

2020-2026年中国运动鞋行业 发展态势与投资可行性报告

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

《2020-2026年中国运动鞋行业发展态势与投资可行性报告》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/202005/162084.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

报告目录第.1章：中国运动鞋行业发展综述

1.1 运动鞋行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业产品特征分析

1.1.3 行业主要产品分类

1.2 运动鞋行业发展环境分析

1.2.1 行业政策环境分析

(1) 行业标准与法规

(2) 行业主管部门与监管体制

(3) 行业主要政策及法规

(4) 政策环境对行业的影响分析

1.2.2 行业经济环境分析

(1) 中国宏观经济概况

(2) 城市化进程分析

(3) 宏观经济走势预测

(4) 经济环境对行业的影响分析

1.2.3 行业社会环境分析

(1) 居民收入水平

(2) 人口总量及结构

(3) 社会消费规模及特征

(4) 社会环境对行业的影响分析

1.2.4 行业技术环境分析

(1) 行业技术发展现状

(2) 行业技术发展趋势

(3) 技术环境对行业的影响分析

1.3 运动鞋行业发展机遇与威胁分析 第2章：全球运动鞋行业发展状况分析

2.1 全球运动鞋行业发展现状分析

2.1.1 全球运动鞋行业发展概况

2.1.2 全球运动鞋市场规模分析

2.1.3 全球运动鞋行业竞争格局分析

2.1.4 全球运动鞋行业产品结构分析

2.1.5 全球运动鞋行业区域分布情况

(1) 生产区域方面

(2) 消费市场方面

2.1.6 全球运动鞋技术最新进展

2.2 主要国家运动鞋行业发展分析

2.2.1 美国运动鞋行业发展分析

(1) 美国运动鞋市场规模分析

(2) 美国运动鞋最新技术进展

(3) 美国运动鞋企业竞争分析

(4) 美国运动鞋行业发展趋势

2.2.2 印度运动鞋行业发展分析

(1) 印度运动鞋市场规模分析

(2) 印度运动鞋最新技术进展

(3) 印度运动鞋企业竞争分析

(4) 印度运动鞋行业发展趋势

2.2.3 越南运动鞋行业发展分析

(1) 越南运动鞋市场规模分析

(2) 越南运动鞋最新技术进展

(3) 越南运动鞋企业竞争分析

(4) 越南运动鞋行业发展趋势

2.3 全球主要运动鞋企业发展分析

2.3.1 美国耐克 (Nike)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业销售网络分布

(5) 企业在华业务布局

2.3.2 阿迪达斯 (Adidas)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业销售网络分布

(5) 企业在华业务布局

2.3.3 卡帕 (KAPPA)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业销售网络分布

(5) 企业在华业务布局

2.3.4 彪马 (Puma)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业销售网络分布

(5) 企业在华业务布局

2.3.5 安德玛 (Under Armour)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业销售网络分布

(5) 企业在华业务布局

2.4 运动鞋行业发展前景预测

2.4.1 运动鞋行业发展趋势

(1) 产品趋势分析

(2) 技术趋势分析

(3) 市场趋势分析

2.4.2 运动鞋市场前景预测

第3章：中国运动鞋行业发展状况分析

3.1 中国运动鞋行业发展概况分析

3.1.1 中国运动鞋行业发展阶段分析

3.1.2 中国运动鞋行业发展特点分析

3.2 中国运动鞋行业供需情况分析

3.2.1 中国运动鞋行业供给情况分析

(1) 运动鞋产能情况

(2) 运动鞋产量统计

3.2.2 中国运动鞋行业需求情况分析

(1) 运动鞋销售收入

(2) 运动鞋搜索指数

3.3 中国运动鞋行业市场竞争分析

3.3.1 中国运动鞋行业竞争格局分析

(1) 国内运动鞋企业竞争格局分析

(2) 中国运动鞋市场品牌力指数

3.3.2 中国运动鞋行业五力模型分析

(1) 行业现有竞争者分析

(2) 行业潜在进入者威胁

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业供应商议价能力分析

(5) 行业购买者议价能力分析

(6) 行业竞争情况总结

3.4 运动鞋进出口市场分析

3.4.1 运动鞋进出口状况综述

3.4.2 运动鞋出口市场分析

(1) 运动鞋出口规模分析

(2) 运动鞋出口产品结构

3.4.3 运动鞋进口市场分析

(1) 运动鞋进口规模分析

(2) 运动鞋进口产品结构

3.4.4 运动鞋进出口趋势分析

第4章：运动鞋行业产业链市场分析

4.1 运动鞋行业产业链概况

4.1.1 运动鞋行业产业链介绍

4.1.2 运动鞋行业上游介绍

4.1.3 运动鞋行业中游介绍

4.1.4 运动鞋行业下游介绍

4.2 帮面材料

4.2.1 纺织面料

4.2.2 合成材料

(1) 合成树脂

(2) 合成橡胶

4.3 大底材料

4.3.1 橡胶市场

4.3.2 PU及PVC市场

(1) PVC市场

(2) PU市场

4.3.3 EVA、SBS及TPR市场

(1) EVA市场

(2) SBS市场

(3) TPR市场

4.4 制鞋辅料

第5章：运动鞋行业细分产品市场分析

5.1 行业主要产品市场分析

5.1.1 篮球鞋

(1) 篮球鞋特征

(2) 篮球鞋鉴别方法

(3) 篮球鞋品牌排名

5.1.2 网球鞋

(1) 网球鞋特征

(2) 网球鞋品牌排名

5.1.3 慢跑鞋

(1) 慢跑鞋特征

(2) 慢跑鞋品牌排名

5.1.4 帆布鞋

5.1.5 休闲运动鞋

(1) 休闲鞋特征

(2) 休闲鞋品牌排名

5.2 运动鞋主要销售渠道

5.2.1 专卖店

5.2.2 商场

(1) 线下商场

(2) 网上商城

5.2.3 鞋业超市

5.3 运动鞋终端销售趋势

5.4 运动鞋营销策略分析

5.4.1 运动鞋营销战略分析

(1) 产品策略

(2) 价格策略

(3) 渠道策略

(4) 促销策略

(5) 广告策略

5.4.2 运动鞋品牌营销策略分析

(1) 塑造品牌的独特核心理念

(2) 创新性的差异化概念

(3) 实施双品牌战略

(4) 品牌形象的本土化策略 第6章：运动鞋行业重点区域市场发展状况分析

6.1 行业总体区域结构特征分析

6.2 行业重点区域产销情况分析

6.2.1 北京市体育用品消费情况及前景

(1) 体育用品消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.2.2 天津市体育用品消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.2.3 沈阳市运动鞋消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.2.4 西安市运动鞋消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.3 华东地区运动鞋消费情况分析

6.3.1 上海市运动鞋消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

1) 居民收入及消费水平

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.3.2 济南市运动鞋消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.3.3 南京市运动鞋消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.3.4 杭州市运动鞋消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.4 华南地区运动鞋消费情况及前景

6.4.1 广州市运动鞋消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.4.2 深圳市运动鞋消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.4.3 晋江市体育用品行业发展状况

(1) 运动鞋消费环境分析

1) 居民收入水平

(2) 晋江市运动鞋市场竞争格局

(3) 晋江市体育用品行业发展前景

6.4.4 福州市运动鞋消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.4.5 昆明市运动鞋消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.5 中西部地区运动鞋消费情况及前景

6.5.1 武汉市运动鞋消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.5.2 重庆市运动鞋消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

6.5.3 贵阳市运动鞋消费情况及前景

(1) 运动鞋消费环境分析

(2) 运动鞋市场竞争格局

(3) 运动鞋消费需求及前景预测

第7章：运动鞋行业主要企业生产经营分析

7.1 运动鞋企业发展总体状况分析

7.1.1 运动鞋行业企业总体分析

7.1.2 运动鞋行业上市企业销售收入

7.1.3 运动鞋行业上市企业利润总额

7.2 运动鞋行业领先企业个案分析

7.2.1 李宁有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析

7.2.2 安踏体育用品集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析

7.2.3 中国动向（集团）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

7.2.4 361度国际有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络分析
- (10) 企业经营状况优劣势分析

7.2.5 鸿星尔克体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

7.2.6 探路者控股集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构与新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营模式分析
- (10) 企业经营状况优劣势分析

7.2.7 贵人鸟（福建）鞋塑有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析

7.2.8 特步国际控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业营销策略及供应链管理
- (9) 企业销售渠道与网络分析
- (10) 企业经营状况优劣势分析

7.2.9 福建泉州匹克（集团）公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.10 乔丹体育股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

第8章：运动鞋行业发展趋势分析与预测

8.1 运动鞋行业发展趋势与前景预测

8.1.1 行业发展因素分析

8.1.2 行业发展趋势预测

(1) 产品发展趋势

(2) 技术趋势分析

(3) 竞争趋势分析

8.1.3 行业发展前景预测

(1) 运动鞋总体需求预测

(2) 运动鞋细分产品需求预测

8.2 运动鞋行业投资现状与风险分析

8.2.1 行业投资现状分析

8.2.2 行业进入壁垒分析

8.2.3 行业经营模式分析

8.2.4 行业投资风险预警

(1) 政策风险

(2) 技术风险

(3) 供求风险

(4) 宏观经济波动风险

(5) 关联产业风险

8.2.5 行业兼并重组分析

8.3 运动鞋行业投资机会与热点分析

8.3.1 行业投资价值分析

8.3.2 行业投资机会分析

(1) 产业链投资机会分析

(2) 重点区域投资机会分析

(3) 细分市场投资机会分析

(4) 产业空白点投资机会

8.3.3 行业投资热点分析

8.4 运动鞋行业发展战略与规划分析

8.4.1 运动鞋行业发展战略研究分析

(1) 战略综合规划

(2) 技术开发战略

(3) 区域战略规划

(4) 产业战略规划

(5) 营销品牌战略

(6) 竞争战略规划

8.4.2 对我国运动鞋企业的战略思考

8.4.3 中国运动鞋行业发展建议分析

(1) 调整产品结构，转变经济增长方式势在必行

(2) 文明生产，规范竞争，已成为市场发展的主流

(3) 正视市场发展规律，坦然接纳制鞋产业转移趋势

(4) 内销市场竞争更加激烈，低价竞争有升级的倾向

(5) 学习和运用国际贸易规则，拓展多元化国际市场

图表目录

图表1：运动鞋定义的分类

图表2：运动鞋产品特征

图表3：运动鞋产品分类

图表4：截至2019年运动鞋行业标准汇总

图表5：运动鞋行业主管部门与管理职责

图表6：运动鞋行业主要政策及法规

图表7：2016-2019年我国国内生产总值及其增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表8：2016-2019年中国城镇化率变化情况（单位：%）

图表9：2019年我国宏观经济指标预测（单位：%）

图表10：2016-2019年中国城乡居民收入水平（单位：元，%）

图表11：2016-2019年中国居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）

图表12：2019年中国各年龄段人口数（单位：万人）

图表13：2019年各年龄段人口数占比（单位：%）

图表14：2016-2019年全国人均消费支出及其增速（单位：元，%）

图表15：2016-2019年我国社会消费品零售总额（单位：亿元，%）

图表16：2016-2019年运动鞋行业（按申请日）专利技术数（单位：件）

图表17：2016-2019年运动鞋行业（按公开日）专利技术数（单位：件）

图表18：截至2019年我国运动鞋专利申请人（单位：件）

图表19：截至2019年我国运动鞋专利分类（单位：件）

图表20：中国运动鞋行业发展机遇与威胁分析

图表21：运动鞋发展历程

图表22：2009-2019年全球运动鞋市场规模增长情况（单位：亿美元，%）

图表23：2019年全球运动鞋行业市场格局（单位：%）

图表24：2019年全球运动鞋产品结构（单位：%）

图表25：2019年全球运动鞋生产区域分布情况

图表26：2019年全球运动鞋消费区域分布情况

图表27：2016-2019年美国运动鞋市场规模增长情况（单位：亿美元，%）

图表28：美国运动鞋最新技术进展

图表29：2019年美国运动鞋企业竞争情况（单位：%）

图表30：美国运动鞋行业发展趋势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/162084.html>