



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008中国休闲鞋行业趋势研究与 发展预测分析报告

一、调研说明

《2008中国休闲鞋行业趋势研究与发展预测分析报告》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/46939.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

休闲是现代人追求的一种生存状态，一种生活方式，是现代文化在现代生活中的一种特殊表现。休闲在当代人生活中往往变成了一种时尚符号，涵盖了生活的方方面面，如散步、运动健身、旅游、购物等。取悦自己、享受多彩生活，休闲已成为现代人追求的不可去少的生命、生活质量指标之一。

休闲鞋的概念、内涵和功能便与这种新生活理想和方式紧密相关。人们借助休闲鞋的造型、品牌及内涵去修饰装扮自己、展示自己，从中获得一种审美愉悦和象征性的精神满足。从使用角度看，休闲鞋应该同时具有实用和审美两种基本功能，缺少哪一种都会严重影响休闲鞋的使用性，实用功能是休闲鞋存在的前提，审美、象征功能是休闲鞋重要的延伸功能。

由于休闲鞋顺应了速度经济时代的快节奏中人们对休闲生活的渴望，所以将成为今后流行的主题，人们的价值观和审美观也伴随着社会经济的迅速变革而日益呈现出个性化、多样化的特点，舒适、时尚、健康、个性成为人们关注的焦点和新宠。

【 目录 】

第一章 行业发展的宏观经济环境分析

第一节2007年国际经济环境分析

一、美国

二、欧盟

三、日本

四、金砖四国

第二节2007年中国宏观经济形势分析

一、农业生产继续稳定发展，粮食再获丰收

二、工业生产增长加快，企业效益提高

三、固定资产投资快速增长，房地产开发投资明显加快

四、市场销售增长较快，增速呈现逐步提高的态势

五、消费价格上涨较快，房屋销售价格上涨较多

六、对外贸易快速增长，外商直接投资继续增长

七、居民收入快速增长，就业增加较多

八、货币供应量增长较快，贷款增加较多

第三节2008年全球宏观经济形势展望

第四节2008年中国宏观经济形势展望

第二章 休闲鞋概况

第一节 休闲鞋的定义、特点及由来

一、定义

二、特点

三、由来

第二节 休闲鞋的分类

第三章 休闲鞋的设计和生產要求

第一节 鞋楦的特点

一、鞋楦的造型与设计要求

二、鞋楦与成鞋造型和功能的关系

第二节 帮面材料的选择

第三节 帮面的设计

一、色彩的表现

二、款式的变化

三、帮面处理

第四节 鞋帮的结构与材料的选择

一、鞋垫

二、中底

三、大底

第五节 帮底结合工艺

第四章 休闲鞋一般穿用功能分析

第一节 休闲鞋的实用功能分析

第二节 休闲鞋审美功能分析

一、休闲鞋造型美

二、休闲鞋工艺美

第五章 从国际品牌看中国休闲鞋业营销之道

第一节 奥克斯:“会呼吸”技术创造的神奇

第二节 耐吉:品牌延伸的精彩

第三节 国内休闲鞋品牌突围

第六章 中国休闲运动鞋发展战略

第一节 准确把握消费市场动向

第二节 专攻主题性市场

第三节 突出品牌形象

第四节 以年轻人的喜好为设计考虑

第五节 向休闲化、装饰化发展

第七章 2007年中国鞋业发展情况分析

第一节 2007年中国鞋业发展情况分析

一、四大制鞋产业基地较成熟

二、借助奥运实现品牌飞跃

三、中国鞋业亟待走向高端

第二节 2007年中国皮鞋发展情况分析

一、2007年1-12月中国累计皮鞋产量

二、中国鞋业借力采购消除贸易摩擦,促双方共赢

三、温州鞋企突破欧盟反倾销壁垒

四、中国制鞋厂出现破产潮

第二节 2007年中国胶鞋生产情况分析

一、2007年华北地区胶鞋生产情况

二、2007年东北地区胶鞋生产情况

三、2007年华东地区胶鞋生产情况

四、2007年中南地区胶鞋生产情况

五、2007年华南地区胶鞋生产情况

六、2007年西南地区胶鞋生产情况

七、2007年西北地区胶鞋生产情况

第八章 中国鞋业品牌发展分析

第一节 中国鞋业品牌集群与地域分布

第二节 中国鞋业三大渠道

一、专卖店

二、商场

三、鞋业超市

第三节 中国鞋业四大趋势

第四节 中国鞋业五大营销策略

一、塑造品牌的独特核心理念

二、创新性的差异化概念

三、实施双品牌战略

四、打造区域性强势品牌

五、品牌形象的本土化

第五节 中国鞋业品牌的四大缺陷

一、鞋业品牌内涵的缺失

二、人性化的缺失

三、品牌顾客满意度缺失

四、知识产权意识缺失

第六节 鞋业品牌未来发展趋势分析

一、“新垄断时代”的来临

二、顾客忠诚度向“品牌崇拜”的进化

三、事件营销

四、品牌销售之网络终端的强化

第九章 中国制鞋业与世界鞋业的博弈

第一节 世界制鞋业发展状况及消费市场概况

一、中国

二、印度

三、巴西

四、越南

五、意大利

六、西班牙

七、葡萄牙

第二节 全球主要鞋业生产国的优劣势比较

第三节 中国制鞋业今后的发展趋势

第十章 2008年中国鞋业发展预测

第一节 制鞋业发展整体状况

第二节 奥运商机—强者的游戏

第三节 奥运后—商机无限

第四节 企业经营以稳为主

第十一章 2007年相关行业发展分析

第一节 2007年橡胶制品业发展分析

一、总体运行情况

二、投资情况分析

三、企业分类经营情况

第二节 2007年中国纺织服装业发展分析

一、市场供需分析

二、进出口分析

三、市场价格分析

四、投资情况分析

五、主要企业经营情况

第十二章 2008年中国休闲鞋的发展趋势

第一节 舒适是休闲鞋现在及未来发展的第一主题

第二节 时尚是休闲鞋追求的永恒主题

第三节 高科技是未来休闲鞋的核心竞争力

第四节 功能性是未来休闲鞋的主要特色

附表

表7.1 2007年1-12月中国皮鞋产量及同比增长

表7.2 2007年华北地区胶鞋产量及同比增长

表7.3 2007年东北地区胶鞋产量及同比增长
表7.4 2007年华东地区胶鞋产量及同比增长
表7.5 2007年中南地区胶鞋产量及同比增长
表7.6 2007年华南地区胶鞋产量及同比增长
表7.7 2007年西南地区胶鞋产量及同比增长
表7.8 2007年西北地区胶鞋产量及同比增长
表9.1 全球主要鞋业生产国产业成本优劣比较表
表11.1 2007年橡胶制品业工业总产值情况（亿元，%）
表11.2 2007年橡胶制品业工业销售产值情况（亿元，%）
表11.3 2006年以来轮胎产量变化
表11.4 2007年橡胶制品业出口交货值
表11.5 2007年橡胶制品业销售收入和利润实现情况（亿元，%）
表11.6 2007年1-12月不同规模企业工业总产值和销售值情况
表11.7 2007年1-11月不同规模企业销售收入和利润情况
表11.8 2007年1-12月不同所有制企业工业总产值和销售值情况
表11.9 2007年1-11月不同所有制企业销售收入和利润情况
表11.10 2007年中国纺织服装业工业总产值增长情况（亿元，%）
表11.11 2007年中国纺织服装业工业销售值增长情况（亿元，%）
表11.12 2007年我国鞋类出口情况
表11.13 2007年我国主要纺织品进口情况
表11.14 2007年纺织服装业不同规模企业工业市场供需情况
表11.15 2007年纺织服装业不同所有制企业工业市场供需情况

附 图

图1.1 2001-2007年美国营建许可及新屋动工数持续下行
图1.2 美国连排新屋动工数急跌
图1.3 美国房市供需缺口有所改善
图1.4 2001-2007年美国工业产出及产能利用率
图1.5 费城联储局制造业指数大幅下挫
图1.6 美国零售增速放缓
图1.7 2008年初密歇根大学消费者信心指数反弹
图1.8 2004-2008年1月美国首次申请失业保险人数

图1.9 美国消费者物价指数回调

图1.10 日本增长缓慢的收入难以支持消费

图1.11 2004-2007年日本消费者信心指数

图1.12 日本2007年第三季度经济增长反弹

图1.13 2005-2007年日本出口增速

图1.14 美国占日本出口比重减小

图1.15 日本Tankan企业景气指数处于高位

图1.16 日本产能利用率高企

图1.17 日本土地价格回暖

图1.18 日本房屋市场急速下滑

图1.19 日本GDP平减指数连续多年倒退

图1.20 日本消费者物价指数负增长

图1.21 日本国债占GDP比重持续增长

图1.33 2002-2007年工业生产增加值

图1.34 固定资产投资增长速度

图1.35 2004-2007年社会消费零售总额增长率

图1.36我国城镇居民消费结构朝多元化方向发展

图1.37 中日韩三国城镇居民消费结构对比

图1.38 CPI指数和PPI指数

图1.39 物价满意度大幅度下降

图1.40 2006-2007年房屋销售价格

图1.41 2003-2007年收入感受指数

图1.42 1991-2008年中国GDP增长速度

图1.43 2000-2008年中国城镇居民人均可支配收入增速

图1.44 2000-2008年中国农村居民人均可支配收入增速

图11.1 2006年以来中国橡胶制品业固定资产投资情况

图11.2 2006年以来中国纺织服装业累计固定资产投资增速（%）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46939.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提供专业投资咨询报告、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。