

# 2015-2020年中国增高鞋市场监测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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2015-2020年中国增高鞋市场监测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/fuzhuang1501/P74380ORRT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-01-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国增高鞋市场监测及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国增高鞋行业的概念，接着分析了中国增高鞋行业发展环境，然后对中国增高鞋行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国增高鞋行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国增高鞋行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

居高不下的库存压力对于运动品牌来说，是个噩梦般的存在，而接连数月的清库存举措却没能让运动品牌赢得喘息的机会。众品牌公司利润率的持续下跌，无不预示着运动品牌跑马圈地时代的终结，同时也预示着在竞争激烈的鞋业市场中，曾经风光一时的运动鞋产业正在逐渐走向没落。

就在运动鞋市场走向没落之时，女鞋市场也迎来了饱和期。得益于女性消费者对鞋子的痴迷和钟爱，女鞋成为了继运动鞋之后的又一市场主流。然而，“成也萧何败也萧何”。正是因为女性对鞋子无止境的追求促进了女鞋市场的发展壮大，刺激了各大制鞋企业转战女鞋领域，以至于发展至今的女鞋市场开始趋向饱和，有限的市场份额恐怕早已被锐利的制鞋厂商瓜分殆尽。

运动鞋市场的没落，女鞋市场的逐渐饱和，当这两个原本让众多品牌鞋企赚足财富利润的细分市场无法跟上消费市场的需求转变时，商家企业便在鞋业市场的其它领域寻找发展商机。就在众商家寻觅无果时，一个新的市场悄然崛起，增高鞋。

是一种在普通鞋子基础上通过巧妙设计后，适合加入增高层，穿上后立即有穿高跟鞋一样达到增高效果，但从外形上看非常接近普通鞋，所以又有人将增高鞋称为隐形增高鞋。由于采用鞋内加增高层的物理增高方式，与高跟鞋原理一样，穿上立即改变身高形象，脱下增高鞋后还是原来的身高，穿增高鞋不能令人的身体长高。

## 报告目录：

### 第一章 2011-2014年世界内增高鞋行业整体运营状况分析

#### 第一节 2011-2014年世界鞋业运行环境浅析

#### 第二节 2011-2014年世界内增高鞋行业市场发展格局

##### 一、世界内增高鞋市场特征分析

##### 二、世界主要内增高鞋市场分布

##### 三、世界内增高鞋市场动态分析

### 第三节 2011-2014年世界主要国家内增高鞋市场运行分析

#### 一、美国

#### 二、日本

#### 三、韩国

### 第四节 2015-2020年世界内增高鞋行业发展趋势分析

## 第二章 2011-2014年中国内增高鞋行业市场发展环境解析

### 第一节 2011-2014年中国经济环境分析

#### 一、国民经济增长

#### 二、中国居民消费价格指数

#### 三、工业生产运行情况

#### 四、房地产业投资情况

#### 五、中国制造业采购经理指数

### 第二节 2011-2014年中国内增高鞋市场政策环境分析

#### 一、我国将采取七大措施搞活流通扩大消费（快速消费品）

#### 二、《运动鞋用聚氨酯合成革》国标制定

#### 三、法律法规

### 第三节 2013年中国内增高鞋市场社会环境分析

#### 一、居民消费情况

#### 二、消费观念

## 第三章 2011-2014年中国内增高鞋行业市场运行态势剖析

### 第一节 2011-2014年中国内增高鞋市场发展现状分析

#### 一、中国鞋业运行特点分析

#### 二、中国制鞋行业再掀上市狂潮

#### 三、中国鞋业的四大产业集群分析

### 第二节 2011-2014年中国制造业重点运行状况分析

#### 一、广东外贸鞋企转型升级

#### 二、“商道”成就温州鞋企持久品牌

#### 三、泉州鞋业进入资本时代

### 第三节 2011-2014年中国内增高鞋行业存在的问题

## 第四章 2011-2014年中国鞋制造行业数据监测分析

### 第一节 2011-2014年中国鞋制造行业规模分析

#### 一、企业数量增长分析

#### 二、从业人数增长分析

#### 三、资产规模增长分析

### 第二节 2012-2014年中国鞋制造行业结构分析

#### 一、企业数量结构分析

##### 1、不同类型分析

##### 2、不同所有制分析

#### 二、销售收入结构分析

##### 1、不同类型分析

##### 2、不同所有制分析

### 第三节 2011-2014年中国鞋制造行业产值分析

#### 一、产成品增长分析

#### 二、工业销售产值分析

#### 三、出口交货值分析

### 第四节 2011-2014年中国鞋制造行业成本费用分析

#### 一、销售成本统计

#### 二、费用统计

### 第五节 2011-2014年中国鞋制造行业盈利能力分析

#### 一、主要盈利指标分析

#### 二、主要盈利能力指标分析

## 第五章 2011-2014年中国增高鞋相关产量数据统计分析

### 第一节 2011-2014年中国皮革鞋靴产量数据分析

#### 一、2011-2014年皮革鞋靴产量数据分析

#### 二、2011-2014年皮革鞋靴重点省市数据分析

### 第二节 2012-2014年中国皮革鞋靴产量数据分析

#### 一、2012-2014年全国皮革鞋靴产量数据分析

#### 二、2012-2014年皮革鞋靴重点省市数据分析

### 第三节 2012-2014年中国皮革鞋靴产量增长性分析

#### 一、产量增长

## 二、集中度变化

### 第六章 2011-2014年中国内增高鞋市场运行动态解析

#### 第一节2011-2014年中国内增高鞋市场运行特点分析

#### 第二节2011-2014年中国内增高鞋市场消费情况分析

##### 一、2011-2014年男士内增高鞋销量情况透析

##### 二、危机下健高乐内增高鞋销量不降反升

##### 三、高乐增成明生新宠

#### 第三节2011-2014年中国内增高鞋市场新技术分析

##### 一、可调式液压升降型任意内增高鞋

##### 二、能垫高人体高度的多功能保健内增高鞋

##### 三、亨达两项制鞋新技术产品展会受追捧

#### 第四节2011-2014年中国内增高鞋进出口贸易分析

### 第七章 2011-2014年中国内增高鞋市场营销剖析

#### 第一节2011-2014年中国内增高鞋营销——特许加盟利弊

#### 第二节2011-2014年中国内增高鞋销售模式分析

##### 一、“隐私式”销售模式

##### 二、“超低价”销售模式

##### 三、探索拍鞋网步步为赢的独门秘籍

#### 第三节 解析中国内增高鞋市场营销之痛

##### 一、目标客户的锁定

##### 二、客户心理防线的突破

##### 三、价格定位

##### 四、门店的冷清

#### 第四节2011-2014年内增高鞋市场营销战略透析

##### 一、内增高鞋性价比定位之何金昌策略

##### 二、目标市场进行价格覆盖

##### 三、呈现清晰卖点

### 第八章2011-2014年中国内增高鞋市场消费全面调研

#### 第一节 2011-2014年中国受访者基本情况分析

一、性别占比

二、年龄分布

三、对自己的身高满意度调查分段

四、对内增高鞋关注度调研

第二节2011-2014年中国消费者购买行业调查分析

一、消费者对内增高鞋的认知渠道分析

二、消费者购买内增高鞋的款式

三、消费者购买内增高鞋的价位

四、消费者购买内增高鞋的渠道分析

五、消费者购买内增高鞋三大品牌构成

第三节2011-2013年中国消费者对满意度调查分析

第四节 影响消费者购买内增高鞋的因素调查分析

第九章 2011-2014年中国内增高鞋市场竞争新格局透析

第一节2011-2014年中国制鞋业竞争现状

一、科技增强鞋业核心竞争力

二、泉州鞋企踏入产业链竞争新时代

第二节2011-2014年中国鞋产量集中度分析

第三节 2011-2014年中国内增高鞋市场竞争格局

第四节 何金昌男士内增高鞋的竞争优势

第五节 百丽“中国制造”的迂回竞争策略解析

第六节2015-2020年中国内增高鞋行业竞争趋势分析

第十章 2011-2013年中国顶尖内增高鞋企业竞争力及关键性数据分析（可自选十家）

第一节 企业一

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 企业二

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第三节 企业三

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第四节 企业四

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第五节 企业五

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

。。。。。

## 第十一章 2015-2020年中国内增高鞋产业前景展望与趋势预测

### 第一节 2015-2020年中国内增高鞋行业前景预测

- 一、中国制鞋产业前景展望



## 二、内增高鞋市场前景分析

### 第二节2015-2020年中国内增高鞋行业新趋势分析

#### 一、功能型内增高鞋的发展趋势

#### 二、内增高鞋款式设计流行趋势

#### 三、内增高鞋技术发展趋势

### 第三节2015-2020年中国内增高鞋行业市场预测分析

#### 一、未来中国鞋业产量预测分析

#### 二、内增高鞋行业市场供需预测分析

#### 三、中国鞋业进出口贸易预测分析

### 第四节 2015-2020年中国内增高鞋市场盈利预测分析

## 第十二章 博思数据关于中国内增高鞋行业投资前景预测

### 第一节2015-2020年中国内增高鞋行业投资机会分析

#### 一、中国鞋企面临投资机会

#### 二、鞋类等行业投资将成泉州企业境外投资热点

#### 三、中国制鞋业新的投资领域金矿待掘

### 第二节2015-2020年中国内增高鞋行业投资风险预警

#### 一、宏观调控政策风险

#### 二、市场竞争风险

#### 三、市场运营机制风险

### 第三节 汇总分析

#### 一、对行业发展形势的总体判断

#### 二、发展战略及市场策略分析

### 图表目录摘要：

图表：2011-2014年我国鞋制造行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年我国鞋制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年我国鞋制造行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2014年我国鞋制造行业资产规模增长趋势图

图表：2012-2014年我国鞋制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2012-2014年我国鞋制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2012-2014年我国鞋制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2012-2014年我国鞋制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2011-2014年我国鞋制造行业产成品增长趋势图

图表：2011-2014年我国鞋制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2014年我国鞋制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2011-2014年我国鞋制造行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2014年我国鞋制造行业费用使用统计图

图表：2011-2014年我国鞋制造行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2014年我国鞋制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2011-2014年我国皮革鞋靴产量变化图 单位：平方米

图表：2009-2014年我国皮革鞋靴重点省市产量对比图 单位：平方米

图表：2012-2014年我国皮革鞋靴产量和2012-2014年同期对比图 单位：平方米

图表：2012-2014年我国皮革鞋靴产量前5位省市对比图 单位：平方米

图表：2012-2014年我国皮革鞋靴前5位省市产量比例图

图表：2012-2014年我国皮革鞋靴重点省市产量及增长率统计表 单位：平方米

图表：2012-2014年我国皮革鞋靴产量增长率排名前5位省市对比图 单位：平方米

图表：2012-2014年我国皮革鞋靴主要省份产量比重统计表 单位：平方米

图表：2012-2014年我国皮革鞋靴市场集中度和2012-2013年同期对比图

图表：2015-2020年中国鞋业产量预测分析

图表：2015-2020年中国内增高鞋行业市场供需预测分析

图表：2015-2020年中国鞋业进出口贸易预测分析

图表：2015-2020年中国内增高鞋市场盈利预测分析

图表：略&hellip;&hellip;

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1501/P74380ORRT.html>