



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国童鞋行业市场调查与 投资咨询分析报告

一、调研说明

《2007年中国童鞋行业市场调查与投资咨询分析报告》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/47466.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

截止到2006年，全国15岁以下的儿童大约3.8亿人，如果按照平均数量来计算，每人每年消费4双童鞋，每双鞋以保守的20元计算，就是300多亿元。现在人们的生活水平越来越高，父母对子女的生活投入越来越大，儿童消费呈现出明显的个性化、购习主动化的趋势。所以，童鞋的市场空间将逐年高带递增。同时，最近几年童鞋产品的欠也是在不断的攀升，由以前简单的使用碎皮、合成革生产的产品发展到了使用头层全粒面革制作，所有这些都标志着童鞋产品的市场潜力在不断增加。

2003-2006几乎所有的童鞋品牌都不约而同将品牌推广瞄准了卡通偶像，迪斯尼为无数企业指明了前进的方向，在历经1998-2002无意识的卡通宣传阶段后，随着内外部环境的变革，中国营销力量的崛起，企业进入了二次创业阶段，开始有了意识朦胧的品牌运作。许多企业引入欧美、日本、韩国重量级偶像，如奥特曼、蜘蛛人、兔八哥、流氓兔、一休等。国内的卡通明星也大放异彩，蓝猫淘汽、阿凡提，制造卡通偶像，成为童鞋行业的快速成长的必经之路。

市场需求的扩大以及多样化的特征必将拉动国内童鞋市场的繁荣，国内市场的激烈竞争以及国际贸易环境的转变必将给国内童鞋生产企业带来不少的压力。

一方面，我国儿童市场巨大的市场规模吸引国外品牌把目光瞄准中国市场，将产品出口到我国，并且在国内建厂或采取OEM的方式迅速抢占国内市场，另一方面，反倾销的压力迫使国内已出口童鞋为主的企业不得不调整发展战略。面对日渐恶劣的出口环境，国内童鞋企业逐渐由出口为主，转向以内销为主。

目前童鞋行业，从形势上看竞争越来越激烈，而竞争从另一个角度上看，则意味着一场前所未有的变革，正如2000年成人运动鞋一样，在今后三至四年内将是童鞋行业竞争时代的一个分水岭，所有的童鞋企业将面临一场异常激烈的战争，而能否在这个竞争激烈的时代顺利地建立、巩固、维护一个品牌，并通过系统的品牌管理工作将其打造成全国强势品牌，就决定了一个企业在行业洗牌中的命运。企业如果在五年内没有建立自己的品牌，将失去市场竞争的资格，无立锥之地。

目前，我国儿童皮鞋市场尚未形成一定的规模，专门的皮鞋品牌还并不多。通过调查显示，根据消费者购买儿童皮鞋的比重分析，儿童皮鞋企业应加快以下几个方面的渠道建设，尽快树立儿童皮鞋的特有皮鞋。

图表 1 消费者儿童皮鞋购买渠道调查

本报告详尽描述了中国童鞋行业的市场运行环境，重点研究并预测了其上下游行业发展以及对童鞋需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对童鞋行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助童鞋制造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。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、中国鞋行业协会等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。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！

【 目录 】

第一章 2007年国际童鞋行业基本概况

第一节 童鞋行业基本特征

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

第二节 2007国际童鞋行业现状

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

第二章 2007年中国童鞋行业运营现状

第一节 国内经济和社会环境

- 一、近年来我国国民经济发展概况
- 二、城市化和人民生活水平
- 三、中国有儿童（年轻）家庭消费特征分析
- 四、儿童皮鞋标准将出台

第二节 行业整体经营效益分析

第三节 行业主要财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业运营能力分析
- 三、行业偿债能力分析
- 四、行业发展能力分析

第三章 2007年中国童鞋行业生产状况分析

第一节 2006-2007年童鞋产量增长情况

第二节 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、重点省区特征分析

第三节 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

第四节 童鞋行业生产中存在的主要问题

第四章 2007年中国童鞋市场需求分析

第一节 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

第二节 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

第三节 童鞋消费量分析

一、2006-2007年我国童鞋消费量分析

二、童鞋各细分产品消费量分析

第五章 2007年中国童鞋行业进出口分析

第一节 童鞋进出口现状

一、进口规模及产品结构

二、出口规模、产品结构及主要市场

第二节 我国童鞋面临的“反倾销”问题及应对措施

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

第三节 童鞋进出口发展趋势及前景分析

第六章 童鞋主要细分产品市场运行分析

第一节 运动鞋

一、产品特性和市场规模

二、市场竞争格局

第二节 休闲鞋

一、产品特性和市场规模

二、市场竞争格局

第三节 皮鞋

一、产品特性和市场规模

二、市场竞争格局

第七章 2007年童鞋行业市场营销模式分析

第一节 主要营销模式分析

- 一、直营模式
- 二、代理经销商模式
- 三、大型综合连锁卖场模式
- 四、网络营销

第二节 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、配件的产品系列化

第三节 童鞋营销典型成功案例分析及特点

第四节 中国童鞋营销预测

第八章 2007中国童鞋行业市场竞争格局分析

第一节 2007年童鞋行业竞争格局

- 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

第二节 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 主要区域市场比较分析

第一节 华北地区

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

第二节 东北地区

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

第三节 华东地区

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

第四节 华中地区

第五节 华南地区

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

第六节 西南地区

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

第七节 西北地区

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

第十章 童鞋行业主要企业优势经营分析

第一节 上海巴布豆儿童用品有限公司

- 一、基本概况
- 二、生产运营与财务状况分析
- 三、竞争优势分析与发展前景预测

第二节 意大利GEOX公司

- 一、基本概况
- 二、生产运营与财务状况分析
- 三、竞争优势与发展战略分析
- 四、发展前景预测

第三节 意大利法尔卡公司

- 一、基本概况
- 二、运营状况
- 三、竞争优势分析

第四节 丹麦安徒生国际集团

- 一、基本概况
- 二、运营状况分析
- 三、发展战略分析
- 四、在华发展前景预测

第五节 福建帮登鞋业有限公司

- 一、基本概况
- 二、生产运营与财务状况分析
- 三、竞争优势与发展战略分析
- 四、发展前景预测

第六节 红蜻蜓集团有限公司

- 一、基本概况
- 二、生产运营与财务状况分析
- 三、竞争优势与发展战略分析
- 四、发展前景预测

第七节 泉州南琦鞋业有限公司

- 一、基本概况
- 二、生产运营与财务状况分析
- 三、竞争优势与发展战略分析
- 四、发展前景预测

第八节 温州蓝猫鞋业有限责任公司

- 一、基本概况
- 二、生产状况分析
- 三、竞争优势与发展战略分析
- 四、发展前景预测

第九节 福建南安七波辉鞋服有限公司

- 一、基本概况
- 二、生产运营状况分析

三、竞争优势与发展战略分析

第十节 上海斯乃纳儿童用品有限公司

一、基本概况

二、生产运营与财务状况分析

三、竞争优势与发展战略分析

四、发展前景预测

第十一章 2007年童鞋行业主要上下游相关产业发展概况

第一节 皮革行业发展概况

第二节 橡胶行业发展概况

第三节 纺织印染行业发展概况

第十二章 2007-2010年中国童鞋市场发展趋势预测

第一节 童鞋市场需求预测

一、主要产品需求规模预测

二、主要细分市场发展趋势

第二节 童鞋进出口预测

一、主要产品进口预测

二、主要产品出口预测

第三节 童鞋行业生产预测

一、童鞋行业产能扩张分析

二、主要产品产量预测

第四节 童鞋行业竞争格局预测

第五节 主要原材料价格走势预测

一、皮革

二、橡胶

三、纺织面料

第十三章 2007-2010年中国童鞋行业投资价值与投资策略分析

第一节 童鞋行业投资价值分析

一、童鞋行业盈利能力预测

二、童鞋行业投资机会分析

三、童鞋发展周期性分析

第二节 童鞋行业投资风险分析

一、市场风险

二、竞争风险

三、原材料价格波动的风险

四、经营风险

五、政策风险

第三节 童鞋行业发展前景分析

第四节 童鞋行业投资策略分析

一、市场定位

二、重点区域

图表目录

图表 1 消费者儿童皮鞋购买渠道

图表 2 2001-2007年上半年我国GDP增长趋势图

图表 3 2007年上半年我国宏观经济总体运行情况

图表 4 我国部分主要童鞋制造企业及其产能

图表 5 家庭消费决策模型

图表 6 2006年中国童鞋消费情况

图表 7 2006-2007年中国童鞋市场消费结构及消费量

图表 8 消费者儿童皮鞋购买渠道

图表 9 儿童皮鞋产品属性方面的满意度调查

图表 10 我国童鞋行业主要企业和主要品牌

图表 11 华北地区0-14岁的人口数量统计分析 单位：万人

图表 12 2007年2季度北京市童鞋产品质量监督抽查结果汇总表

图表 13 东北地区0-14岁的人口数量统计分析 单位：万人

图表 14 华东地区14岁以下儿童人口数量情况

图表 15 华东地区消费者选择国内童鞋品牌的心理调查

图表 16 华中地区0-14岁人口数量及所占比例情况 单位：万人

图表 17 2005年人口普查中华南地区0-14岁人口数量及所占比例情况

图表 18 西南地区0-14岁以下人口数量情况 单位：万人

图表 19 西南地区消费者选择国内童鞋的品牌心理调查

图表 20 西北地区0-14岁以下人口数量情况 单位：万人

图表 21 西北地区童鞋价位及品牌关注度调查

图表 22 20052006年上海巴布豆公司主要经济指标运行状况

图表 23 20052006年上海巴布豆公司总资产变化趋势图

图表 24 20052006年上海巴布豆公司销售收入变化趋势图

图表 25 20052006年巴布豆公司利润变化趋势图

图表 26 近几年GEOX公司产量增长趋势

图表 27 2005-2006年福建帮登鞋业主要经济指标运行情况

图表 28 2005-2006年帮登鞋业前八月总资产变化趋势图

图表 29 2005-2006年销售收入变化趋势图

图表 30 2005-2006年总利润变化趋势图

图表 31 2005-2006年红蜻蜓公司资产变化情况

图表 32 2005-2006年红蜻蜓集团总资产变化情况

图表 33 2005-2006年红蜻蜓集团销售收入变化情况

图表 34 2005-2006年红蜻蜓集团产品销售收入变化趋势图

图表 35 2005-2006年红蜻蜓集团总利润情况

图表 36 2005-2006年红蜻蜓集团总利润变化趋势图

图表 37 2005-2006年南琦鞋业主要经济指标运行情况

图表 38 2005-2006年斯乃纳儿公司总资产状况

图表 39 2005-2006年公司销售收入及利润总额情况

图表 40 2005-2006年公司销售收入变化情况

图表 41 2005-2006年公司利润总额变化情况

图表 42 近五年我国规模以上印染企业利润趋势图

图表 43 消费品零售总额变动趋势(月度数据)

图表 44 城乡居民收入变动趋势

图表 45 1992-2006年中国天然橡胶期货价格走势

图表 46 1992-2006年中国天然橡胶供求平衡表

图表 47 2006-2007年中国童鞋市场容量分布图

图表 48 略。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47466.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。