

# 2012-2016年中国内增高鞋市场评估与发展趋势研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2012-2016年中国内增高鞋市场评估与发展趋势研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201204/E19165ITCY.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

内增高鞋是由：普通鞋的(皮鞋、运行鞋)+加高的鞋垫(增高垫)组成，即在普通鞋的鞋底里垫上一层加高的鞋垫，而这个普通鞋的鞋模是经过修改的，能合适放上鞋垫的，所以在一般市场上是买不到的，一般市场上买到的鞋子也不合适放高型鞋垫，需要厂商特别制作鞋模。

内增高鞋增高原理：在总体设计上，运用人体足部结构和“人体生理力学”的原理，采用隐跟设计和外观平跟的结构，在鞋内适度加高，并辅以曲线和弹性的形式，因此穿着安全舒适，没有了普通高跟鞋累赘不适的感觉，而身高则立刻增加5-14厘米，令人顿觉挺拔而威严，风度和神彩一新。而外观却与普通的高档皮鞋一样，既让人看不出增高的秘密，又让人感到十二分的舒适。增高层部分是经过科学“人体力学”的曲线设计，并采用世界上最先进的集软、硬、轻于一体的材料制作而成，鞋面与内层均采用真皮。

智研咨询发布的《2012-2016年中国内增高鞋市场评估与发展趋势研究报告》共十二章。首先介绍了中国内增高鞋行业市场发展环境、中国内增高鞋整体运行态势等，接着分析了中国内增高鞋行业市场运行的现状，然后介绍了中国内增高鞋市场竞争格局。随后，报告对中国内增高鞋做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国内增高鞋行业发展趋势与投资预测。您若想对内增高鞋产业有个系统的了解或者想投资内增高鞋行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

### 第一章 世界内增高鞋行业整体运营状况分析

#### 第一节 2011-2012年世界鞋业运行环境浅析

#### 第二节 2011-2012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 2011-2012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 2012-2016年世界内增高鞋行业发展趋势分析

### 第二章 中国内增高鞋行业市场发展环境分析

#### 第一节 国内内增高鞋经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国内增高鞋经济发展预测分析
- 第二节 中国内增高鞋行业政策环境分析
- 第三章 中国内增高鞋行业市场运行态势分析
- 第一节 2011-2012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 2011-2012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迫在眉睫
- 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 2011-2012年中国内增高鞋行业存在的问题
- 一、订货会状况不佳
- 二、库存成运动鞋难题
- 三、销售渠道建设有待加强
- 第四章 2009-2011年中国鞋制造行业数据监测分析
- 第一节 2009-2011年中国鞋行业总体数据分析
- 一、2009年中国鞋行业全部企业数据分析
- 二、2010年中国鞋行业全部企业数据分析
- 三、2011年中国鞋行业全部企业数据分析
- 第二节 2009-2011年中国鞋行业不同规模企业数据分析
- 一、2009年中国鞋行业不同规模企业数据分析
- 二、2010年中国鞋行业不同规模企业数据分析
- 三、2011年中国鞋行业不同规模企业数据分析
- 第三节 2009-2011年中国鞋行业不同所有制企业数据分析
- 一、2009年中国鞋行业不同所有制企业数据分析
- 二、2010年中国鞋行业不同所有制企业数据分析
- 三、2011年中国鞋行业不同所有制企业数据分析
- 第五章 2009-2011年中国鞋产量数据统计分析
- 第一节 2009年中国鞋产量数据分析
- 一、2009年全国鞋产量数据分析
- 二、2009年鞋重点省市数据分析
- 第二节 2010年中国鞋产量数据分析
- 一、2010年全国鞋产量数据分析

## 二、2010年鞋重点省市数据分析

### 第三节 2011年中国鞋产量数据分析

#### 一、2011年全国鞋产量数据分析

#### 二、2011年鞋重点省市数据分析

## 第六章 中国内增高鞋市场运行动态分析

### 第一节 2011-2012年中国内增高鞋市场运行特点分析

### 第二节 2011-2012年中国内增高鞋市场消费情况分析

#### 一、2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国内增高鞋进出口贸易分析

#### 一、鞋类对新兴市场出口增幅超过1倍

#### 二、内增高鞋进出口贸易市场分布

#### 三、影响内增高鞋进出口贸易的因素分析

## 第七章 中国内增高鞋市场营销分析

### 第一节 2011-2012年中国内增高鞋营销——特许加盟利弊

### 第二节 2011-2012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 2011-2012年内增高鞋市场营销战略分析

#### 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 中国内增高鞋市场消费全面调研分析

### 第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 中国内增高鞋市场竞争新格局分析
  - 第一节 2011-2012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 2011-2012年中国鞋产量集中度分析
  - 第三节 2011-2012年中国内增高鞋市场竞争格局
    - 一、内增高鞋大三品牌竞争力透析
    - 二、增高鞋业竞争进入“服务时代”
    - 三、内增高鞋市场竞争中存在的问题
  - 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 2012-2016年中国内增高鞋行业竞争趋势分析
- 第十章 中国重点内增高鞋企业分析
  - 第一节 安踏（中国）有限公司（安踏）
    - 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 广东李宁体育发展有限公司（李宁）
    - 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 三六一度(福建)体育用品有限公司（361度）

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 泉州鸿星尔克体育用品有限公司（鸿星尔克）

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 双星集团有限责任公司（双星）

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

第六节 其它企业

一、上海绿鸽皮件有限公司（高哥GOG）

二、广州市畅丰鞋业有限公司（何金昌）

三、江苏南通田宇鞋业有限公司（田宇）

四、北京天美怡科技有限公司（长动力）

五、上海利蒙得丰茂鞋业有限公司（利蒙得）

第十一章 2012-2016年中国内增高鞋产业前景展望与趋势分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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

## 第四节 2012-2016年中国内增高鞋市场盈利预测分析

## 第十二章 2012-2016年中国内增高鞋行业投资前景分析

### 第一节 2012-2016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 2012-2016年中国内增高鞋行业投资风险分析

- 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

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：安踏（中国）有限公司主要经济指标走势图

图表：安踏（中国）有限公司经营收入走势图

图表：安踏（中国）有限公司盈利指标走势图

图表：安踏（中国）有限公司负债情况图

图表：安踏（中国）有限公司负债指标走势图

图表：安踏（中国）有限公司运营能力指标走势图

图表：安踏（中国）有限公司成长能力指标走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司主要经济指标走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司经营收入走势图



- 图表：广东李宁体育发展有限公司盈利指标走势图
- 图表：广东李宁体育发展有限公司负债情况图
- 图表：广东李宁体育发展有限公司负债指标走势图
- 图表：广东李宁体育发展有限公司运营能力指标走势图
- 图表：广东李宁体育发展有限公司成长能力指标走势图
- 图表：三六一度(福建)体育用品有限公司主要经济指标走势图
- 图表：三六一度(福建)体育用品有限公司经营收入走势图
- 图表：三六一度(福建)体育用品有限公司盈利指标走势图
- 图表：三六一度(福建)体育用品有限公司负债情况图
- 图表：三六一度(福建)体育用品有限公司负债指标走势图
- 图表：三六一度(福建)体育用品有限公司运营能力指标走势图
- 图表：三六一度(福建)体育用品有限公司成长能力指标走势图
- 图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司主要经济指标走势图
- 图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司经营收入走势图
- 图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司盈利指标走势图
- 图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司负债情况图
- 图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司负债指标走势图
- 图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司运营能力指标走势图
- 图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司成长能力指标走势图
- 图表：双星集团有限责任公司主要经济指标走势图
- 图表：双星集团有限责任公司经营收入走势图
- 图表：双星集团有限责任公司盈利指标走势图
- 图表：双星集团有限责任公司负债情况图
- 图表：双星集团有限责任公司负债指标走势图
- 图表：双星集团有限责任公司运营能力指标走势图
- 图表：双星集团有限责任公司成长能力指标走势图
- 图表：2012-2016年中国鞋业产量预测分析
- 图表：2012-2016年中国内增高鞋行业市场供需预测分析
- 图表：2012-2016年中国内增高鞋市场盈利预测分析
- 图表：略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201204/E19165ITCY.html>