

2020-2026年中国运动鞋行业 发展趋势与未来发展趋势报告

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趋势与未来发展趋势报告》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/202007/173900.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

近年来，全民体育健身被纳入国家战略层面，一系列加强全民健身意识的指导性文件相继出台。得益于健康意识的提升和运动配套设施的完善，近年我国民众对体育运动的参与度显著提高，对运动鞋的需求也大大增长。

2014年开始，伴随着运动鞋企业库存调整的初步完成以及新一波体育运动风潮的兴起，龙头企业开始逐步走出困境，行业开始逐渐回暖。2016年，我国运动鞋市场规模为940亿元；2017年我国运动鞋市场规模为1025亿元。2011-2017年我国运动鞋市场规模走势图

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国运动鞋行业发展趋势与未来发展趋势报告》共二十章。首先介绍了中国运动鞋行业市场发展环境、运动鞋整体运行态势等，接着分析了中国运动鞋行业市场运行的现状，然后介绍了运动鞋市场竞争格局。随后，报告对运动鞋做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国运动鞋行业发展趋势与投资预测。您若想对运动鞋产业有个系统的了解或者想投资中国运动鞋行业，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。

报告目录:

第一部分运动鞋行业发展环境分析

第一章运动鞋行业发展综述

第一节 运动鞋行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 运动鞋行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 最近-年中国运动鞋行业经济指标分析

第四节 运动鞋行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性
- 四、行业产业链上游相关行业分析
- 五、行业下游产业链相关行业分析
- 六、上下游行业影响及风险提示

第二章运动鞋行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 运动鞋行业政治法律环境（P）

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、运动鞋行业标准
- 四、行业相关发展规划
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

- 一、运动鞋产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、运动鞋产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、运动鞋技术分析
- 二、运动鞋技术发展水平
- 三、2019年运动鞋技术发展分析
- 四、行业主要技术发展趋势
- 五、技术环境对行业的影响

第二部分运动鞋行业深度透视

第三章国际运动鞋行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球运动鞋市场总体情况分析

- 一、全球运动鞋行业的发展特点

- 二、2019年全球运动鞋市场结构
- 三、2019年全球运动鞋行业发展分析
- 四、2019年全球运动鞋行业竞争格局
- 五、2019年全球运动鞋市场区域分布
- 六、2019年国际重点运动鞋企业运营分析

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

- 一、欧洲
- 二、美国
 - 、美国运动鞋行业发展概况
- 三、日本
- 四、韩国
- 五、其他国家地区

第四章中国运动鞋行业的国际比较分析

第一节 中国运动鞋行业的国际比较分析

- 一、中国运动鞋行业经济指标国际比较分析
- 二、运动鞋行业国际竞争力比较

第二节 全球运动鞋行业市场需求分析

- 一、市场规模现状
- 二、中国运动鞋行业竞争力指标分析
- 三、需求结构分析
- 四、重点需求客户
- 五、市场前景展望

第三节 全球运动鞋行业市场供给分析

- 一、生产规模现状
- 二、产能规模分布
- 三、市场价格走势
- 四、重点厂商分布

第五章我国运动鞋行业运行现状分析

第一节 我国运动鞋行业发展状况分析

- 一、我国运动鞋行业发展阶段

- 二、我国运动鞋行业发展总体概况
- 三、我国运动鞋行业发展特点分析
- 四、我国运动鞋行业商业模式分析
- 第二节 2019年运动鞋行业发展现状
 - 一、2019年我国运动鞋行业市场规模
 - 二、2019年我国运动鞋行业发展分析
 - 三、2019年中国运动鞋企业发展分析
- 第三节 2019年运动鞋市场情况分析
 - 一、2019年中国运动鞋市场总体概况
 - 二、2019年中国运动鞋产品市场发展分析
- 第四节 我国运动鞋市场价格走势分析
 - 一、运动鞋市场定价机制组成
 - 二、运动鞋市场价格影响因素
 - 三、2019年运动鞋产品价格走势分析
 - 四、2020-2026年运动鞋产品价格走势预测

第六章我国运动鞋所属行业整体运行指标分析

第一节 2013-2019年中国运动鞋所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析

第二节 2013-2019年中国运动鞋所属行业产销情况分析

2016年我国国内运动鞋产量为9.57亿双；2017年我国国内运动鞋产量为10.19亿双，产量同比增长6.48%。2011-2017年我国运动鞋产量

数据来源：公开资料整理

- 一、我国运动鞋所属行业工业总产值
- 二、我国运动鞋所属行业工业销售产值
- 三、我国运动鞋所属行业产销率

第三节 2013-2019年中国运动鞋所属行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
 - 1、我国运动鞋所属行业总资产利润率
 - 2、我国运动鞋所属行业成本费用利润率

- 3、我国运动鞋所属行业产值利税率
- 二、行业偿债能力分析
 - 1、我国运动鞋所属行业资产负债比率
 - 2、我国运动鞋所属行业流动比率
 - 3、我国运动鞋所属行业速动比率
- 三、行业营运能力分析
 - 1、我国运动鞋所属行业总资产周转率
 - 2、我国运动鞋所属行业流动资产周转率
- 四、行业发展能力分析
 - 1、我国运动鞋所属行业总资产增长率
 - 2、我国运动鞋所属行业利润总额增长率
 - 3、我国运动鞋所属行业主营业务收入增长率

第三部分运动鞋行业发展形势

第七章 2020-2026年我国运动鞋市场供需形势分析

第一节 运动鞋行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析
- 四、2019年原材料产能情况分析

第二节 我国运动鞋市场供需分析

- 一、2019年我国运动鞋行业供给情况
 - 1、我国运动鞋行业供给分析
 - 2、我国运动鞋行业产品产量分析
 - 3、重点企业产能及占有份额
- 二、2019年我国运动鞋行业需求情况
 - 1、运动鞋行业需求市场
 - 2、运动鞋行业客户结构
 - 3、运动鞋行业需求的地区差异
- 三、2019年我国运动鞋行业供需平衡分析

第三节 运动鞋产品市场应用及需求预测

- 一、运动鞋产品应用市场总体需求分析

- 1、运动鞋产品应用市场需求特征
- 2、运动鞋产品应用市场需求总规模
- 二、2020-2026年运动鞋行业领域需求量预测
- 1、2020-2026年运动鞋行业领域需求产品功能预测
- 2、2020-2026年运动鞋行业领域需求产品市场格局预测
- 三、重点行业运动鞋产品需求分析预测

第八章运动鞋行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 运动鞋行业进出口市场分析

一、运动鞋行业进出口综述

- 1、中国运动鞋进出口的特点分析
- 2、中国运动鞋进出口地区分布状况
- 3、中国运动鞋进出口的贸易方式及经营企业分析
- 4、中国运动鞋进出口政策与国际化经营

二、运动鞋行业出口市场分析

- 1、2013-2019年行业出口整体情况
- 2、2013-2019年行业出口总额分析
- 3、2013-2019年行业出口产品结构

三、运动鞋行业进口市场分析

- 1、2013-2019年行业进口整体情况
- 2、2013-2019年行业进口总额分析
- 3、2013-2019年行业进口产品结构

第二节 中国运动鞋出口面临的挑战及对策

一、中国运动鞋出口面临的挑战

二、中国运动鞋行业未来出口展望

三、中国运动鞋产品出口对策

- 1、市场定位
- 2、价值主张
- 3、供应链
- 4、核心能力

四、运动鞋行业进出口前景及建议

第九章运动鞋行业产业结构分析

第一节 运动鞋产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业发展策略建议

- 一、运动鞋的网络营销
 - 1、运动鞋的网络营销现状
 - 2、运动鞋网络营销的SWOT分析
- 二、大学生品牌运动鞋消费需求分析
 - 1、大学生运动鞋消费调查
 - 2、需求特点分析
 - 3、大学生运动鞋品牌建设的建议
- 三、中国运动鞋行业参与国际竞争的策略
 - 1、品牌赛事营销策略
 - 2、品牌网络营销策略
 - 3、品牌明星代言策略
 - 4、品牌文化精神推广策略
 - 5、品牌国际化升级策略
 - 6、品牌合作与并购策略
 - 7、品牌价格吸引策略
- 四、市场细分在运动鞋市场开发中运用的建议和对策

第十章我国运动鞋细分市场分析及预测

第一节 中国运动鞋行业细分市场结构分析

目前国内运动鞋市场参与者主要有安踏、特步、李宁、361度等，其中安踏国内市场份额为6.88%；李宁市场份额为4.04%。2017年我国运动鞋市场份额分布格局

数据来源：公开资料整理

- 一、运动鞋行业市场结构现状分析
- 二、运动鞋行业细分市场发展概况
- 三、运动鞋行业市场结构变化趋势

第二节 细分市场分析预测

一、篮球鞋市场分析预测

- 1、技术发展进程
- 2、市场竞争格局
- 3、市场趋势预测

二、网球鞋市场分析预测

- 1、技术发展进程
- 2、市场竞争格局

三、足球鞋市场分析预测

- 1、技术发展进程
- 2、市场竞争格局

四、慢跑鞋市场分析预测

- 1、技术发展进程
- 2、市场竞争格局

五、帆布鞋市场分析预测

- 1、技术发展进程
- 2、市场规模分析
- 3、市场竞争格局

六、休闲运动鞋市场分析预测

- 1、技术发展进程
- 1、市场规模分析
- 2、市场竞争格局
- 3、市场趋势预测

第四部分 运动鞋行业发展策略建议

第十一章 我国运动鞋行业营销趋势及策略分析

第一节 运动鞋行业销售渠道分析

- 一、营销分析与营销模式推荐
- 二、营销渠道发展趋势与策略

第二节 运动鞋行业营销策略分析

一、中国运动鞋营销概况

二、运动鞋营销策略探讨

1、中国运动鞋产品营销策略浅析

2、运动鞋新产品的市场推广策略

3、运动鞋细分产品营销策略分析

第三节 运动鞋营销的发展趋势

一、未来运动鞋市场营销的出路

二、中国运动鞋营销的趋势预测

第十二章 运动鞋行业产业集群及区域市场分析

第一节 中国运动鞋产业集群发展特色分析

一、长江三角洲运动鞋产业发展特色分析

二、珠江三角洲运动鞋产业发展特色分析

三、闽南地区运动鞋产业发展特色分析

四、西部地区运动鞋产业发展特色分析

第二节 中国运动鞋重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

二、运动鞋区域市场分析

1、广东省运动鞋市场分析

2、浙江省运动鞋市场分析

3、江苏省运动鞋市场分析

4、四川省运动鞋市场分析

5、福建省运动鞋市场分析

三、运动鞋区域市场前景及趋势

第十三章 2019年运动鞋行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、运动鞋行业竞争结构分析

二、运动鞋行业企业间竞争格局分析

三、运动鞋行业集中度分析

四、运动鞋行业SWOT分析

第二节 2013-2019年运动鞋行业竞争格局分析

- 一、2013-2019年国内外运动鞋竞争分析
- 二、2013-2019年我国运动鞋市场竞争分析
- 三、2013-2019年我国运动鞋市场集中度分析
- 四、2013-2019年国内主要运动鞋企业动向

第三节 运动鞋行业并购重组分析

- 一、本土企业投资兼并与重组分析
- 二、行业投资兼并与重组趋势分析

第四节 运动鞋市场竞争策略分析

- 一、成本控制策略
- 二、技术创新策略
- 三、营销推广策略

第十四章 2019年运动鞋行业领先企业经营形势分析

第一节 中国运动鞋企业总体发展状况分析

- 一、运动鞋企业主要类型
- 二、运动鞋企业创新及品牌建设
- 三、运动鞋行业企业排名分析

第二节 中国领先运动鞋企业经营形势分析

一、耐克体育（中国）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业发展能力分析
- 4、企业产品结构及新产品动向

二、阿迪达斯（中国）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业发展能力分析
- 4、企业产品结构及新产品动向

三、李宁（中国）体育用品有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析

3、企业发展能力分析

4、企业产品结构及新产品动向

四、安踏（中国）有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业发展能力分析

4、企业产品结构及新产品动向

五、特步（中国）有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业发展能力分析

4、企业产品结构及新产品动向

六、三六一度（中国）有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业发展能力分析

4、企业产品结构及新产品动向

七、匹克体育用品有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业产品结构及新产品动向

4、企业销售渠道与网络

八、彪马（上海）商贸有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业产品结构及新产品动向

4、企业市场竞争力分析

九、新百伦贸易（中国）有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业发展能力分析

4、企业产品结构及新产品动向

十、鸿星尔克体育用品有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、公司经营情况
- 3、企业销售渠道与网络
- 4、企业发展战略分析

第六部分运动鞋行业投资发展策略

第十五章 2020-2026年运动鞋行业前景及趋势预测

第一节 2020-2026年运动鞋市场发展前景

- 一、2020-2026年运动鞋市场发展潜力
- 二、2020-2026年运动鞋市场发展前景展望
- 三、2020-2026年运动鞋细分行业发展前景分析

第二节 运动鞋行业“十三五”总体规划研究

- 一、运动鞋行业“十三五”产业布局
- 二、运动鞋行业“十三五”市场趋势
- 三、运动鞋行业“十三五”规划主要目标

第三节 2020-2026年运动鞋市场发展趋势预测

一、2020-2026年运动鞋行业发展趋势

- 1、技术发展趋势分析
- 2、产品发展趋势分析
- 3、产品应用趋势分析

二、2020-2026年运动鞋市场规模预测

三、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第四节 2020-2026年中国运动鞋行业供需预测

- 一、2020-2026年中国运动鞋行业供给预测
- 二、2020-2026年中国运动鞋行业产量预测
- 三、2020-2026年中国运动鞋市场销量预测
- 四、2020-2026年中国运动鞋行业需求预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、科研开发趋势及替代技术进展

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十六章 2020-2026年运动鞋行业投资价值评估分析

第一节 运动鞋行业投资特性分析

- 一、运动鞋行业进入壁垒分析
- 二、运动鞋行业盈利因素分析
- 三、运动鞋行业盈利模式分析

第二节 2020-2026年运动鞋行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第三节 2020-2026年运动鞋行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
- 二、投资回报率比较高的投资方向
- 三、新进入者应注意的障碍因素

第十七章 2020-2026年运动鞋行业投资机会与风险防范

第一节 运动鞋行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、运动鞋行业投资现状分析

第二节 2020-2026年运动鞋行业投资机会

- 一、细分市场投资机会
- 二、重点区域投资机会
- 四、运动鞋行业投资机遇

第三节 2020-2026年运动鞋行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国运动鞋行业投资建议

- 一、运动鞋行业未来发展方向
- 二、运动鞋行业主要投资建议
- 三、中国运动鞋企业融资分析

第十八章 2020-2026年运动鞋行业面临的困境及对策

第一节 运动鞋行业面临的困境

- 一、中国运动鞋行业发展的主要困境
- 二、国际经济分析

第二节 运动鞋企业面临的困境及对策

- 一、重点运动鞋企业面临的困境及对策
- 二、中小运动鞋企业发展困境及策略分析
- 三、国内运动鞋企业的出路分析

第三节 中国运动鞋行业存在的问题及对策

- 一、中国运动鞋行业存在的问题
- 二、运动鞋行业发展的建议对策
- 三、市场的重点客户战略实施

第十九章 运动鞋行业发展战略研究

第一节 运动鞋行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国运动鞋品牌的战略思考

- 一、运动鞋品牌的重要性
- 二、运动鞋实施品牌战略的意义
- 三、运动鞋企业品牌的现状分析

四、我国运动鞋企业的品牌战略

五、运动鞋品牌战略管理的策略

第三节 运动鞋经营策略分析

一、运动鞋市场细分策略

二、运动鞋市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、运动鞋新产品差异化战略

第四节 运动鞋行业投资战略研究

一、2019年运动鞋行业投资战略

二、2020-2026年运动鞋行业投资战略

三、2020-2026年细分行业投资战略

第二十章 研究结论及发展建议（）

第一节 运动鞋行业研究结论及建议

第二节 运动鞋行业研究结论及建议

第三节 运动鞋行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/173900.html>