

2024-2030年中国女鞋市场 深度评估与投资分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国女鞋市场深度评估与投资分析报告》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.cction.com/report/202310/415977.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

伴随着消费升级、城镇化进程、互联网的全面普及、“她经济”背景下女性消费能力的持续增强，女性消费者在鞋子购买上由原来的一双鞋多用途转化为按活动场景选择合适的鞋子来搭配服装。同时还会通过电商网站、社交媒体以及时尚论坛来获取女鞋潮流和最优购买渠道信息，信息的丰富和多样以及物质的丰富带来女性消费者随机购买行为的几率变高。

女鞋行业虽然受到宏观经济影响增速略微放缓，但女鞋整体市场预计将持续增长。伴随着人民生活水平提高，健康意识增加对于运动用品的需求量提升，消费者运动日趋专业化带来运动装备的升级需求将带动运动类女鞋加速增长。而消费升级与低价时尚穿搭品的共同作用下，非运动女鞋增速将放缓，销量将成为主要增长驱动。

从层级市场看，受消费升级驱动，同时购物中心等新兴渠道的下沉驱动，二三线市场将成为女鞋规模最大也是增速最快的市场，同时，随着电商和大众品牌的低层级市场下探，四线城市也将进入品牌女鞋的快速增长期。

展望未来，女鞋市场将进入相对低速增长阶段，这意味着行业内部市场争夺将更为激烈。在不断更新迭代的消费市场环境中，把握并顺应时代发展趋势、关注消费者需求、持续提升商品力是保持快速增长并成为行业领导者的必备条件。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国女鞋市场深度评估与投资分析报告》共十章。报告首先介绍了女鞋的基本概念、产业链、重点品牌。接着分析了女鞋行业的背景行业及产业链上游材料行业，然后对女鞋制造行业、女鞋市场及营销进行了系统的分析，对女性消费行为及心理做了详实的解析，并对女鞋重点企业进行了透彻的研究，最后对其投资状况和发展前景做了科学的分析和预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、工信部、中国海关总署、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对女鞋行业有个系统深入的了解、或者想投资女鞋市场项目，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 女鞋产品及品牌分析

1.1 鞋的分类

1.1.1 按功能区分

1.1.2 按穿用对象分

- 1.1.3 按鞋结构分
- 1.1.4 其他分类
- 1.2 女鞋产业链分析
 - 1.2.1 产业链结构
 - 1.2.2 产业链上游
 - 1.2.3 产业链下游
- 1.3 女鞋重点品牌分析
 - 1.3.1 国外品牌分析
 - 1.3.2 国内品牌分析

第二章 2021-2023年中国女鞋背景行业分析

- 2.1 中国制鞋业运行综况
 - 2.1.1 中国制鞋业发展回顾
 - 2.1.2 中国制鞋业发展状况
 - 2.1.3 中国制鞋业发展现状
- 2.2 中国鞋类市场消费分析
 - 2.2.1 市场消费规模
 - 2.2.2 市场运行特点
 - 2.2.3 消费者行为研究
 - 2.2.4 消费者消费特征
 - 2.2.5 区域鞋类市场分析
- 2.3 中国鞋产品进出口贸易分析
 - 2.3.1 鞋类产品进出口总量分析
 - 2.3.2 主要贸易国进出口状况
 - 2.3.3 主要省市进出口状况
- 2.4 中国鞋产品行业存在的问题
 - 2.4.1 行业的发展瓶颈
 - 2.4.2 企业面临的问题
 - 2.4.3 鞋业品牌的缺陷
 - 2.4.4 行业终端存在的危机
- 2.5 中国鞋产品行业发展对策
 - 2.5.1 行业发展整体建议

- 2.5.2 企业提高核心能力
- 2.5.3 终端变革的应对措施
- 2.5.4 行业发展的人才策略

第三章 2021-2023年中国女鞋上游材料产业分析

- 3.1 毛皮及皮革行业运行状况
 - 3.1.1 中国毛皮行业发展概述
 - 3.1.2 毛皮与皮革行业运行分析
 - 3.1.3 皮革产品进出口状况分析
 - 3.1.4 我国皮革行业发展分析
 - 3.1.5 我国皮革行业发展态势
 - 3.1.6 中国皮革未来发展趋势
- 3.2 橡胶行业运行状况
 - 3.2.1 中国制鞋行业的用胶概况
 - 3.2.2 中国橡胶行业发展回顾
 - 3.2.3 中国橡胶市场发展状况
 - 3.2.4 中国橡胶行业发展动态
 - 3.2.5 中国橡胶工业面临的挑战及对策
- 3.3 塑料行业运行状况
 - 3.3.1 塑料生产市场状况
 - 3.3.2 塑料制品子行业分析
 - 3.3.3 废旧塑料回收规模
 - 3.3.4 废旧塑料再利用状况

第四章 2021-2023年中国女鞋制造行业发展分析

- 4.1 女鞋制造行业发展分析
 - 4.1.1 运行状况回顾
 - 4.1.2 运行现状分析
 - 4.1.3 运行动态分析
- 4.2 女鞋重点生产基地分析
 - 4.2.1 广东鞋业生产基地
 - 4.2.2 浙江鞋业生产基地

4.2.3 西部鞋业生产基地

4.2.4 福建鞋业生产基地

第五章 2021-2023年中国女鞋市场发展分析

5.1 女鞋市场运行状况分析

5.1.1 市场销售规模

5.1.2 市场价格分析

5.1.3 市场消费状况

5.1.4 细分市场格局

5.1.5 市场竞争格局

5.2 女鞋区域市场消费状况分析

5.2.1 整体消费格局

5.2.2 一二线城市

5.2.3 三四线城市

5.3 女鞋市场销售终端分析

5.3.1 批发

5.3.2 专卖店

5.3.3 厂家直营店

5.3.4 专业店

5.3.5 B2C网上直销

5.4 女鞋市场品牌发展分析

5.4.1 高端品牌

5.4.2 中低档品牌

5.4.3 重点品牌排名

5.4.4 品牌发展动态

5.4.5 品牌发展战略

5.5 女鞋市场发展问题分析

5.5.1 行业整体困境

5.5.2 企业运营障碍

5.5.3 产品缺乏竞争力

5.6 女鞋市场发展对策分析

5.6.1 行业发展对策

5.6.2 企业发展方向

5.6.1 提高产品创新能力

第六章 2021-2023年中国女鞋电商市场分析

6.1 鞋类电商市场运行状况

6.1.1 销售规模分析

6.1.2 细分市场结构

6.1.3 市场特点分析

6.1.4 市场趋势预测

6.2 典型电商平台女鞋销售状况

6.2.1 淘宝平台

6.2.2 天猫平台

6.2.3 京东平台

6.2.4 苏宁易购

6.2.5 唯品会

6.3 女鞋电商市场发展分析

6.3.1 女鞋线上市场不断拓展

6.3.2 女鞋产品电商销售规模

6.3.3 女鞋电商品牌排名状况

6.3.4 “双十一”女鞋销售状况

6.4 女鞋电商市场发展问题

6.4.1 产品质量问题

6.4.2 高退货率问题

6.4.3 商标侵权问题

6.4.4 营销渠道拓展问题

第七章 2021-2023年中国女鞋市场营销分析

7.1 女鞋市场营销态势

7.1.1 营销投入规模分析

7.1.2 传统营销模式分析

7.1.3 移动营销趋势加强

7.1.4 精准营销逐步推广

- 7.1.5 品牌营销模式的变化
- 7.1.6 企业开启草根营销模式
- 7.2 女鞋电商营销体系分析
 - 7.2.1 内容编辑
 - 7.2.2 客户数据分析
 - 7.2.3 网页设计开发
 - 7.2.4 搜索引擎优化
 - 7.2.5 自动匹配及推荐
- 7.3 新型电商营销模式分析
 - 7.3.1 购物节营销模式分析
 - 7.3.2 微信营销模式分析
 - 7.3.3 微博营销模式分析
 - 7.3.4 饥饿营销模式分析
 - 7.3.5 预售营销模式分析
- 7.4 线上线下融合营销策略分析
 - 7.4.1 产品融合策略
 - 7.4.2 品牌融合策略
 - 7.4.3 渠道融合策略
 - 7.4.4 信息融合策略
 - 7.4.5 技术融合策略
 - 7.4.6 库存共享策略
- 7.5 女鞋市场营销问题及对策分析
 - 7.5.1 市场营销面临的主要问题
 - 7.5.2 改善企业市场营销的措施
 - 7.5.3 差异化营销战略分析
 - 7.5.4 多元化销售渠道
 - 7.5.5 情感营销策略分析
 - 7.5.6 中小鞋企业营销思路

第八章 女性消费者行为与消费心理分析

- 8.1 女性消费地位——“她经济”崛起
 - 8.1.1 消费角色定位

- 8.1.2 消费能力上升
- 8.1.3 消费结构变化
- 8.1.4 消费项目多样
- 8.1.5 奢侈品牌偏好
- 8.1.6 消费趋势分析
- 8.2 女性消费特点
 - 8.2.1 女性消费习惯
 - 8.2.2 原有的消费特点
 - 8.2.3 女性消费新特点
 - 8.2.4 女性消费者影响力
- 8.3 女性购买动机
 - 8.3.1 求实动机
 - 8.3.2 求美动机
 - 8.3.3 求名动机
 - 8.3.4 求廉动机
- 8.4 女性消费心理
 - 8.4.1 实用心理
 - 8.4.2 理性心理
 - 8.4.3 从众心理
 - 8.4.4 虚荣心理

第九章 2020-2023年中国女鞋重点企业竞争优势及财务状况分析

- 9.1 百丽国际控股有限公司
 - 9.1.1 企业发展概况
 - 9.1.2 业务发展状况
 - 9.1.3 竞争实力分析
 - 9.1.4 2021年企业经营状况分析
 - 9.1.5 2022年企业经营状况分析
 - 9.1.6 2023年企业经营状况分析
- 9.2 达芙妮国际控股有限公司
 - 9.2.1 企业发展概况
 - 9.2.2 业务发展状况

- 9.2.3 竞争实力分析
- 9.2.4 2021年企业经营状况分析
- 9.2.5 2022年企业经营状况分析
- 9.2.6 2023年企业经营状况分析
- 9.3 千百度国际控股有限公司
 - 9.3.1 企业发展概况
 - 9.3.2 业务发展状况
 - 9.3.3 竞争实力分析
 - 9.3.4 2021年企业经营状况分析
 - 9.3.5 2022年企业经营状况分析
 - 9.3.6 2023年企业经营状况分析
- 9.4 浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司
 - 9.4.1 企业发展概况
 - 9.4.2 业务发展状况
 - 9.4.3 竞争实力分析
 - 9.4.4 经营效益分析
 - 9.4.5 业务经营分析
 - 9.4.6 财务状况分析
 - 9.4.7 未来前景展望
- 9.5 星期六股份有限公司
 - 9.5.1 企业发展概况
 - 9.5.2 业务发展状况
 - 9.5.3 竞争实力分析
 - 9.5.4 经营效益分析
 - 9.5.5 业务经营分析
 - 9.5.6 财务状况分析
 - 9.5.7 未来前景展望
- 9.6 哈森商贸(中国)股份有限公司
 - 9.6.1 企业发展概况
 - 9.6.2 业务发展状况
 - 9.6.3 竞争实力分析
 - 9.6.4 经营效益分析

- 9.6.5 业务经营分析
- 9.6.6 财务状况分析
- 9.6.7 未来前景展望

第十章 对女鞋行业发展前景及趋势预测

- 10.1 女鞋行业未来发展前景
 - 10.1.1 鞋业总体发展前景
 - 10.1.2 女鞋产品消费机遇
 - 10.1.3 女鞋行业发展态势
 - 10.1.4 女鞋市场规模预测
- 10.2 女鞋行业发展趋势预测
 - 10.2.1 行业整体预测
 - 10.2.2 细分市场预测
 - 10.2.3 区域市场预测
 - 10.2.4 销售渠道预测
 - 10.2.5 品牌格局预测
- 10.3 女鞋产品发展趋势预测
 - 10.3.1 流行趋势
 - 10.3.2 环保趋势
 - 10.3.3 个性化定制趋势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/415977.html>