

2015-2020年中国休闲鞋行业 发展趋势及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国休闲鞋行业发展趋势及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1502/613827CQPA.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-04-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告目录：

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模 | 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、休闲鞋市场趋势预测展望 | 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、供应链管理的能力 | 129 |
| 第五节 2015-2020年中国休闲鞋产业投资前景研究及建议 | 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：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1502/613827CQPA.html>