

2024 中国皮鞋制造行业分析报告

一、行业概述

1.1 行业发展历程

(1) 中国皮鞋制造业起源于 20 世纪 50 年代，经历了从手工作坊到机械化生产、再到现代化工厂的演变过程。早期，皮鞋生产主要依靠手工技艺，产品种类单一，工艺水平低下。随着国内经济的发展和人民生活水平的提高，皮鞋市场需求逐渐扩大，行业开始引入先进的生产设备和技术，生产效率和产品质量得到显著提升。改革开放后，中国皮鞋制造业迎来了快速发展期，大量外资企业和国内企业纷纷进入市场，竞争日益激烈。

(2) 进入 21 世纪，中国皮鞋制造业开始向品牌化、时尚化、个性化方向发展。品牌建设成为企业竞争的核心，众多知名品牌如飞跃、骆驼、奥康等脱颖而出。同时，随着消费观念的转变，消费者对皮鞋的要求不再仅仅满足于基本的功能需求，更加注重产品的设计、材质和舒适度。这一趋势推动了皮鞋制造业在设计研发、生产工艺和品牌营销等方面的不断创新。

(3)近年来，中国皮鞋制造业在绿色环保、可持续发展方面也取得了显著成果。企业开始关注环保材料的应用，减少对环境的污染。同时，随着电子商务的兴起，线上销售渠道逐渐成为皮鞋行业的重要组成部分。消费者可以通过网络平台购买到来自全国各地的优质皮鞋产品，行业整体销售规模不断扩大。在新的历史时期，中国皮鞋制造业将继续保持发展势头，为消费者提供更多优质的产品和服务。

1.2 行业现状分析

(1)当前，中国皮鞋制造业正处于转型升级的关键时期。行业整体规模庞大，但区域发展不平衡，沿海地区尤其是广东、福建等地皮鞋产业发达，而中西部地区相对滞后。产品结构上，传统产品仍占较大比例，但中高端产品占比逐年提升，表明消费者需求逐渐向高品质、个性化转变。此外，电子商务的快速发展，使得线上销售成为皮鞋行业新的增长点。

(2)在市场竞争方面，中国皮鞋制造业面临来自国内外品牌的激烈竞争。国内外品牌纷纷进入中国市场，加剧了市场竞争。同时，本土品牌也在不断提升自身竞争力，通过技术创新、品牌建设、渠道拓展等方式提升市场地位。然而，低端市场竞争激烈，价格战时有发生，对行业健康发展造成一定影响。

(3) 在政策环境方面，国家层面出台了一系列政策支持皮鞋制造业的发展。如《关于加快发展现代制造业的指导意见》、《关于促进鞋业产业转型升级的意见》等，旨在推动皮鞋制造业向高端化、智能化、绿色化方向发展。此外，环保政策的加强也促使企业加大环保投入，提高资源利用效率，降低生产成本。在这样的大背景下，中国皮鞋制造业正努力实现产业结构的优化升级，以满足消费者日益增长的需求。

1.3 行业政策环境

(1) 近年来，中国政府高度重视皮鞋制造业的发展，出台了一系列政策以促进行业的健康、稳定和可持续发展。其中包括对皮鞋产业的财政补贴、税收减免、技术改造等支持措施。例如，《关于加快发展现代制造业的指导意见》明确提出要推动皮鞋产业向高端化、智能化、绿色化发展，鼓励企业进行技术创新和产品升级。

(2) 在环境保护方面，政府实施了严格的环保法规和标准，要求皮鞋制造业加强环保投入，减少污染物排放。如《关于深化生态环保领域改革的指导意见》强调了绿色生产的重要性，要求企业采用环保材料和清洁生产技术，以降低对环境的影响。此外，政府还推动了循环经济的发展，鼓励企业回收利用废弃物，提高资源利用效率。

(3) 在贸易政策方面，政府通过调整进出口关税、实施贸易便利化措施等手段，支持皮鞋制造业的对外贸易。同时，

政府也积极推动国际交流与合作，通过参与国际标准和规则制定，提升中国皮鞋在国际市场的竞争力。此外，针对国内外市场的不同特点，政府还制定了相应的市场准入和竞争政策，以保障国内皮鞋制造业的公平竞争环境。

二、市场规模与增长

2.1 市场规模分析

(1) 根据最新统计数据显示，中国皮鞋制造业市场规模持续扩大，已成为全球最大的皮鞋生产和消费市场之一。近年来，随着国内消费升级和出口市场的稳步增长，市场规模逐年上升。特别是在电商平台的推动下，线上皮鞋销售成为新的增长点，进一步拉动了整体市场规模的增长。

(2) 从产品类型来看，中国皮鞋市场规模主要分为休闲鞋、正装鞋、运动鞋等多个细分市场。休闲鞋因款式多样、价格亲民，在市场上占据较大份额。正装鞋市场则随着商务人士对品质要求的提高而逐渐增长。运动鞋市场则受益于全民健身的热潮，近年来发展迅速，成为推动整体市场规模增长的重要力量。

(3) 地域分布上，中国皮鞋市场规模主要集中在沿海地区，如广东、浙江、福建等地，这些地区拥有较为完善的产业链和较高的产业集中度。随着中西部地区消费水平的提升和消费观念的转变，中西部地区皮鞋市场规模逐年扩大，未来有望成为新的增长点。此外，随着“一带一路”等国家战略的推进，中国皮鞋制造业的出口市场也不断扩大，为整体市场规模的增长提供了新的动力。

2.2 增长趋势预测

(1) 根据行业发展趋势和市场调研数据，预计未来几年中国皮鞋制造业的市场规模将继续保持稳定增长。随着国内消费市场的持续扩大和居民收入水平的提升，消费者对皮鞋产品的需求将更加多元化，这将推动皮鞋制造业在产品创新、设计研发和品牌建设等方面的投入。

(2) 电商平台的快速发展为皮鞋制造业提供了新的销售渠道，预计未来线上皮鞋销售将继续保持高速增长，成为推动整体市场规模增长的重要动力。同时，随着国内品牌在国际市场的竞争力提升，出口市场也将成为皮鞋制造业增长的新引擎。

(3) 在技术创新方面，智能化、绿色化、个性化将成为皮鞋制造业未来的发展方向。企业通过引入先进的生产设备和技术，提高生产效率和产品质量，满足消费者对高品质、环保、个性化的需求。此外，随着消费者对健康生活方式的追求，运动鞋、休闲鞋等健康类皮鞋产品的需求有望进一步增长，为皮鞋制造业带来新的增长空间。综合以上因素，预计中国皮鞋制造业在未来几年将保持良好的增长态势。

2.3 区域市场分布

(1) 中国皮鞋制造业的区域市场分布呈现出明显的地域差异。沿海地区，尤其是广东、浙江、福建等地，凭借其完善的产业链、较高的产业集聚度和较为成熟的市场环境，成为皮鞋制造业的主要生产基地和销售市场。这些地区的皮鞋企业数量众多，产品种类丰富，能够满足国内外市场的多样

化需求。

(2) 在东部沿海地区，上海、江苏、山东等省份的皮鞋制造业也发展迅速，形成了以品牌化、时尚化为主的市场特色。这些地区的皮鞋企业注重品牌建设和产品创新，产品以中高端为主，面向国内外市场。与此同时，中西部地区皮鞋制造业的发展相对滞后，但近年来随着消费水平的提升和基础设施的改善，市场需求逐渐增长，为皮鞋制造业提供了新的发展空间。

(3) 在区域市场分布上，一线城市和部分二线城市因消费能力较高，成为皮鞋制造业的主要销售市场。这些城市消费者对皮鞋产品的品牌、设计、材质等方面要求较高，对高端皮鞋的需求旺盛。与此同时，随着三四线城市及农村市场的逐渐崛起，皮鞋制造业开始关注这些市场的消费特点，推出适合不同消费群体的产品，以拓展更广阔的市场空间。总体来看，中国皮鞋制造业的区域市场分布正逐渐向全国范围扩散，市场潜力巨大。

三、竞争格局

3.1 行业集中度分析

(1) 中国皮鞋制造业在近年来呈现出明显的集中度上升趋势。一方面，随着市场竞争的加剧，部分中小型企业面临生存压力，逐渐退出市场，导致行业集中度提高。另一方面，大型企业和知名品牌通过并购、扩张等方式不断壮大，市场份额进一步集中。目前，行业内前几大企业占据较大市场份额，行业集中度较高。

(2)从地区分布来看，皮鞋制造业的集中度也呈现出地域差异。沿海地区的皮鞋制造业集中度较高，尤其是广东、浙江、福建等地，这些地区的企业数量众多，品牌效应明显。而在中西部地区，由于产业基础相对薄弱，皮鞋制造业的集中度相对较低，市场分散，竞争激烈。

(3)在产品类别上，休闲鞋、运动鞋等细分市场的集中度较高，这些市场的龙头企业具有较强的品牌影响力和市场竞争力。而正装鞋等细分市场则相对分散，竞争较为激烈。此外，随着消费者对个性化、定制化需求的增加，部分中小企业开始专注于细分市场，形成了一定的市场竞争力，对行业集中度产生一定影响。总体而言，中国皮鞋制造业的集中度在不断提升，市场格局逐渐稳定。

3.2 主要企业竞争策略

(1)中国皮鞋制造业的主要企业在面对激烈的市场竞争时，普遍采取了多元化的竞争策略。首先，品牌建设成为企业竞争的核心，通过打造具有独特文化内涵和品牌形象的产品，提升品牌知名度和美誉度。如通过赞助体育赛事、明星代言等方式，提高品牌曝光度。

(2)其次，企业注重产品创新和技术研发，不断推出符合市场需求的新产品。通过引进国际先进技术和设计理念，结合本土文化特色，开发出具有竞争力的产品。同时，企业还加强供应链管理，优化生产流程，降低生产成本，提高产品性价比。

(3) 在市场拓展方面，企业积极拓展线上线下销售渠道，利用电商平台、社交媒体等新兴渠道扩大市场份额。同时，企业还通过海外市场拓展，提升国际竞争力。在国际化战略中，部分企业选择海外并购，获取先进技术和品牌资源，加速国际化进程。此外，企业还注重社会责任，关注环保和公益事业，提升企业形象。通过这些综合竞争策略，中国皮鞋制造业的主要企业在市场竞争中逐渐占据有利地位。

3.3 市场竞争态势

(1) 中国皮鞋制造业的市场竞争态势呈现出白热化趋势。一方面，国内外品牌纷纷进入中国市场，加剧了市场竞争。国内品牌在提升自身竞争力的同时，也面临来自国际品牌的挑战。另一方面，消费者对皮鞋产品的需求日益多样化，企业需要不断创新以满足不同消费群体的需求。

(2) 在市场竞争中，价格战成为企业争夺市场份额的一种手段。然而，价格战对企业的利润空间和品牌形象造成了一定程度的损害。因此，部分企业开始通过提升产品品质、优化供应链管理、加强品牌建设等策略来提升竞争力，避免陷入恶性竞争。

(3) 随着消费者对环保和可持续发展的关注度提高，皮鞋制造业的市场竞争也呈现出绿色化趋势。企业开始关注环保材料的应用，减少生产过程中的污染物排放，以提升产品的环保性能。同时，市场竞争还体现在渠道创新上，电商平台、社交媒体等新兴渠道的崛起，为企业提供了新的市场机

遇，也使得市场竞争更加复杂和多元化。在这种竞争态势下，企业需要不断提升自身实力，以适应不断变化的市场环境。

四、产品结构分析

4.1 产品分类

(1) 中国皮鞋制造业的产品分类丰富多样，主要分为休闲鞋、正装鞋、运动鞋、商务鞋、女鞋、男鞋等几大类别。休闲鞋以其舒适、时尚的特点受到广泛欢迎，适合日常穿着和休闲活动。正装鞋则多用于商务场合，注重款式简洁、经典，强调专业性。运动鞋以运动性能为主，设计注重透气性和缓震效果，满足运动爱好者的需求。

(2) 女鞋市场则更加注重时尚和个性化，包括高跟鞋、平底鞋、靴子等多种款式，色彩和设计丰富多变，满足女性消费者的多样化需求。男鞋市场则相对简约，以正装鞋、休闲鞋为主，注重实用性和耐用性。此外，随着消费者对健康、舒适理念的追求，健康鞋、按摩鞋等新兴品类也逐渐出现在市场上。

(3) 在产品细分上，皮鞋制造业还根据材质、工艺、功能等方面进行分类。如根据材质，有真皮鞋、人造革鞋、布鞋等；根据工艺，有手工缝制鞋、机器缝制鞋等；根据功能，有防水鞋、防滑鞋、保暖鞋等。这些多样化的产品分类满足了不同消费者群体的需求，推动了中国皮鞋制造业的持续发展。

4.2 产品结构变化趋势

(1)近年来，中国皮鞋制造业的产品结构发生了显著变化。随着消费者对个性化、高品质产品的追求，休闲鞋和运动鞋的市场份额逐年上升，逐渐成为主导产品。休闲鞋以其舒适、时尚的特点，满足了消费者日常穿着的需求；运动鞋则因其在运动性能和健康理念上的优势，受到年轻消费者的青睐。

(2)与此同时，正装鞋市场虽然仍占据一定份额，但其增长速度有所放缓。消费者对正装鞋的要求逐渐从单一的功能性转向兼具时尚和品质，促使企业更加注重产品设计和材质选择。此外，随着商务人士对舒适度要求的提高，正装鞋的设计也开始向休闲化、舒适化方向发展。

(3)在产品结构变化趋势中，环保材料和绿色生产理念成为企业关注的焦点。越来越多的企业开始采用环保材料生产皮鞋，如再生皮、可降解材料等，以满足消费者对环保产品的需求。同时，绿色生产技术的应用也使得皮鞋制造业在减少污染、提高资源利用率方面取得了一定成效。这些变化趋势预示着中国皮鞋制造业正朝着更加健康、可持续发展的方向发展。

4.3 高端产品市场份额

(1)随着中国消费者对生活品质的追求不断提升，高端皮鞋市场逐渐扩大，高端产品在整体市场份额中的比重逐年上升。高端皮鞋以其优良的品质、独特的设计和品牌价值，吸引了大量追求个性化和品质生活的消费者。这些高端产品

往往采用进口优质原材料，结合精湛的工艺技术，体现了品牌的高端定位。

(2) 在高端皮鞋市场中，国内品牌通过提升品牌形象、加强产品研发和设计创新，逐渐提升了市场份额。一些国内品牌已经成功走出国门，在国际市场上获得了认可。与此同时，国际知名品牌在中国市场的布局也更加深入，通过开设专卖店、电商平台等方式，进一步扩大了高端产品的市场份额。

(3) 高端产品市场份额的提升，不仅反映了消费者对高品质生活的追求，也体现了中国皮鞋制造业整体水平的提升。随着市场竞争的加剧，企业之间的差异化竞争越来越明显，高端产品成为企业提升竞争力的重要手段。未来，随着消费者对高端产品的需求持续增长，预计高端皮鞋市场份额将继续扩大，成为皮鞋制造业发展的重要方向。

五、产业链分析

5.1 上游原材料市场

(1) 中国皮鞋制造业的上游原材料市场主要包括皮革、鞋底材料、鞋面材料等。皮革作为皮鞋的主要原材料，其质量和供应稳定性对皮鞋制造业至关重要。中国是世界上最大的皮革生产国之一，拥有丰富的皮革资源，但受环保政策和国际市场波动的影响，皮革价格波动较大。

(2) 鞋底材料主要包括橡胶、塑料、复合材料等，它们决定了皮鞋的耐用性和舒适度。近年来，随着环保意识的增强，企业对环保鞋底材料的需求日益增长，如生物降解材料、天然橡胶等。此外，鞋底材料的技术创新，如智能鞋底、气

垫鞋底等，也在一定程度上推动了原材料市场的变化。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/147166136114010013>