋势 37

三、重点省区产能 38

第三节 女鞋行业成本结构 38

一、原材料成本 38

二、研发和设计成本 38

三、劳动力成本 39

第四节 女鞋行业生产中存在的主要问题 39

第四章 2008-2009年中国女鞋市场供需状况 39

第一节 女鞋消费需求特征 39

一、城镇和农村消费者需求特征 39

二、不同收入层次家庭需求特征 40

三、运动鞋和女鞋等细分产品的需求特征 40

四、女鞋消费的决策过程 41

第二节 2001-2007年女鞋行业供需状况 42

一、2001-2007年女鞋供给状况 42

二、2001-2007年女鞋需求状况 42

三、2001-2007年女鞋供需缺口 43

四、2008-2009年我国女鞋供需缺口变化趋势预测 43

### 第三节 2008-2009年中国女鞋消费量 43

#### 一、2001-2007年我国女鞋消费量 43

#### 二、2001-2007年女鞋各细分产品消费量 44

#### 三、2008-2009年我国女鞋消费量预测 44

### 第四节 影响女鞋行业供需关系的主要因素 44

## 第五章 2008-2009年中国女鞋细分市场预测 44

### 第一节 不同价位档次、不同鞋码女鞋市场 44

#### 一、不同价位档次女鞋市场 44

#### 二、不同鞋码女鞋市场 45

### 第二节 不同品牌女鞋市场 45

#### 一、主要国外品牌女鞋 45

#### 二、主要国内品牌女鞋 45

### 第三节 不同种类用途女鞋市场 49

#### 一、高跟鞋市场预测 49

#### 二、平跟女鞋预测 50

#### 三、休闲类女鞋预测 50

#### 四、运动类女鞋预测 50

#### 五、凉鞋、拖鞋预测 50

#### 六、其他用途女鞋预测（含靴子、表演用鞋等） 51

### 第四节 国内假冒伪劣女鞋市场调查 51

## 第六章 2008-2009年主要区域市场 51

### 第一节 华北地区 51

#### 一、市场容量和市场前景 52

#### 二、市场成熟度和竞争状况 54

#### 三、消费者偏好 57

### 第二节 华东地区 57

#### 一、市场容量和市场前景 57

#### 二、市场成熟度和竞争状况 57

#### 三、消费者偏好 58

### 第三节 华中地区 58

- 一、市场容量和市场前景 58
- 二、市场成熟度和竞争状况 59
- 三、消费者偏好 60

#### 第四节 西南地区 60

- 一、市场容量和市场前景 60
- 二、市场成熟度和竞争状况 62
- 三、消费者偏好 62

#### 第五节 西北地区 62

- 一、市场容量和市场前景 63
- 二、消费者偏好 63

#### 第六节 华南地区 63

- 一、广东惠东女鞋市场 63
- 二、龙岗女鞋市场 65

### 第七章 2008-2009年女鞋行业市场营销 65

#### 第一节 主要营销模式 65

- 一、初级阶段：批发 65
- 二、厂家直营店 68
- 三、主流：专卖店 70
- 四、新兴：专业店 72
- 五、B2C网上直销，品牌鞋企之钱途 75

#### 第二节 营销策略 78

- 一、塑造品牌的独特核心理念。 78
- 二、创新性的差异化概念。 79
- 三、实施双品牌战略。 79
- 四、打造区域性强势品牌。 79
- 五、品牌形象的本土化。 79

#### 第三节 女鞋企业营销模式建议 80

- 一、女鞋企业的国内营销模式建议 80
- 二、女鞋企业海外营销模式建议 80

### 第八章 2008-2009年女鞋行业进出口 83

第一节 女鞋进出口现状	83
一、进口规模及产品结构	83
二、出口规模、产品结构及主要市场	83
第二节 我国女鞋面临的"反倾销"问题及应对措施	84
一、我国女鞋行业遭受"反倾销"调查的主要案例	84
二、应对反倾销调查的措施	84
第三节 2008-2009年中国女鞋进出口发展趋势	84

## 第九章 2008-2009年中国女鞋行业市场预测 85

第一节 2008-2009年中国女鞋季节特征	85
第二节 2008-2009年中国女鞋产品趋势	85
第三节 2008-2009年中国女鞋价格走势	86
第四节 2008-2009年中国女鞋竞争格局	86
第十章 2008-2009年女鞋行业主要品牌企业	87

### 第一节 百丽BELLE女鞋 87

一、企业基本概况	87
二、企业经营与财务状况	87
三、2008-2009年企业竞争优势	90
四、企业未来发展战略与规划	91

### 第二节 达芙妮DAPHNE女鞋 91

一、企业基本概况	91
二、企业经营与财务状况	91
三、2008-2009年企业竞争优势	94
四、企业未来发展战略与规划	95

### 第三节 千百度女鞋 95

### 第四节 舒丹妮SHETON女鞋 98

一、企业基本概况	98
二、企业经营与财务状况	98
三、2008-2009年企业竞争优势	101
四、企业未来发展战略与规划	101

### 第五节 星期六ST&SAT女鞋 102

一、企业基本概况	102
----------	-----



二、企业经营与财务状况	102
三、2008-2009年企业竞争优势	104
四、企业未来发展战略与规划	104
第六节 耐克Nike女鞋	104
第七节 阿迪达斯Adidas女鞋	107
第八节Fed女鞋	110
一、企业基本概况	110
二、企业经营与财务状况	110
三、2008-2009年企业竞争优势	113
四、企业未来发展战略与规划	113

## 第十一章 2008-2009年女鞋行业投资价值与投资策略 114

第一节 女鞋行业投资价值	114
一、女鞋行业发展前景	114
二、女鞋行业盈利能力预测	115
三、投资机会	115
四、投资价值综合	115
第二节 女鞋行业投资风险	116
一、市场风险	116
二、竞争风险	116
三、原材料价格波动的风险	116
四、经营风险	116
五、政策风险	117
第三节 女鞋行业投资策略	117
一、市场定位	117
二、重点区域	118

## 图表目录

图表 1 2007年~2008年四季度我国GDP季度增幅比较	10
图表 2 2008年全年我国三个产业GDP增加值比较	11
图表 3 2004年~2008年我国GDP增长趋势图	12

图表 4 2003年~2007年我国城乡居民的恩格尔系数变化图 14

图表 5 2008年美国鞋类产品市场份额 18

图表 6 1999~2008年法国鞋业市场份额 20

图表 7 1999~2008年德国鞋类市场规模及 20

图表 8 1999年 - 2008年英国鞋类分类产品市场销售额 21

图表 9 2003年法国鞋类市场份额 22

图表 10 Adidas-Salomon AG 22

图表 11 ERAMSA 23

图表 12 Chaussures Bally SA 23

图表 13 vivarte 24

图表 14 2003年德国鞋类制造商概况 24

图表 15 Gabor公司概况 24

图表 16 百里公司概况 25

图表 17 Salamander集团概况 25

图表 18 2003年英国主要鞋类生产商的销售商增长率和市场分额 26

图表 19 1999 - 2003年耐可公司的利润和销售增长 27

图表 20 1999 - 2003年商马狮公司的利润和销售增长 27

图表 21 1999 - 2003年其乐公司的利润和销售增长 28

图表 22 1999 - 2003年STYLO公司的利润和销售增长 28

图表 23 我国女鞋市场主要品牌份额排行 33

图表 24 2003年~2010年我国女鞋市场规模增长趋势图 37

图表 25 经济增长、收入增长和消费者信心指数变化趋势 39

图表 26 不同收入层次家庭需求价格情况 40

图表 27 不同收入消费者购买习惯比例情况 40

图表 28 女鞋消费者购买女鞋频率情况 41

图表 29 女鞋消费者购买女鞋的考虑因素情况 41

图表 30 女鞋消费者购买女鞋地点比例情况 42

图表 31 2006-2007年新百丽鞋业深圳有限公司盈利结构 87

图表 32 2006-2007年新百丽鞋业深圳有限公司资产结构 88

图表 33 2006-2007年新百丽鞋业深圳有限公司成本费用 89

图表 34 2006-2007年温州市鹿城达芙妮鞋业有限公司盈利结构 91

图表 35 2006-2007年温州市鹿城达芙妮鞋业有限公司资产结构 92

图表 36 2006-2007年温州市鹿城达芙妮鞋业有限公司成本费用	93
图表 37 2006-2007年美丽华企业（南京）有限公司盈利结构	95
图表 38 2006-2007年美丽华企业（南京）有限公司资产结构	96
图表 39 2006-2007年美丽华企业（南京）有限公司成本费用	97
图表 40 2006-2007年浙江舒丹妮鞋业有限公司盈利结构	98
图表 41 2006-2007年浙江舒丹妮鞋业有限公司资产结构	99
图表 42 2006-2007年浙江舒丹妮鞋业有限公司成本费用	100
图表 43 2006-2007年佛山星期六鞋业有限公司盈利结构	102
图表 44 2006-2007年佛山星期六鞋业有限公司资产结构	102
图表 45 2006-2007年佛山星期六鞋业有限公司成本费用	103
图表 46 2006-2007年耐克（苏州）体育用品有限公司盈利结构	105
图表 47 2006-2007年耐克（苏州）体育用品有限公司资产结构	105
图表 48 2006-2007年耐克（苏州）体育用品有限公司成本费用	106
图表 49 2006-2007年阿迪达斯（苏州）有限公司盈利结构	107
图表 50 2006-2007年阿迪达斯（苏州）有限公司资产结构	108
图表 51 2006-2007年阿迪达斯（苏州）有限公司成本费用	109
图表 52 2006-2007年嘉兴宜泰鞋业有限公司盈利结构	110
图表 53 2006-2007年嘉兴宜泰鞋业有限公司资产结构	111
图表 54 2006-2007年嘉兴宜泰鞋业有限公司成本费用	112
图表 55 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证	124
图表 56 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书	126
图表 57 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证	128

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/29458.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。