

2026-2031年中国鞋业电商市场竞争分析及投资前景预测报告

报告简介

“互联网+”实际上是创新2.0下的互联网发展新形态、新业态，是知识社会创新2.0推动下的互联网形态演进。新一代信息技术发展催生了创新2.0，而创新2.0又反过来作用于新一代信息技术形态的形成与发展，重塑了物联网、云计算、社会计算、大数据等新一代信息技术的新形态，并进一步推动知识社会以用户创新、开放创新、大众创新、协同创新为特点的创新2.0，改变了人们的生产、工作、生活方式，也引领了创新驱动发展的“新常态”。

中国是全球最大的产鞋国和出口国。近几年，中国每年生产各种鞋超过100亿双，占全球制鞋总量的近70%，是世界最大的鞋类制造基地，也是世界上最大的鞋类出口国。

目前我国制鞋行业已形成了广东、浙江、福建三个重要的鞋类主产区，3省合计年产量占全国总量的70%以上。这些主产区产业链完整，品牌优势突出，优秀人才聚集，信息传播快速，抗风险能力强，成为中国制鞋产业的中流砥柱。但近几年随着国际贸易环境和国内经济政策的变化，沿海区域劳动力水平的提高，产业成本逐渐加大，迫使珠三角和长三角区域的制鞋产业进行深度调整，开始向内陆省份转移。目前，制鞋产业的梯度转移已形成趋势，主要的承接地是中国的西部和中部。

制鞋行业是典型的劳动密集型行业。我国的鞋类分为皮鞋、布鞋、胶鞋、塑料鞋(化学鞋)，称为四鞋。随着社会的进步和科学技术的发展，人们对鞋的穿用要求越来越高，而四种鞋从原料、辅料、加工装配工艺、款式、功能都在渗透，互相借鉴，取长补短，又互相竞争和冲击。因此促使鞋的造型款式、结构用料、功能等方面都在日新月异的变化。除各细分市场对鞋的款式和用料日趋转变外，各类鞋的消费结构也有变化。

当前我国鞋业发展阶段已经处于成熟阶段，在这一时期里，在鞋业竞争中生存下来的少数大厂商垄断了整个产业的市场，每个厂商都占有一定比例的市场份额。由于彼此势均力敌，市场份额比例发生变化的程度较小。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国鞋业电商市场进行了分析研究。报告在总结中国鞋业电商行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国鞋业电商行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为鞋业电商企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 “互联网+” 时代 1

第一节 “互联网+” 的相关概述 1

一、“互联网+” 的概念提出 1

二、“互联网+” 的主要特点 1

三、“互联网+” 的发展历程 2

四、“互联网+” 的时代意义 4

五、“互联网+” 的未来趋势 5

第二节 “互联网+” 政策环境分析 6

一、我国互联网行业政策 6

二、“互联网+” 法律政策环境 6

三、“互联网+” 相关发展规划 7

第三节 “互联网+” 涵义 9

一、互联网思维+ 9

二、互联网渠道+ 10

三、万物互联+ 10

四、互联网平台(生态)+ 11

第二章 互联网+环境分析 12

第一节 互联网政治环境分析 12

第二节 互联网社会环境分析 18

一、总体网民规模分析 18

二、分省网民规模分析 19

三、手机网民规模分析 20

四、网民消费习俗分析 21

五、网民年龄结构分析 23

六、网民受教育水平分析 24

七、城市互联网环境分析 24

八、农村互联网环境分析 25

第三节 互联网技术环境分析 26

一、云计算技术发展现状 26

二、物联网技术发展现状 28

三、通信技术发展现状 34

第四节 互联网经济环境分析 35

一、2021-2026年国内宏观经济发展分析 35

二、2021-2026年国内宏观经济发展预测 40

三、国民经济发展与互联网的紧密度分析 43

第二部分 行业深度分析

第三章 我国鞋业行业的相关概述 47

第一节 鞋业行业的概念 47

一、鞋业行业的定义 47

二、鞋业行业的特点 47

三、鞋业行业的分类 47

第二节 鞋业行业发展成熟度 48

一、行业发展周期分析 48

二、行业中外市场成熟度对比 48

三、鞋业行业及其主要子行业成熟度分析 48

第三节 鞋业行业市场特征分析 49

一、市场规模 49

二、产业关联度 50

三、影响需求的关键因素 50

四、国内和国际市场 51

五、主要竞争因素 51

六、生命周期 51

第四节 行业产业链分析 52

一、产业链结构分析 52

二、主要环节的增值空间 52

三、与上下游行业之间的关联性 53

四、行业产业链上游相关行业分析 53

五、行业下游产业链相关行业分析 54

六、上下游行业影响及风险提示 54

第四章 我国鞋业行业运行现状分析 55

第一节 我国鞋业行业发展状况分析 55

一、我国鞋业行业发展阶段 55

二、我国鞋业行业发展总体概况 57

三、我国鞋业行业发展特点分析 58

四、我国鞋业行业商业模式分析 58

第二节 2021-2026年鞋业行业发展现状 59

一、2021-2026年我国鞋业行业市场规模 59

二、2021-2026年我国鞋业行业发展分析 60

三、2021-2026年中国鞋业行业企业发展分析 61

第三节 2021-2026年鞋业行业市场情况分析 62

一、2021-2026年中国鞋业行业市场总体概况 62

二、2021-2026年中国鞋业行业业务活动分析 67

三、2021-2026年中国鞋业行业存在问题分析 69

第四节 2021-2026年鞋业行业市场化运作分析 70

一、鞋业行业市场化运作的基础条件 70

二、鞋业行业的市场化运作的必然性 71

三、鞋业行业市场化的对策建议 71

第五节 我国鞋业行业整体运行分析 75

一、中国鞋业行业总体规模分析 75

二、中国鞋业行业经营规模分析 75

三、中国鞋业行业经营情况分析 76

第三部分 竞争格局分析

第五章 鞋业行业竞争格局分析 79

第一节 鞋业行业竞争结构分析 79

一、现有企业间竞争 79

二、潜在进入者分析 80

三、替代品威胁分析 80

四、供应商议价能力 81

五、客户议价能力 82

第二节 鞋业行业集中度分析 83

一、市场集中度分析 83

二、企业集中度分析 83

三、区域集中度分析 84

第三节 鞋业行业国际竞争力比较 85

一、生产要素 85

二、需求条件 85

三、支援与相关产业 86

四、企业战略、结构与竞争状态 86

五、政府的作用 87

第六章 主要鞋业行业企业竞争分析 88

第一节 百丽国际控股有限公司 88

一、企业概况 88

二、竞争优势分析 88

三、企业对互联网的布局 90

四、2021-2026年经营状况 92

五、2026-2031年发展战略 93

第二节 达芙妮国际控股有限公司 94

一、企业概况 94

二、竞争优势分析 95

三、企业对互联网的布局 96

四、2021-2026年经营状况 98

五、2026-2031年发展战略 99

第三节 裕元工业(集团)有限公司 101

一、企业概况 101

二、竞争优势分析 101

三、企业对互联网的布局 103

四、2021-2026年经营状况 105

五、2026-2031年发展战略 107

第四节 青岛双星股份有限公司 107

一、企业概况 107

二、竞争优势分析 109

三、企业对互联网的布局 110

四、2021-2026年经营状况 111

五、2026-2031年发展战略 111

第五节 浙江奥康鞋业股份有限公司 114

一、企业概况 114

二、竞争优势分析 115

三、企业对互联网的布局 116

四、2021-2026年经营状况 118

五、2026-2031年发展战略 120

第六节 新沣集团有限公司 121

一、企业概况 121

二、竞争优势分析 122

三、企业对互联网的布局 122

四、2021-2026年经营状况 124

五、2026-2031年发展战略 124

第七节 佛山星期六鞋业股份有限公司 125

一、企业概况 125

二、竞争优势分析 127

三、企业对互联网的布局 128

四、2021-2026年经营状况 131

五、2026-2031年发展战略 131

第八节 利信达集团有限公司 133

一、企业概况 133

二、竞争优势分析 133

三、企业对互联网的布局 134

四、2021-2026年经营状况 135

五、2026-2031年发展战略 136

第七章 鞋业企业互联网线上平台构建及平台选择 138

第一节 鞋业企业转型电商构建分析 138

一、产品采购与组织 138

二、电商网站建设 143

三、网站品牌建设及营销 145

四、服务及物流配送体系 149

五、网站增值服务 151

第二节 鞋业企业电子商务网站构建 154

一、网站域名申请 154

二、网站运行模式 155

三、网站开发规划 161

四、网站需求规划 168

第三节 鞋业企业转型电商平台选择分析 173

一、鞋业企业电商建设模式 173

二、自建商城网店平台 175

三、电商平台的优劣势与盈利模式 175

四、电商服务外包模式分析 188

五、鞋业企业电商平台选择策略 192

第八章 鞋业行业电子商务运营模式与平台分析 194

第一节 鞋业行业电子商务运营模式分析 194

一、互联网+鞋业B2B模式分析 194

1、互联网+鞋业B2B市场概况 194

2、互联网+鞋业B2B盈利模式 194

3、互联网+鞋业B2B运营模式 195

4、互联网+鞋业B2B的供应链 197

5、鞋业电子商务B2B发展趋势 197

二、鞋业电子商务B2C模式分析 199

1、鞋业电子商务B2C市场概况 199

2、鞋业电子商务B2C市场规模 199

3、鞋业电子商务B2C盈利模式 200

4、鞋业电子商务B2C物流模式 201

5、鞋业电子商务B2C发展趋势 201

三、鞋业电子商务C2C模式分析 202

1、鞋业电子商务C2C市场概况 202

2、鞋业电子商务C2C盈利模式 202

3、鞋业电子商务C2C信用体系 202

4、鞋业电子商务C2C物流特征 204

5、鞋业电子商务C2C发展趋势 205

四、鞋业电子商务O2O模式分析 207

1、鞋业电子商务O2O市场概况 207

2、鞋业电子商务O2O优势分析 207

3、鞋业电子商务O2O营销模式 208

4、鞋业电子商务O2O发展趋势 208

第二节 鞋业主流网站平台比较 209

一、天猫 209

1、网站发展基本概述 209

2、网站用户特征分析 209

3、网站覆盖人数分析 209

4、网站访问次数分析 209

5、网站入驻条件分析 209

二、淘宝 215

1、网站发展基本概述 215

2、网站用户特征分析 215

3、网站覆盖人数分析 215

4、网站访问次数分析 215

5、网站入驻条件分析 215

三、国美在线 216

1、网站发展基本概述 216

2、网站用户特征分析 216

3、网站覆盖人数分析 216

4、网站访问次数分析 216

5、网站入驻条件分析 216

四、京东 218

- 1、网站发展基本概述 218
- 2、网站用户特征分析 218
- 3、网站覆盖人数分析 218
- 4、网站访问次数分析 218
- 5、网站入驻条件分析 218

五、苏宁易购 219

- 1、网站发展基本概述 219
- 2、网站用户特征分析 219
- 3、网站覆盖人数分析 220
- 4、网站访问次数分析 220
- 5、网站入驻条件分析 220

第四部分 发展前景展望

第九章 鞋业行业市场规模与电商未来空间预测 224

第一节 互联网+鞋业电商市场规模与渗透率 224

- 一、鞋业电商总体开展情况 224
- 二、鞋业电商交易规模分析 226
- 三、鞋业电商渠道渗透率分析 227

第二节 互联网+鞋业电商行业盈利能力分析 227

- 一、鞋业电子商务发展有利因素 227
- 二、鞋业电子商务发展制约因素 229
- 三、鞋业电商行业经营成本分析 230
- 四、鞋业电商行业盈利模式分析 233

五、鞋业电商行业盈利水平分析 239

第三节 电商行业未来前景及趋势预测 241

一、鞋业电商行业市场空间测算 241

二、鞋业电商市场规模预测分析 244

三、鞋业电商发展趋势预测分析 245

第五部分 发展战略研究

第十章 互联网+鞋业行业发展战略规划 247

第一节 互联网+鞋业行业发展战略研究 247

一、战略综合规划 247

二、技术开发战略 247

三、业务组合战略 251

四、区域战略规划 253

五、产业战略规划 263

六、营销品牌战略 264

七、竞争战略规划 267

第二节 互联网+鞋业企业发展战略规划背景意义 271

一、企业转型升级的需要 271

二、企业强做大做的需要 271

三、企业可持续发展需要 272

第三节 互联网+时代对我国鞋业行业品牌的战略思考 272

一、企业品牌的重要性 272

二、鞋业行业实施品牌战略的意义 274

三、鞋业行业企业品牌的现状分析 274

四、我国鞋业行业企业的品牌战略 276

五、鞋业行业品牌战略管理的策略 278

第十一章 互联网+鞋业行业投资分析及建议 282

第一节 互联网+鞋业行业投资壁垒分析 282

一、政策壁垒 282

二、技术壁垒 283

三、市场壁垒 283

第二节 互联网+鞋业行业投资风险分析 284

第三节 中国互联网+鞋业行业投资现状及趋势 284

一、中国互联网+鞋业行业投资主体结构 284

二、各投资主体核心资源分析 285

三、各投资主体投资方式分析 285

四、各投资主体投资规模分析 285

五、各投资主体投资趋势分析 286

第四节 中国互联网+鞋业行业融资现状及趋势 286

一、中国互联网+鞋业行业融资主体构成 286

二、各融资主体核心资源分析 288

三、各融资主体融资方式分析 289

四、各融资主体融资规模分析 290

五、各融资主体融资趋势分析 291

第五节 2026-2031年互联网+鞋业行业投资机会 291

一、产业链投资机会 291

二、细分市场投资机会 292

三、重点区域投资机会 293

四、互联网+鞋业行业投资机遇 293

第十二章 鞋业企业进入互联网领域策略分析 294

第一节 2021-2026年互联网+鞋业行业面临的困境 294

一、“互联网+”发展制约因素 294

二、传统鞋业行业面临困境 296

第二节 互联网+鞋业企业发展前景 298

一、互联网+鞋业企业面临的困境 298

二、国内互联网+鞋业企业的出路分析 298

第三节 鞋业企业电子商务市场投资要素 299

一、企业自身发展阶段的认知分析 299

二、企业开展电子商务目标的确定 300

三、企业电子商务发展的认知确定 302

四、企业转型电子商务的困境分析 303

第四节 鞋业企业转型电商物流发展分析 304

一、鞋业企业电商自建物流分析 304

1、电商自建物流的优势分析 304

2、电商自建物流的负面影响 306

二、鞋业企业电商外包物流分析 307

第五节 鞋业企业电商市场策略分析 307

图表目录

图表：我国互联网行业政策	6
图表：2021-2026年我国网民规模及互联网普及率	18
图表：2021-2026年各省网民人数及增长率(前16)	19
图表：2021-2026年各省网民人数及增长率(17-31名)	20
图表：2021-2026年我国手机网民数量及占比	21
图表：2021-2026年网民年龄结构占比	23
图表：2021-2026年网民受教育水平分析	24
图表：2021-2026年城乡网民结构	25
图表：2021-2026年农村互联网普及率	25
图表：2021-2026年国内生产总值及其增长速度	35
图表：2021-2026年三次产业增加值及国内生产总值比重	36
图表：2021-2026年居民消费价格月度涨跌幅度	36
图表：2021-2026年全部工业增加值及其增长速度	37
图表：2021-2026年全社会固定资产投资	38
图表：2021-2026年社会消费品零售总额	38
图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入及其增长速度	40
图表：2021-2026年全国居民人均消费支出及其构成	40
图表：2021-2026年我国鞋业市场规模	49
图表：2021-2026年我国鞋业行业市场销售额	60
图表：2021-2026年中国鞋业行业总体规模分析	75
图表：2021-2026年鞋业行业经营规模分析	75

图表：2021-2026年百丽国际经营状况 92

图表：2021-2026年达芙妮国际经营状况 98

图表：2021-2026年裕元工业经营状况 105

图表：2021-2026年青岛双星经营状况 111

图表：2021-2026年浙江奥康经营状况 118

图表：2021-2026年新沣集团经营状况 124

图表：2021-2026年佛山星期六经营状况 131

图表：2021-2026年利信达经营状况 135

图表：年鞋业电商市场规模预测 244

图表：区域发展战略咨询流程图 260

图表：区域SWOT战略分析图 261

图表：四种基本的品牌战略 281

图表：2021-2026年鞋类电商融资金额分布 290

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：97222

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20180108/97222.shtml>

在线订购：[点击这里](#)