



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国制鞋行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国制鞋行业市场分析及发展趋势研究报告》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/47637.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

内容简介

改革开放以来，中国鞋业发展迅猛。尤其在90年代后，产量和出口量一路飙升。目前，中国已经成为世界第一制鞋大国和鞋类出口大国。拥有制鞋企业2万多家，从业人员22万多人。2005年，生产各种鞋类超过70亿双，占全球鞋类生产总量的50%以上。中国鞋业生产主要集中在几个大型的生产基地，业内对中国最大的几个生产基地概称为“三州一都”。这是中国最具规模、最集中的四大制鞋基地。在消费上，近几年，我国年消费鞋类近20亿双，已超过美国，居世界首位。接近几年的国内市场发展趋势，我国的鞋类市场还将进一步扩大，档次将不断提高。

2006年，将是中国鞋业非常关键的一年，2005年欧盟一整年纷纷扰扰的“反倾销”、“毒鞋事件”的延续，2006年欧盟相关贸易壁垒的保护措施将逐步出台，国内一大批鞋业企业备被牵连，企业的生存和发展会直接受到威胁。在国际市场四面楚歌的大气候下，国内市场的竞争也更为激烈，随着国外品牌的大举进入、我国鞋企的市场空间将受到更严峻的挑战，因此我国鞋企必须立即采取有效措施以应对当前困局，同时也需要加强修好内功，从而在根本上实现我国鞋企的企业标准化、品牌认证化的战略步骤。

另外，我国进入WTO“后过渡期”，外国鞋抢滩中国市场，制鞋行业竞争也更加激烈，这给我国制鞋行业带来了严峻的挑战，同时也带来了新的发展机遇。由于在劳动力、原材料资源和基础设施等方面的巨大优势，决定了在我国制鞋业生产布局中居于重要的地位。那么，在如此形势下，我国制鞋行业该如何树立全面、协调、可持续发展的科学发展观，如何加快产业调整步伐，实施名牌发展战略，不断提升制鞋业的综合竞争力呢？

本研究咨询报告依据国家统计局、国家海关总署、国家经贸委、国务院发展研究中心、中国轻工业协会、中国纺织工业协会、中国橡胶工业协会、中国皮革协会、全国制鞋工业信息中心、FOOTWEAR INDUSTRY OF AMERICA、FIA、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、《中外鞋业》、中国行业研究网、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据。本报告通过对我国制鞋产业以及各重要子产业历年来生产、销售情况、进出口情况和当前国内制鞋业竞争格局等情况的

重点、深入剖析，运用先进的经济学原理对世界与我国制鞋业的未来发展方向和趋势做出了科学预测，并根据目前国内制鞋业发展现状，为我国制鞋业及各类制鞋企业面对WTO时代所带来的冲击，提出了诸多颇具创造性和可行性的具体发展建议。报告还综合了胶鞋市场、皮鞋市场、布鞋市场、塑料鞋市场，以及运动鞋市场、皮革市场、鞋材市场等重要板块的内容，并介绍了国内各制鞋业重点区域的发展现状及国内外典型制鞋企业的成功经营模式，所选资料丰富、可靠，引用的数据准确、翔实，是国内制鞋厂家、鞋制品原材料提供商、鞋业研究机构等单位准确了解目前国内外制鞋业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

第一部分 中国制鞋行业现状分析

第一章 中国制鞋行业的发展现状分析 1

第一节 中国制鞋业概况 1

第二节 2005年我国制鞋行业运行情况 3

一、鞋业市场现状分析 3

二、2005我国制鞋行业差距与行动 7

三、2005年中国制鞋业风起云涌 9

四、人民币升值对中国制鞋业的影响 13

第三节 中国制鞋行业发展特点 14

一、形成了不同经济类型共同发展的新格局 14

二、实施质量立业初见成效，出口持续增长 15

三、制鞋行业的经济效益全面提升 15

四、行成了一批具有行业特色的生产基地和专业市场 15

五、实施品牌战略工作有了新进展 16

第四节 中国制鞋业相关标准及影响分析 16

一、四项制鞋新规2006年6月实施 16

二、2006年制鞋行业标准目录 17

第五节 中国制鞋产业发展存在问题 19

一、个别地区盲目投资、市场供大于求 19

二、人才的匮乏制约行业发展 19

三、产品结构调整迫在眉睫 20

四、对国际市场的依赖越来越显现	20
五、出口退税降低面临新的竞争压力	20
第二章 鞋业相关产业发展现状	21
第一节 鞋用纺织材料发展现状分析	21
一、国际鞋用纺织材料发展现状	21
二、中国鞋用纺织材料的发展现状	26
第二节 毛皮资源及其工业状况分析	30
一、国外毛皮资源及工业状况	30
二、中国毛皮资源及工业状况	34
第三节 皮革工业发展现状分析	36
一、2005年工业和皮革行业经济运行情况	36
二、行业经济运行中的主要问题	38
三、2006年重点工作	39
四、皮革行业特色区域错落布局、协调发展	41
五、我国皮革行业重点地区进出口情况	41
第四节 皮革化学品工业发展分析	48
一、国际皮革化工业发展现状	48
二、中国皮革化工概况与趋势	49
三、皮革化工市场竞争激烈，形势相对严峻	50
第五节 中国人造革合成革工业分析	51
一、中国人造合成革行业现状	51
二、国产人造革合成革遭遇发展瓶颈	54
第六节 中国橡胶工业分析	57
一、2005年橡胶工业的现状和特点分析	57
二、2006年橡胶工业运行和特点分析	64
三、我国有望从橡胶大国真正转变为橡胶强国	70
四、“十一五”聚氨酯胶粘剂发展规划	71
第三章 胶鞋市场分析	73
第一节 橡胶行业经济运行状况	73
一、2005年全国胶鞋生产分析	73

二、2006年全国胶鞋生产分析	83
三、2005-2006年橡胶靴鞋制造企业经营情况	89
四、2005-2006年橡胶靴鞋制造业主要经济指标	95
第二节 胶鞋行业市场预测及发展趋势	101
一、生产与需求发展预测	101
二、存在问题及优劣势分析	106
三、投资建议及主要措施	109
第四章 运动鞋市场分析	114
第一节 美国主要品牌运动鞋市场分析	114
一、美国运动鞋市场成长情况	114
二、主要品牌运动鞋美国市场占有率	114
三、美国运动鞋市场大比拼	115
四、美国运动服装市场销售渠道	119
五、运动服装进口情况	120
六、中国名牌运动鞋进军美国市场	122
第二节 国内运动鞋行业发展近况	123
一、近几年国内运动鞋行业的发展状况	123
二、2004-2005年中国运动鞋销售分析	127
三、2005年运动鞋出口情况	130
第三节 国内运动鞋行业竞争与发展趋势	130
一、福建旅游运动鞋自主名牌居全国首位	130
二、资源整合：晋江运动鞋的新时代主题	132
三、“后造牌时代”竞争更残酷	136
四、2006年中国运动鞋市场分析	138
第四节 青少年名牌运动鞋消费状况分析	141
一、多数青少年穿过名牌	141
二、价位：200~600元最好卖	142
三、品牌：耐克、阿迪达斯最受人爱	142
四、彩色：蓝色最爱黑色不变	143
五、选择：舒适第一款式第二	143
第五节 高校学生运动鞋品牌态度	144

- 一、大学生对运动鞋的市场具有非常高的市场价值 144
- 二、大学生对众多运动鞋品牌的接受态度 145
- 三、各厂商如何有效的针对大学生进行广告诉求 147
- 第六节 运动鞋终端市场趋势分析 148
 - 一、国产运动鞋品牌的市场投入策略 148
 - 二、从明星到终端的运动鞋营销 149
 - 三、鞋类市场出现新亮点 150
 - 四、从北京市场看鞋业走势 151

第五章 皮鞋市场分析 153

- 第一节 2005-2006年全国皮鞋生产分析 153
 - 一、2005年全国皮鞋生产分析 153
 - 二、2006年全国皮鞋生产分析 166
 - 三、2006中国真皮标志皮鞋排头产品获奖名单 173
- 第二节 2005-2006年皮鞋进出口分析 175
 - 一、2005年我国鞋革遭欧盟反倾销调查 175
 - 二、2006年中国皮鞋出口量将有所降低 178
- 第三节 2005年浙江市场消费者公认皮鞋品牌调查 178
 - 一、调查样本分析 178
 - 二、调查问卷情况分析 180
 - 三、调查结论和建议 185

第二部分 全球及我国制鞋业进出口分析

第六章 全球制鞋业与我国制鞋业进出口分析 191

- 第一节 全球制鞋行业发展现状 191
 - 一、2005年全球制鞋行业产量分析 191
 - 二、世界鞋业生产布局大调整时代已经到来 191
 - 三、世界鞋生产呈上升势头 194
- 第二节 2005-2006年我国鞋类产品进出口分析 195
 - 一、2005年鞋类产品进口状况 195
 - 二、2005年鞋类产品出口状况 209
 - 三、2006年鞋类产品外贸情况 224

第三节 我国鞋类产品出口环境与预测	225
一、中国鞋业国际化生存压力调查	225
二、我国鞋类出口应走新路	227
三、2006-2007年中国鞋出口预测	230
第七章 中国鞋类产品进出口主要市场分析	232
第一节 中国鞋类产品进出口主要市场	232
一、鞋类出口主要市场	232
二、鞋类进口主要市场	232
第二节 美国鞋类市场	232
一、美国鞋类市场概况	232
二、美国鞋业生产概况	233
三、2005年美国鞋履贸易逆差加大	234
四、中国鞋在美国受宠	234
第三节 欧盟鞋类市场	238
一、欧盟鞋业市场概况	238
二、中国鞋在欧洲市场上的处境	239
三、欧盟对中国鞋反倾销的尴尬	243
四、中国鞋类出口至欧盟的前景及趋势分析	246
五、“欧洲鞋”欲抢滩中国市场	248
第四节 英国鞋类市场	250
一、市场规模	250
二、市场分类	251
三、市场份额	251
四、市场动态	252
五、厂商综缆	252
第五节 法国鞋类市场	254
一、市场规模	254
二、分类市场	254
三、市场营销	255
四、法国主要制鞋厂商分析	256
五、产品分销及消费者分析	258

六、	市场预测	259
七、	分类市场预测	260
八、	2006年中国鞋在法国市场份额分析	260
第六节	德国鞋类市场	261
一、	市场总体概况	261
二、	德国主要制鞋厂商分析	261
三、	产品分销及消费者分析	262
四、	中国制鞋业进入德国市场的策略	263
第七节	意大利鞋类市场	265
一、	意大利鞋类市场现状	265
二、	2005年意大利制鞋业生产外贸发展良好	266
第八节	日本鞋类市场	266
一、	日本鞋类市场概况	266
二、	中国鞋类出口日本概况	267
三、	日本对高质量皮革制品需求增加	267
第九节	香港鞋类市场	268
第十节	俄罗斯鞋类市场	268
一、	中国鞋类出口俄罗斯概况	268
二、	中国鞋业升级俄企业寻找他国生产基地	269
三、	开拓俄罗斯鞋类市场的重要途径	271
第十一节	巴西鞋类市场	272
一、	构成竞争的巴西市场	272
二、	2005年巴西制鞋业出口创历史最高纪录	272
第十二节	越南鞋类市场	273
一、	美国仍然是越南鞋履的最大进口国	273
二、	2010年越南鞋类产品出口预测	273
第十三节	印度尼西亚鞋类市场	274
一、	印度尼西亚的鞋履出口目标	274
二、	预计将有50家中国鞋业厂商将赴印尼投资	274
第十四节	其他鞋类市场	274
一、	大有可为的其他市场	274
二、	开拓其他市场的锦囊与攻略	276

第八章 WTO对我国制鞋行业发展的影响	279
第一节 入世给中国鞋业带来的机遇和挑战	279
一、WTO给我国鞋业带来的机遇	279
二、WTO带来的挑战	281
第二节 WTO对我国皮革业发展的影响	285
一、皮革业笑迎WTO	285
二、入世后我国鞋业市场产销分析	289
第三节 我国制鞋业应对WTO的措施建议	291
一、了解国际市场	291
二、创建商业平台，促进我国鞋业走向世界	293
三、提升管理者素质，培养具有国际竞争力的企业家	295
四、加快机制、质量的培养和建设	297
五、注重产品创新与管理，提高设计开发能力	298
六、避免重复竞争，业内相互协调，维护核心竞争力	300
七、实施品牌营销策略	305
第四节 中国加入WTO后美国和俄罗斯对策研究	307
一、中国鞋类产品在美国市场	307
二、中国皮革鞋类企业占领俄罗斯市场策略分析	309
第五节 中国鞋业产品如何突破国际贸易的绿色壁垒	310

第三部分 制鞋行业重点地区产业及需求分析

第九章 制鞋行业重点地区产业发展分析	315
第一节 广东制鞋产业的发展	315
一、广东企业发展规模、企业分布和特点	315
二、台商在广东的发展	317
三、广东鞋业的成功之道	319
四、珠三角制鞋业发展存在的问题	321
五、广东典型城市的鞋业发展	322
六、广东制鞋业未来竞争力发展的关键因素	328
第二节 福建制鞋产业发展现状	328
一、福建鞋业——后来居上	328

二、2005年福建鞋出口分析	329
三、晋江鞋业	329
四、泉州鞋业	331
第三节 温州制鞋产业发展现状	333
一、温州制鞋产业发展现状	333
二、温州制鞋产业特点分析	334
三、温州皮鞋连锁专卖店发展现状	338
四、温州制鞋业的发展策略	342
第四节 成都制鞋产业发展现状	344
一、成都鞋业发展回顾	344
二、成都鞋业集群称雄全国	346
三、“东鞋西移”百家鞋企将步入成都	347
第十章 鞋类市场需求分析	349
第一节 鞋类消费水平分析	349
第二节 鞋类需求的主要特点	351
一、我国鞋类消费仍以国产鞋为主	351
二、皮鞋为市场鞋类产品的第一需求	352
三、市场对鞋类款式要求越来越高	352
第三节 2005年及“十五”时期消费品市场运行的主要情况	353
第四节 我国鞋类产品需求预测	355
一、未来鞋类产品的消费特点	355
二、鞋类消费市场的发展趋势	356
三、合脚女性运动鞋有待开发	357
四、国内鞋类市场需求预测	357
五、团体消费为鞋服业带来希望	359
第五节 2005年北京市场品牌女鞋市场调查报告	360
一、基本情况	360
二、市场分析	362
三、影响销售竞争的因素	366
四、品牌女鞋与商场的关系	367

第四部分 制鞋行业竞争及企业分析

第十一章 制鞋产业竞争分析 369

第一节 中国鞋革产业布局 369

- 一、中国鞋革产业布局盘点 369
- 二、我国鞋履制造生产向印度尼西亚地区转移 383

三、中国组建亚洲最大职业鞋生产基地 384

第二节 2006年我国市场竞争格局 385

- 一、男皮鞋市场竞争格局和品牌销售特点 385
- 二、女皮鞋市场竞争格局 386
- 三、运动鞋市场竞争格局 388

第三节 市场竞争特征 390

- 一、外国品牌鞋争抢中国高档鞋市场 390
- 二、区域性竞争格局的变化态势 390
- 三、产品价格成为竞争的主要手段 394
- 四、运动鞋市场的国外品牌竞争激烈 395
- 五、鞋类产品质量低下 396
- 六、中国鞋企真正的竞争对手是国内的企业 398

第四节 中国鞋业专利调查分析 399

第十二章 制鞋业的营销策略分析 401

第一节 中国制鞋业营销策略分析 401

- 一、鞋业终端现状及应对策略 401
- 二、连锁终端开始取胜鞋服品牌标王时代渐行渐远 404
- 三、鞋业品牌企业之“分销管理”vs“生意管控” 406
- 四、中国鞋业的在线营销模式 409
- 五、鞋业服装市场成功的五种营销武器 410

第二节 “南北鞋王”营销策略比较 415

第三节 2005年鞋类品牌广告月度投放分析 417

- 一、广告投放总体情况 417
- 二、各品牌广告投放情况 424
- 三、皮鞋类产品广告投放情况 426
- 四、休闲鞋类广告投放情况 433

第十三章 优势企业分析	442
第一节 老牌劲旅—青岛双星	442
一、企业概况	442
二、2005-2006年双星经营业绩	442
三、双星名牌经营战略分析	444
四、双星最新发展动态	446
第二节 创新营销拓展市场——奥康鞋业	450
一、企业概况	450
二、奥康摘下中国皮鞋行业最高荣誉桂冠	451
三、市场运作策略	452
四、奥康品牌鞋业的营销方略揭密	453
五、康威坚持多品牌国际化战略	457
第三节 中国鞋王—江苏森达集团	458
一、企业概况	458
二、2005-2006年森达集团经营情况	458
三、森达：领跑中国制鞋业	459
第四节 体育品牌运动鞋—安踏鞋业	462
一、企业概况	462
二、安踏文化	463
三、安踏运动鞋荣摘五连冠	464
四、安踏的营销策略	465
五、安踏成功的启迪	469
第五节 走向世界的品牌—康奈	470
一、企业发展概况	470
二、康奈品牌介绍	471
三、企业经营战略	471
四、康奈皮鞋国际化策略	476
五、企业未来发展目标	479
第六节 威海金猴集团有限责任公司	481
一、企业发展历程	481
二、金猴皮鞋全国用户满意度居同行之首	482

三、企业品牌经营战略	483
四、企业发展战略	487
第七节 青岛亨达集团	489
一、企业概况	489
二、企业发展战略	491
三、亨达的国际化道路	498
四、企业发展目标	505
第八节 中国红蜻蜓集团	506
一、企业概况	506
二、品牌历史、文化与价值	507
三、公司企业文化	508
四、红蜻蜓财富观与合作观	508
五、红蜻蜓男鞋销售居全国前三甲	508
六、企业发展战略	509
第九节 石狮富贵鸟集团	511
一、富贵鸟集团概况	511
二、富贵鸟品牌介绍	511
三、企业国际化发展战略	512
第十节 李宁	514
一、李宁公司简介	514
二、李宁公司的现状	516
三、李宁公司2005年经营业绩	517
四、李宁品牌推广战略	519
五、先打造国际品牌再开拓国际市场	519

第五部分 中国制鞋业发展趋势与发展策略

第十四章 中国制鞋业发展趋势与发展策略 523

第一节 2006年中国制鞋业发展趋势 523

- 一、2006年中国制鞋业的危机与挑战 523
- 二、中国制鞋行业亟须实施名牌提升战略 526

第二节 2006-2007年皮鞋产品流行趋势 529

第三节 未来制鞋技术发展的主要驱动因素 532

一、环保立法	532
二、高性能材料	533
三、信息科技	533
四、工艺与设备	533
第四节 中国制鞋业发展策略	534
一、打造中国鞋业品牌必要性和“主动权”	534
二、打造中国鞋业明星、开创鞋业营销新时代！	536
三、国产运动鞋如何“突围”	537
四、走品牌国际化是中国鞋业的最终出路	540
第五节 国内小型鞋业发展策略	542
一、前五名内的鞋业品牌攻略	542
二、业内顶级荣誉的鞋业品牌市场攻略	544
三、分析优势品牌的缝隙	547
四、与小型弱势品牌的现状相比较	547
五、小型鞋企的市场攻略	549
第六节 中国鞋业走向世界的策略	553

图表目录

图表：2005年3月全国重点大型百货商场鞋类产品销售情况	4
图表：2005年4月全国重点大型百货商场鞋类产品销售情况	4
图表：2005年5月全国重点大型百货商场鞋类产品销售情况	4
图表：2005年6月全国重点大型百货商场鞋类产品销售情况	4
图表：2005年7月全国重点大型百货商场鞋类产品销售情况	4
图表：2005年8月全国重点大型百货商场鞋类产品销售情况	5
图表：2005年9月全国重点大型百货商场鞋类产品销售情况	5
图表：2005年10月全国重点大型百货商场鞋类产品销售情况	5
图表：2005年11月全国重点大型百货商场鞋类产品销售情况	5
图表：2005年12月全国重点大型百货商场鞋类产品销售情况	5
图表：2006年2月全国重点大型百货商场服装销售情况	6
图表：2006年3月全国重点大型百货商场服装销售情况	6
图表：2006年4月全国重点大型百货商场服装销售情况	7
图表：2006年制鞋行业标准目录	17

图表：2006年4月份皮革工业主要商品出口量值表	44
图表：2006年4月份皮革工业主要商品进口量值表	45
图表：2006年5月份皮革工业主要商品出口量值表	46
图表：2006年5月份皮革工业主要商品进口量值表	46
图表：2006年6月份皮革工业主要商品出口量值表	47
图表：2006年6月份皮革工业主要商品进口量值表	48
图表：2005年2-12月塑料人造革产量全国合计	53
图表：2005年2-12月塑料合成革产量全国合计	53
图表：2006年2-6月塑料人造革产量全国合计	53
图表：2006年2-6月塑料合成革产量全国合计	54
图表：2005年主要橡胶制品产品产量变化	57
图表：2005年全国胶鞋产量及增长情况	58
图表：橡胶制品业2005年销售收入和利润增长情况	60
图表：2004-2005年橡胶行业各子行业利润增速对比	61
图表：2004-2005年橡胶行业各子行业利润结构	61
图表：2005年橡胶制品行业及各子行业平均利润率	62
图表：2004-2005年橡胶制品业资产变化	62
图表：2005年12月末橡胶制品业主要资产项目余额	63
图表：2005年橡胶制品业出口交货值	64
图表：2005前4月与2006年前4月橡胶制品业及各子行业工业总产值变化	64
图表：2005前4月与2006年前4月橡胶制品业及各子行业工业销售值变化	65
图表：2006年前4月橡胶制品业及各子行业销售收入与销售成本	66
图表：2005年2月-2006年4月橡胶制品业三大费用累计增长变化	66
图表：2006年前4月橡胶制品业及各子行业利润	67
图表：2005年2月-2006年4月末橡胶制品业主要资产项目余额	68
图表：2006年1-4月橡胶制品业出口交货值	68
图表：2005年2月-2006年4月各月新的充气橡胶轮胎出口量变化	69
图表：2005年-2006年4月橡胶制品业固定资产投资情况	70
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量全国合计	73
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量北京市合计	73
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量河北省合计	74
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量山西省合计	74

图表：2005年2-12月胶鞋产品产量辽宁省合计	75
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量黑龙江省合计	75
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量上海市合计	75
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量江苏省合计	76
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量浙江省合计	76
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量安徽省合计	77
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量福建省合计	77
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量江西省合计	77
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量山东省合计	78
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量河南省合计	78
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量湖北省合计	79
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量湖南省合计	79
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量广东省合计	80
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量广西区合计	80
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量重庆市合计	80
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量四川省全国合计	81
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量贵州省合计	81
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量云南省合计	82
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量陕西省合计	82
图表：2005年2-12月胶鞋产品产量甘肃省合计	82
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量全国合计	83
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量北京市合计	83
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量河北省合计	84
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量山西省合计	84
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量辽宁省合计	84
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量黑龙江省合计	84
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量上海市合计	85
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量江苏省合计	85
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量浙江省合计	85
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量安徽省合计	85
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量福建省合计	86
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量山东省合计	86

图表：2006年2-6月胶鞋产品产量河南省合计	86
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量湖北省合计	86
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量湖南省合计	87
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量广东省合计	87
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量广西区合计	87
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量重庆市合计	87
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量四川省全国合计	88
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量贵州省合计	88
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量云南省合计	88
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量陕西省合计	88
图表：2006年2-6月胶鞋产品产量甘肃省合计	89
图表：2005年2月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	89
图表：2005年3月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	89
图表：2005年4月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	90
图表：2005年5月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	90
图表：2005年6月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	90
图表：2005年7月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	91
图表：2005年8月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	91
图表：2005年9月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	92
图表：2005年10月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	92
图表：2005年11月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	92
图表：2005年12月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	93
图表：2006年2月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	93
图表：2006年3月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	93
图表：2006年4月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	94
图表：2006年5月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	94
图表：2006年6月橡胶靴鞋制造销售收入前十家企业主要经济指标	95
图表：2005年1-12月橡胶靴鞋制造主要经济指标全国合计	95
图表：2006年1-6月橡胶靴鞋制造主要经济指标全国合计	96
图表：2005年1-12月橡胶靴鞋制造分地区累计工业总产值（当年价格）	98
图表：2005年1-12月橡胶靴鞋制造分地区累计产品销售收入	98
图表：2005年1-12月橡胶靴鞋制造分地区累计产品销售成本	99

图表：2005年1-12月橡胶靴鞋制造分地区累计利润总额	100
图表：1998-2010年世界鞋类产品消费情况与预测	105
图表：2004年美国运动鞋市场销售结构图	115
图表：美国运动服装渠道构成图	120
图表：部分亚洲国家出口美国的运动鞋所占的份额情况	121
图表：美国运动鞋进口国家状况分析图	121
图表：2003-2004年美国运动鞋进口情况	122
图表：2005年中国运动鞋十大主导品牌市场销售份额示意图	129
图表：2005年中国运动鞋十大主导品牌市场销售份额图	129
图表：在未来半年内学生有无购买打算比例图	145
图表：有无指定购买品牌比例图	145
图表：大学生对众多运动鞋品牌的接受态度	146
图表：大学生对众多运动鞋品牌忠诚度	147
图表：影响大学生选购的因素	148
图表：2002-2006全国皮鞋产量统计	153
图表：2005年度中国皮鞋企业产量排名	153
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量全国合计	153
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量北京市合计	154
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量天津市合计	154
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量河北省合计	155
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量山西省合计	155
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量辽宁省合计	155
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量吉林省合计	156
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量黑龙江省合计	156
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量上海市合计	157
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量江苏省合计	157
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量浙江省合计	157
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量安徽省合计	158
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量福建省合计	158
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量江西省合计	159
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量山东省合计	159
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量河南省合计	160

图表：2005年2-12月皮鞋产品产量湖北省合计	160
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量湖南省合计	160
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量广东省合计	161
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量广西区合计	161
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量重庆市合计	162
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量四川省全国合计	162
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量贵州省合计	162
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量云南省合计	163
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量陕西省合计	163
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量新疆区合计	164
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量宁夏区合计	164
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量内蒙古合计	165
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量青海省合计	165
图表：2005年2-12月皮鞋产品产量西藏区合计	165
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量全国合计	166
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量北京市合计	166
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量天津市合计	166
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量河北省合计	167
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量山西省合计	167
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量辽宁省合计	167
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量吉林省合计	168
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量黑龙江省合计	168
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量上海市合计	168
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量江苏省合计	168
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量浙江省合计	169
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量安徽省合计	169
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量福建省合计	169
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量江西省合计	169
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量山东省合计	170
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量河南省合计	170
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量湖北省合计	170
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量湖南省合计	170

图表：2006年2-6月皮鞋产品产量广东省合计	171
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量广西区合计	171
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量重庆市合计	171
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量四川省全国合计	171
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量贵州省合计	172
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量陕西省合计	172
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量新疆区合计	172
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量宁夏区合计	172
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量内蒙古合计	173
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量青海省合计	173
图表：2006年2-6月皮鞋产品产量西藏区合计	173
图表：皮鞋产品属性方面的满意度分析	181
图表：2005年1月鞋靴、护腿和类似品及其零件进口数据	195
图表：2005年2月鞋靴、护腿和类似品及其零件进口数据	196
图表：2005年3月鞋靴、护腿和类似品及其零件进口数据	198
图表：2005年4月鞋靴、护腿和类似品及其零件进口数据	199
图表：2005年5月鞋靴、护腿和类似品及其零件进口数据	200
图表：2005年6月鞋靴、护腿和类似品及其零件进口数据	201
图表：2005年7月鞋靴、护腿和类似品及其零件进口数据	202
图表：2005年8月鞋靴、护腿和类似品及其零件进口数据	203
图表：2005年9月鞋靴、护腿和类似品及其零件进口数据	205
图表：2005年10月鞋靴、护腿和类似品及其零件进口数据	206
图表：2005年11月鞋靴、护腿和类似品及其零件进口数据	207
图表：2005年12月鞋靴、护腿和类似品及其零件进口数据	208
图表：2005年1月鞋靴、护腿和类似品及其零件出口数据	209
图表：2005年2月鞋靴、护腿和类似品及其零件出口数据	211
图表：2005年3月鞋靴、护腿和类似品及其零件出口数据	212
图表：2005年4月鞋靴、护腿和类似品及其零件出口数据	213
图表：2005年5月鞋靴、护腿和类似品及其零件出口数据	214
图表：2005年6月鞋靴、护腿和类似品及其零件出口数据	215
图表：2005年7月鞋靴、护腿和类似品及其零件出口数据	217
图表：2005年8月鞋靴、护腿和类似品及其零件出口数据	218

图表：2005年9月鞋靴、护腿和类似品及其零件出口数据 219

图表：2005年10月鞋靴、护腿和类似品及其零件出口数据 220

图表：2005年11月鞋靴、护腿和类似品及其零件出口数据 222

图表：2005年12月鞋靴、护腿和类似品及其零件出口数据 223

图表：美国鞋类市场上各类消费者的购买率 235

图表：1999-2003年英国鞋类市场的销售额 251

图表：1999-2003年英国鞋类市场上各类产品的销售额 251

图表：2003年英国鞋类市场上主要产品的市场占有率 252

图表：2003年英国鞋类市场上主要生产商的广告费用 252

图表：2003年英国主要鞋类生产商的销售商增长率和市场分额 253

图表：1999-2003年耐可公司的利润和销售增长 253

图表：1999-2003年法国鞋类市场规模 254

图表：1994-2003年法国鞋类分类市场销售额 255

图表：2003年法国鞋类主要企业市场分额 255

图表：2003年法国鞋类市场营销所占比例 255

图表：2003年法国鞋类公司情况 256

图表：1999-2003年法国Adidas-SalomonAG利润与营业额 257

图表：2003年法国鞋类销售渠道销售额百分比 258

图表：：1998-2003年法国鞋类消费人均花费 259

图表：2003-2008年法国鞋类市场预测 259

图表：2004-2008年法国鞋类分市场预测 260

图表：2005-2006年36城市服装鞋帽类零售价格指数 349

图表：名牌运动鞋设计比较表 395

图表：2005年1-10月鞋类品牌广告月度投放趋势图 418

图表：2005年1-10月鞋类品牌广告月度投放比例 418

图表：2005年度制鞋企业广告费用排名 418

图表：2005年1-10月鞋类品牌广告费用投放前20位媒体 419

图表：2005年1-10月鞋类品牌广告频次投放前20位媒体 420

图表：2005年1-10月各地区广告投放费用比例图 420

图表：2005年1-10月各地区广告投放频次比例图 421

图表：2005年1-10月广告投放费用前20位媒体城市 421

图表：2005年1-10月广告投放频次前20位媒体城市 422

图表：2005年1-10月广告投放规格统计 423

图表：2005年1-10月广告投放版色选择统计 424

图表：2005年1-10月广告类型选择统计 424

图表：2005年1-10月广告投放费用前20位品牌 425

图表：排名前20位鞋类品牌广告费用投放比例 425

图表：排名前20位鞋类品牌广告投放次数比例 426

图表：2005年1-10月皮鞋品牌前十位广告投放费用及频次 427

图表：2005年1-10月千百度广告月度投放趋势图 427

图表：2005年1-10月千百度广告投放媒体选择 428

图表：2005年1-10月千百度广告投放规格统计 428

图表：2005年1-10月千百度广告投放版色统计 428

图表：2005年1-10月千百度广告投放类型统计 429

图表：2005年1-10月达芙妮广告月度投放趋势图 429

图表：2005年1-10月达芙妮广告投放媒体选择 430

图表：2005年1-10月达芙妮广告投放规格统计 430

图表：2005年1-10月达芙妮广告投放版色统计 431

图表：2005年1-10月达芙妮广告投放类型统计 431

图表：2005年1-10月BERLUTI广告月度投放趋势图 432

图表：2005年1-10月BERLUTI广告投放媒体选择 432

图表：2005年1-10月BERLUTI广告投放规格统计 432

图表：2005年1-10月BERLUTI广告投放版色统计 433

图表：2005年1-10月BERLUTI广告投放类型统计 433

图表：2005年1-10月皮鞋品牌前十位广告投放费用及频次 434

图表：2005年1-10月长动力广告月度投放趋势图 434

图表：2005年1-10月长动力广告投放媒体选择 435

图表：2005年1-10月长动力广告投放规格统计 435

图表：2005年1-10月长动力广告投放版色统计 436

图表：2005年1-10月长动力广告投放类型统计 436

图表：2005年1-10月爱步广告月度投放趋势图 437

图表：2005年1-10月爱步广告投放媒体选择 437

图表：2005年1-10月爱步广告投放规格统计 437

图表：2005年1-10月爱步广告投放版色统计 438

图表：2005年1-10月爱步广告投放类型统计	438
图表：2005年1-10月李宁广告月度投放趋势图	439
图表：2005年1-10月李宁广告投放媒体选择	439
图表：2005年1-10月李宁广告投放规格统计	440
图32：2005年1-10月李宁广告投放版色统计	440
图表：2005年1-10月李宁广告投放类型统计	441
图表：2005-2006年3月青岛双星股份有限公司利润构成表	443
图表：2005-2006年3月青岛双星股份有限公司获利能力表	443
图表：2005-2006年3月青岛双星股份有限公司经营能力表	443
图表：康威产品结构图	451

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47637.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。