

2020-2026年中国运动鞋服 市场深度分析与行业前景预测报告

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年中国运动鞋服市场深度分析与行业前景预测报告》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/202006/170395.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

运动鞋是根据人们参加运动或旅游的特点设计制造的鞋子。运动鞋的鞋底和普通的皮鞋、胶鞋不同，一般都是柔软而富有弹性的，能起一定的缓冲作用。运动时能增强弹性，有的还能防止脚踝受伤。所以，在进行体育运动时，大都要穿运动鞋，尤其是高烈度体能运动，如：篮球、跑步等。

运动服是指专用于体育运动竞赛的服装。广义上还包括从事户外体育活动所穿用的服装。运动服通常是按照运动项目的特定要求设计制作。运动服主要分为田径服、球类服、水上服、冰上服、举重服、摔跤服、体操服、登山服、击剑服9类。运动鞋服产业链示意图资料来源：中企顾问网整理 2011-2017年我国运动鞋服市场规模及其增速 资料来源：中企顾问网整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国运动鞋服市场深度分析与行业前景预测报告》共十六章。首先介绍了运动鞋服相关概念及发展环境，接着分析了中国运动鞋服行业规模及消费需求，然后对中国运动鞋服市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国运动鞋服行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国运动鞋服产业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录:

第一部分 运动鞋服行业运行现状解析	1
第一章 中国运动鞋服行业发展概述	1
第一节 运动鞋服行业发展情况	1
一、运动鞋服定义	1
二、运动鞋服行业发展历程	1
第二节 运动鞋服产业链分析	2
一、产业链模型介绍	2
二、运动鞋服产业链模型分析	4
第三节 2017-2019年中国运动鞋服行业经济指标分析	5
一、赢利性	5

二、成长速度	5
三、附加值的提升空间	6
四、行业周期	6
五、竞争激烈程度指标	7

第二章 2017-2019年全球运动鞋服市场发展动态分析 9

第一节 全球运动鞋服市场发展情况分析 9

一、2019年全球运动鞋服市场发展分析 9

二、2019年全球运动鞋服品牌排名 11

第二节 2018年世界主要国家运动鞋服市场分析 13

一、2019年美国运动鞋服市场现状分析 13

二、2019年欧洲运动鞋服市场现状分析 20

三、2019年日本运动鞋服市场现状分析 20

四、2019年韩国运动鞋服市场现状分析 21

第三章 2017-2019年中国运动鞋服市场运行分析 23

第一节 运动鞋服行业市场发展基本情况 23

一、市场发展现状分析 23

二、中国鞋服行业现状 23

三、我国运动服装行业特点 24

四、我国运动鞋服行业制定行业标准 25

五、中国户外运动鞋服行业步入快速发展期 25

第二节 行业市场产品价格分析 26

一、2017年市场产品价格走势 26

二、2019年市场产品价格走势 26

三、2020-2026年市场产品价格趋势预测 27

第三节 国内运动鞋服企业品牌分析 27

一、我国运动鞋服企业的品牌现状 27

二、我国运动鞋服品牌经营中存在的主要问题 28

三、国内运动鞋服企业“六管齐下”造品牌 28

第四章 2019年中国运动鞋服行业的国际比较分析 30

第一节 中国运动鞋服市场发展情况分析 30

一、运动鞋服企业争先抢滩女性市场 30

二、中国户外运动鞋服市场发展迅速 30

三、运动鞋市场进入整合时代 31

第二节 中国运动鞋服行业的国际比较分析 32

一、中国运动鞋服行业竞争力指标分析 32

二、中国运动鞋服行业经济指标国际比较分析 32

三、中国鞋服行业信息化现状 32

第三节 全球运动鞋服行业市场需求分析 33

一、市场规模现状 33 2016年全球运动鞋市场规模为795.3亿美元，较2015年的728.6亿美元增长9.25%。2017年全球运动鞋市场规模增至812.4亿美元。 2011-2017年全球运动鞋市场规模走势图 资料来源：中企顾问网整理

2017年全球运动服装零售市场规模为1825.3亿美元，较2016年的1720.03亿美元增长6.12%。

2016-2017年全球运动服装市场规模分析 资料来源：Euromonitor Passport Data、中企顾问网整理

二、需求结构分析 34

三、重点需求客户 35

四、市场前景展望 35

第五章 2012-2019年中国纺织服装制造行业数据监测分析 37

第一节 2012-2019年中国纺织服装制造行业规模分析 37

一、企业数量增长分析 37

二、从业人数增长分析 37

三、资产规模增长分析 38

第二节 2019年中国纺织服装制造行业结构分析 38

一、企业数量结构分析 38

二、销售收入结构分析 39

第三节 2012-2019年中国纺织服装制造行业产值分析 39

一、产成品增长分析 39

二、工业销售产值分析 40

三、出口交货值分析 40

第四节 2012-2019年中国纺织服装制造行业成本费用分析 41

一、销售成本统计	41
二、费用统计	41
第五节 2012-2019年中国纺织服装制造行业盈利能力分析	42
一、主要盈利指标分析	42
二、主要盈利能力指标分析	42

第六章 2012-2019年中国皮鞋制造行业数据监测分析 44

第一节 2012-2019年中国皮鞋制造行业规模分析 44

一、企业数量增长分析	44
二、从业人数增长分析	44
三、资产规模增长分析	45

第二节 2019年中国皮鞋制造行业结构分析 45

一、企业数量结构分析	45
二、销售收入结构分析	46

第三节 2012-2019年中国皮鞋制造行业产值分析 46

一、产成品增长分析	46
二、工业销售产值分析	47
三、出口交货值分析	47

第四节 2012-2019年中国皮鞋制造行业成本费用分析 48

一、销售成本统计	48
二、费用统计	48

第五节 2012-2019年中国皮鞋制造行业盈利能力分析 49

一、主要盈利指标分析	49
二、主要盈利能力指标分析	49

第二部分 运动鞋服市场供需监测 51

第七章 2019年中国运动鞋服生产现状分析 51

第一节 运动鞋服行业总体规模及预测 51

第二节 运动鞋服产能概况 52

一、2010-2019年产能分析	52
二、2020-2026年产能预测	52

第三节 运动鞋服产量概况 53

一、2012-2019年产量分析 53

二、2020-2026年产量预测 53

第四节 运动鞋服行业市场供给分析 54

一、生产规模现状 54

二、产能规模分布 54

三、市场价格走势 55

第八章 2019年中国运动鞋服市场供需分析 56

第一节 2019年运动鞋服市场需求分析 56

一、运动鞋服行业需求市场 56

二、运动鞋服行业客户结构 59

三、运动鞋服行业需求的地区差异 60

第二节 2019年运动鞋服市场供给分析 60

第三节 2020-2026年供求平衡分析及未来发展趋势 61

一、运动鞋服行业的需求预测 61

二、运动鞋服行业的供应预测 62

三、2012-2019年运动鞋服供求平衡分析 62

四、2020-2026年运动鞋服供求平衡预测 63

第九章 区域市场情况深入研究 64

第一节 长三角区域市场情况分析 64

第二节 珠三角区域市场情况分析 66

第三节 环渤海区域市场情况分析 69

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析 72

第十章 2019年运动鞋服产业链的分析 74

第一节 上游原材料供应状况分析 74

一、主要原材料 74

二、2017-2019年主要原材料价格及供应情况 74

三、2020-2026年主要原材料未来价格及供应情况预测 77

第二节 运动鞋服产业链的分析 78

第三部分 运动鞋服行业竞争分析	80
第十一章 2019年中国运动鞋服市场竞争格局分析	80
第一节 2019年中国运动鞋服行业竞争结构分析	80
一、现有企业的竞争	80
二、新进入者的威胁	80
三、替代品的威胁	81
四、供应商议价能力	81
五、客户议价能力	81
第二节 2019年中国运动鞋服行业集中度分析	82
一、市场集中度分析	82
二、企业集中度分析	83
第三节 2019年中国运动鞋服行业国际竞争力比较	84
一、生产要素	84
二、需求条件	85
三、相关和支持性产业	85
四、企业的战略、结构和竞争对手	86
第四节 运动鞋服行业竞争格局分析	87
一、中国运动鞋服产业竞争格局	87
二、中国运动鞋服市场竞争分析	87
三、运动鞋服行业进入标准化竞争时代	88
四、运动品牌纷纷推出子品牌吞噬休闲鞋服市场	88
五、运动鞋服品牌以战略营销模式“抢”市场	90
第十二章 2019年中国运动鞋服行业产业结构分析	92
第一节 产业结构分析	92
一、市场细分充分程度的分析	92
二、各细分市场领先企业排名	92
第二节 产业结构发展预测	93
一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析	93
二、产业结构调整中消费者需求的引导因素	94
三、中国运动鞋服行业参与国际竞争的战略市场定位	96

第十三章 2019年中国运动鞋服前十大领先企业发展分析 97

第一节 耐克体育用品有限公司（NIKE） 97

一、公司概况 97

二、企业经营状况 97

三、公司SWOT分析 101

第二节 阿迪达斯体育（中国）有限公司（ADIDAS） 103

一、企业概况 103

二、企业主要经济指标分析 103

三、企业盈利能力分析 104

四、企业偿债能力分析 104

第三节 彪马（上海）商贸有限公司（PUMA） 104

一、企业概况 104

二、企业主要经济指标分析 106

三、企业盈利能力分析 106

四、企业偿债能力分析 107

第四节 背靠背（KAPPA） 107

一、公司概况 107

二、企业经营状况 108

三、KAPPA差异化营销模式 112

第五节 李宁有限公司 116

一、公司概况 116

二、企业经营状况 117

三、企业发展策略分析 121

第六节 安踏（中国）有限公司 121

一、企业概况 121

二、企业主要经济指标分析 124

三、企业盈利能力分析 124

四、企业偿债能力分析 125

第七节 三六一度（中国）有限公司 125

一、企业概况 125

二、企业主要经济指标分析 126

三、企业盈利能力分析 127

四、企业偿债能力分析 127

第八节 乔丹体育股份有限公司 127

一、企业概况 127

二、企业主要经济指标分析 128

三、企业盈利能力分析 128

四、企业偿债能力分析 129

第九节 特步（中国）有限公司 129

一、公司概况 129

二、企业经营状况 130

三、企业发展分析 130

第十节 泉州匹克鞋业有限公司 131

一、企业概况 131

二、企业主要经济指标分析 131

三、企业盈利能力分析 132

四、企业偿债能力分析 132

第四部分 运动鞋服投资趋势预测分析 133

第十四章 2019年中国运动鞋服行业市场投资环境分析 133

第一节 市场环境分析 133

一、国民经济运行情况GDP 133

二、消费价格指数CPI、PPI 135

三、全国居民收入情况 149

四、恩格尔系数 150

五、工业发展形势 152

六、固定资产投资情况 156

七、中国汇率调整（人民币升值） 160

八、对外贸易&进出口 164

第二节 2019年中国运动鞋服行业政策环境分析 166

一、运动鞋服政策分析 166

二、运动鞋服标准分析 168

三、进出口政策分析 170

第三节 2019年中国运动鞋服行业社会环境分析 174

一、人口环境分析	174
二、教育环境分析	176
三、文化环境分析	179
四、生态环境分析	182
五、中国城镇化率	184
六、居民的各种消费观念和习惯	185
第四节 2019年中国运动鞋服行业技术环境分析	187
第十五章 2020-2026年运动鞋服行业发展趋势及影响因素	193
第一节 运动鞋服未来发展预测分析	193
一、中国运动鞋服发展方向分析	193
二、2020-2026年中国运动鞋服行业发展规模	194
三、2020-2026年中国运动鞋服行业发展趋势预测	194
第二节 2020-2026年运动鞋服行业供给预测	195
一、2020-2026年运动鞋服行业供给预测	195
二、2020-2026年运动鞋服行业需求预测	196
三、2020-2026年运动鞋服行业进出口预测	197
第三节 影响企业生产与经营的关键趋势	198
一、市场整合成长趋势	198
二、科研开发趋势及替代技术进展	198
三、影响企业销售与服务方式的关键趋势	199
四、中国运动鞋产业市场发展趋势	200
五、中国运动鞋服行业发展趋势分析	200
六、2018运动服装品牌走势	203
第十六章 2020-2026年运动鞋服行业投资方向与风险分析	204
第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析	204
第二节 产业发展的空白点分析	205
第三节 投资回报率比较高的投资方向	206
第四节 新进入者应注意的障碍因素	206
第五节 营销分析与营销模式推荐	207
一、户外运动鞋服营销渠道探索	207

二、运动鞋服文化营销	209
三、品牌运动鞋服企业的战略营销模式	211
第六节 2020-2026年中国运动鞋服行业投资风险分析	216
一、客观事件的不确定性风险	216
二、市场的不确定性风险	216
三、行业发展的不确定性风险	217
四、技术发展的不确定性风险	217
五、战略规划者的主观不确定性风险	218
六、执行过程的不确定性风险	218
七、工具方法的局限性风险	218
八、战略规划系统的不确定性风险	219

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/170395.html>