

2016-2022年中国运动鞋产业发展现状及市场监测 报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国运动鞋产业发展现状及市场监测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/280752.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

运动鞋是根据人们参加运动或旅游的特点设计制造的。运动鞋的鞋底和普通皮鞋、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，如：篮球，跑步等。

经过了三十多年的粗放式快速发展，中国的制鞋业积累了很多矛盾，以出口为主的制鞋产业，面对国际市场的萎缩，又加之来自主要市场国的反倾销等贸易保护措施，中国制鞋业的下行压力较大，规模企业出现的同时，一批小企业倒闭。

早在几年前，因不断上涨的劳动力成本、原材料以及汇率波动等因素，就有不少鞋企向东南亚地区转移生产基地。而中国-东盟自由贸易区的全面启动，越南、印度、巴基斯坦等地的鞋业发展迅速。2010年1-11月，越南运动鞋产值同比增长20.2%，规模以上皮鞋企业产值同比增长23.4%，对中国制鞋业造成十分大的潜在威胁。

中国的制鞋企业的实力依旧十分强大。中国制鞋业经过近20年的发展，凭藉优质的投资环境以及劳动力资源的优势，已经建立起完善的上下游产业链，形成各种鞋类生产的产业集群，建立完善的鞋业成品和鞋材市场以及鞋类的研发中心和资讯中心等。

虽然中国制鞋业如今也面临着国内政策因素和劳动力成本上涨影响以及来自印度、巴西、越南、印度尼西亚等国家在中低档鞋类方面的竞争，在高档鞋方面又有意大利、西班牙、葡萄牙等国家的竞争，但中国制鞋业的综合竞争优势仍然是其它国家难以匹比的。我国运动鞋行业工业总产值逐年增加，且增速均在10%以上。尤其是2014年，工业总产值同比增幅达24.20%，达到1471.48亿元，成为近五年中增速最快的年份。

2010-2014年我国运动鞋工业总产值（单位：亿元）

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：

第一章 运动鞋相关概述 14

1.1运动鞋概念及特点 14

1.1.1运动鞋的定义 14

1.1.2运动鞋的功能分类 14

1.1.3运动鞋的材料 15

1.1.4专业运动鞋的性能要求 16

1.2运动鞋的造型特点 17

1.2.1线条方面 17

1.2.2色彩特点 17

1.2.3装饰方面 18

1.2.4运动鞋底造型 18

第二章2014-2016年全球运动鞋行业发展现状分析 19

2.1运动鞋生产技术的发展演化分析 19

2.1.120世纪初期全球运动鞋的发展 19

2.1.220世纪中后期全球运动鞋的发展 20

2.1.321世纪现代运动鞋技术的研发趋势 23

2.22014-2016年全球运动鞋产业发展现状分析 24

2.2.1全球运动球生产和消费区域分布 24

2.2.2全球运动鞋消费市场的转移分析 25

2.2.32016年美国运动鞋市场售价变化分析 26

2.2.42016年美国生理鞋热销对运动鞋的影响分析 27

2.2.52014-2016年泰国运动鞋市场运行分析 28

第三章2014-2016年中国运动鞋行业发展的环境分析 30

3.1宏观经济环境 30

3.1.12014-2016年中国GDP增长分析 30 2004-2016年3月GDP季度同比增速 (%)

3.1.22014-2016年中国居民收入增长情况 30

3.1.32016年中国社会消费品零售总额分析 31

3.2社会消费环境 32

3.2.12016年中国人口及城镇化水平分析 32

3.2.22016年中国城乡居民衣着消费情况分析 34

3.2.32016年中国居民消费与恩格尔系数 35

3.2.4近年体育运动赛事的推动作用分析 36

3.3运动鞋政策法律环境 37

3.3.12016年工信部加强产品质量体系标准化建设 37

3.3.22016年中国发布加快发展体育产业的指导意见 38

3.3.32008年《田径运动鞋》国家标准分析 40

3.3.42008年《儿童运动鞋标准》分析 40

3.3.52016年《篮排球专业运动鞋》标准分析 40

3.3.62016年中国轮滑鞋生产标准将出台 41

3.3.72014-2016年中国运动鞋积极参与国际标准制订 41

第四章2014-2016年中国运动鞋上游产业发展现状分析 43

4.12014-2016年中国体育产业发展现状分析 43

4.1.1体育产业相关概述 43

4.1.22016年中国体育产业发展现状分析 44

4.1.32014-2016年中国体育用品行业发展概况 46

4.1.42008-2016年中国体育用品行业资产规模分析 49

4.1.52008-2016年中国体育用品行业销售收入分析 52

4.22014-2016年中国运动服饰产业发展现状分析 53

4.2.1中国运动服饰产业链分析 53

4.2.22016年中国运动服饰市场规模分析 53

4.2.32016年中国户外用品市场规模分析 54

4.2.42016年服饰电子商务B2C市场发展概况 55

4.2.52016年凡客进军运动服装市场 56

4.32014-2016年中国鞋业发展现状分析 57

4.3.1中国制鞋产业集群发展概况 57

4.3.22016年中国鞋类产品进出口状况分析 57

4.3.32016年中国主要鞋类产业集聚地出口概况 58

第五章2014-2016年中国运动鞋产业发展现状分析 60

5.1中国运动鞋发展历程分析 60

5.1.1中国运动鞋研发进展分析 60

5.1.2台湾运动鞋研发对中国的影响分析 61

5.1.3中国运动鞋生产成本上升现状分析 61

5.22016年中国运动鞋市场现状分析 62

5.2.12016年中国运动鞋市场规模分析 62

5.2.2中国运动鞋生产区域集中概况 63

5.2.3中国运动鞋消费需求分析 63

5.2.42016年中国旅游运动鞋零售状况分析 64

5.2.52016年中国运动鞋市场竞争格局分析 65

5.32014-2016年中国运动鞋底企业运营现状分析 67

5.3.1中国运动鞋底生产企业的区域集中分析 67

5.3.2中国运动鞋底生产企业的两极分化分析 67

5.3.3中国运动鞋底生产企业的市场份额分析 68

5.42014-2016年中国重点区域运动鞋产业发展现状分析 69

5.4.12016年晋江运动鞋产业发展现状分析 69

- 5.4.22016年泉州时尚运动子品牌的推出分析 71
- 5.4.32016年泉州运动鞋品牌国际市场开拓分析 71
- 5.4.42016年亚洲最贵运动鞋品牌研发中心迁至东莞 73

第六章2014-2016年中国主要种类运动鞋进出口状况分析 74

- 6.12014-2016年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进出口分析（64021900） 74
 - 6.1.1进出口总体状况 74
 - 6.1.2进出口均价分析 77
 - 6.1.3主要省市进出口情况 78
 - 6.1.4进出口流向情况 79
- 6.22014-2016年中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴进出口分析（64031900） 81
 - 6.2.1进出口总体情况 81
 - 6.2.2进出口均价分析 85
 - 6.2.3主要省市进出口情况 85
 - 6.2.4进出口流向情况 87
- 6.32014-2016年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进出口分析（64041100） 88
 - 6.3.1进出口总体情况 88
 - 6.3.2进出口均价分析 92
 - 6.3.3主要省市进出口情况 92
 - 6.3.4进出口流向情况 94

第七章2016年中国运动服饰（运动鞋）市场调研分析 96

- 7.12016年一季度中国运动服饰行业网民调研 96
 - 7.1.1运动服饰网民地区分布 96
 - 7.1.2运动服饰网民性别分布 96
 - 7.1.3运动服饰网民年龄分布 97
 - 7.1.4运动服饰行业整体搜索指数 97
 - 7.1.5网民运动服饰关注因素对比 98
- 7.22016年一季度网民运动服饰品牌关注分析 99
 - 7.2.1国内与国际品牌关注度对比 99
 - 7.2.2运动服饰品牌排行 99
 - 7.2.3运动服饰品牌检索量对比 100
- 7.32016年一季度运动服饰产品关注因素分析 101
 - 7.3.1运动服饰产品类型关注度 101

7.3.2运动休闲类品牌关注度	101
7.3.3运动类品牌关注度	102
7.3.4运动鞋品牌关注度	102
7.42016年一季度中国运动服饰行业网民调研	103
7.4.1运动服饰网民地区分布	103
7.4.2运动服饰网民性别分布	105
7.4.3运动服饰网民年龄分布	105
7.4.4运动服饰行业整体搜索指数	106
7.4.5运动服饰B2C网站关注度	107
7.4.6网民运动服饰关注因素对比	108
7.52016年一季度网民运动服饰品牌关注分析	108
7.5.1国内与国际品牌关注度对比	108
7.5.2运动服饰品牌排行	109
7.5.3运动服饰品牌检索量对比	109
7.62016年一季度运动服饰产品关注因素分析	110
7.6.1运动服饰产品类型关注度	110
7.6.2运动休闲类品牌关注度	111
7.6.3运动类品牌关注度	111
7.6.4运动鞋品牌关注度排名	112
7.6.5运动鞋产品销售排行	113
第八章2016年国内外主要运动鞋企业运营现状分析	114
8.1耐克 (Nike)	114
8.1.1公司简介	114
8.1.22016年公司经营情况分析	115
8.1.32016年耐克品牌经营情况分析	117
8.2阿迪达斯 (Adidas)	118
8.2.1公司简介	118
8.2.22016年公司经营情况分析	119
8.2.32016年阿迪达斯收购锐步初见成效	120
8.3彪马公司 (PUMA)	121
8.3.1公司简介	121
8.3.22016年公司经营情况	121
8.4美津浓(Mizuno)	122
8.4.1日本美津浓株式会社简介	122

- 8.4.22014财年美津浓经营情况分析 122
- 8.5李宁有限公司 125
 - 8.5.1公司基本情况 125
 - 8.5.22016年公司经营情况 126
 - 8.5.32007-2016年李宁与拍鞋网的合作分析 129
 - 8.5.4企业未来发展的展望 129
- 8.6中国动向（3818） 130
 - 8.6.1公司基本情况 130
 - 8.6.22016年公司经营情况 131
 - 8.6.3企业未来发展的展望 133
- 8.7安踏（2020） 134
 - 8.7.1公司基本情况 134
 - 8.7.22016年公司经营情况 136
 - 8.7.3安踏体育用品产业链布局分析 138
 - 8.7.4企业未来发展的展望 140
- 8.8361度（1361） 142
 - 8.8.1公司基本情况 142
 - 8.8.22014-2016年度中期公司经营情况 142
 - 8.8.3企业未来发展的展望 144
- 8.9特步（1368） 144
 - 8.9.1公司基本情况 144
 - 8.9.22016年公司经营情况 145
 - 8.9.3企业未来发展的展望 146
- 8.10匹克体育（1968） 147
 - 8.10.1公司基本情况 147
 - 8.10.22016年公司经营情况 147
 - 8.10.3企业未来发展的展望 149
- 8.11北京探路者户外用品股份有限公司 150
 - 8.11.1公司基本情况 150
 - 8.11.22016年公司经营情况 151
 - 8.11.32014-2016年企业运营指标状况 152
 - 8.11.4企业未来发展策略 154
- 8.12鸿星尔克集团 156
 - 8.12.1公司基本情况 156
 - 8.12.22016年公司经营情况 156

8.13裕元集团 158

8.13.1公司基本情况 158

8.13.22016年公司经营情况 159

8.13.3裕元集团运动鞋供应链的整合分析 161

8.13.42016年台湾宝成落户襄樊生产运动鞋 164

8.14青岛双星股份有限公司 165

8.14.1集团简介 165

8.14.22016年双星运动鞋销售情况分析 165

8.15上海回力鞋业有限公司 166

8.15.1公司基本情况 166

8.15.2回力运动鞋发展历程分析 167

第九章2016-2022年中国运动鞋产业发展前景及投资分析 168(AK WZY)

9.12016-2022年中国运动鞋产业发展前景预测 168

9.1.12016-2022年中国运动鞋市场规模预测 168

9.1.2未来中国国产运动鞋市场创新分析 168

9.22016-2022年中国运动鞋产业投资风险分析 169

9.2.1技术风险 169

9.2.2竞争风险 169

9.32016-2022年中国运动鞋产业投资建议 170

9.3.1以技术研发为主 170

9.3.2消费群体细分策略 170

图表目录:

图表 1运动鞋的一般分类 14

图表 2运动鞋的功能分类 15

图表 3全球主要国家运动鞋消费量对比 25

图表 42007-2015年美国市场运动鞋平均售价增长趋势图 26

图表 52015年美国市场按年龄分类消费者运动鞋平均售价 26

图表 62008-2015年中国国内生产总值及增长速度 30

图表 72004-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 31

图表 82004-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 31

图表 92004-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度 32

图表 102015年中国人口数及其构成情况 32

图表 112015年中国人口数年龄分布结构图 33

- 图表 122000-2015年中国城镇人口增长趋势图 33
- 图表 131990-2008年主要年份中国城镇居民衣着消费性支出统计 34
- 图表 142008年中国城镇居民分区域衣着消费性支出统计 34
- 图表 152008年中国分区域农村居民衣着消费支出统计 35
- 图表 162004-2015年中国城镇居民家庭恩格尔系数 35
- 图表 172004-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数 36
- 图表 18历年中国主要体育赛事情况统计 36
- 图表 192009-2008年中国体育用品、服装鞋帽制造及从业人员统计 36
- 图表 202009-2008年中国体育用品、服装鞋帽销售及从业人员统计 37
- 图表 21中国体育产业相关政策及法规 38
- 图表 22体育产业链结构示意图 43
- 图表 232002-2015年体育主体行业外商在华新批项目数和投资规模 45
- 图表 242012-2015年中国体育用品行业经济指标统计 47
- 图表 252015年中国体育用品行业前五省区企业数量排名 48
- 图表 262015年中国体育用品行业前五省区资产总计排名 48
- 图表 272015年中国体育用品行业前五省区销售收入排名 48
- 图表 282015年中国体育用品行业前五省区利润总额排名 49
- 图表 292008-2015年中国体育用品行业资产总额统计 49
- 图表 302008-2015年中国体育用品行业资产增长趋势图 50
- 图表 312012-2015年中国体育用品细分行业资产总额统计 50
- 图表 322015年中国体育用品细分行业资产比例 50
- 图表 332015年中国不同规模的体育用品企业资产总额所占份额 51
- 图表 342015年中国不同性质的体育用品企业资产总额所占份额 51
- 图表 352015年中国各省区体育用品企业资产总额比较 51
- 图表 362008-2015年中国体育用品行业销售收入统计 52
- 图表 372008-2015年中国体育用品行业销售收入增长趋势图 53
- 图表 382008-2015年中国运动服饰市场规模(Value) 54
- 图表 392008-2015年中国运动服装市场规模增长趋势图 54
- 图表 402015年中国B2C市场服装服饰产品市场份额 55
- 图表 412007-2015年中国主要B2C服装服饰网站收入统计 56
- 图表 422004-2015年中国运动鞋市场规模统计 62
- 图表 432004-2015年中国运动鞋市场规模增长趋势图 62
- 图表 442015年旅游运动鞋市场占有率（TOP10） 64
- 图表 452008年中国运动鞋市场份额结构图 65
- 图表 462007-2015年中国重点运动鞋服上市公司销售收入增长对比 66

图表 47 中国市场国内外运动鞋品牌的竞争状况 66

图表 48 中国运动鞋底供应商的两极分类 68

图表 49 2008 年度中国运动鞋底企业市场占有率列表 (TOP10) 69

图表 50 2008-2015 年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进口数量统计 74

图表 51 2008-2015 年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进口数量增长趋势图 75

图表 52 2008-2015 年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进口金额统计 75

图表 53 2008-2015 年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进口金额增长趋势图 75

图表 54 2008-2015 年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴出口数量统计 76

图表 55 2008-2015 年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴出口数量增长趋势图 76

图表 56 2008-2015 年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴出口金额统计 76

图表 57 2008-2015 年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴出口金额增长趋势图 77

图表 58 2008-2015 年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进出口均价情况 77

图表 59 2008-2015 年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进出口均价趋势图 78

图表

60 2016 年 1-4 月中国主要省市 (分海关) 橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进口统计 78

图表

61 2016 年 1-4 月中国主要省市 (分海关) 橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴出口统计 79

图表 62 2016 年 1-4 月中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进口来源地情况 80

图表 63 2016 年 1-4 月中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴出口流向情况 80

图表 64 2008-2015 年中国橡、塑或革外底, 皮革制鞋面的其他运动鞋靴进口数量统计 82

图表

65 2008-2015 年中国橡、塑或革外底, 皮革制鞋面的其他运动鞋靴进口数量增长趋势图 82

图表 66 2008-2015 年中国橡、塑或革外底, 皮革制鞋面的其他运动鞋靴进口金额统计 82

图表

67 2008-2015 年中国橡、塑或革外底, 皮革制鞋面的其他运动鞋靴进口金额增长趋势图 83

图表 68 2008-2015 年中国橡、塑或革外底, 皮革制鞋面的其他运动鞋靴出口数量统计 83

图表

69 2008-2015 年中国橡、塑或革外底, 皮革制鞋面的其他运动鞋靴出口数量增长趋势图 84

图表 70 2008-2015 年中国橡、塑或革外底, 皮革制鞋面的其他运动鞋靴出口金额统计 84

图表

71 2008-2015 年中国橡、塑或革外底, 皮革制鞋面的其他运动鞋靴出口金额增长趋势图 84

图表 72 2008-2015 年中国橡、塑或革外底, 皮革制鞋面的其他运动鞋靴进出口均价情况 85

图表 73 2008-2015 年中国橡、塑或革外底, 皮革制鞋面的其他运动鞋靴进出口均价趋势图

85

图表742016年1-4月中国主要省市（分海关）橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴进口统计 86

图表752016年1-4月中国主要省市（分海关）橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴出口统计 86

图表 762016年1-4月中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴进口来源地情况 87

图表 772016年1-4月中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴出口流向情况 88

图表 782008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进口数量统计 89

图表 792008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进口数量增长趋势图 89

图表 802008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进口金额统计 89

图表 812008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进口金额增长趋势图 90

图表 822008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等出口数量统计 90

图表 832008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等出口数量增长趋势图 91

图表 842008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等出口金额统计 91

图表 852008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等出口金额增长趋势图 91

图表 862008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进出口均价情况 92

图表 872008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进出口均价趋势图 92

图表

882016年1-4月中国主要省市（分海关）橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进口统计 93

图表

892016年1-4月中国主要省市（分海关）橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等出口统计 93

图表 902016年1-4月中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进口来源地情况 94

图表 912016年1-4月中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等出口流向情况 95

图表 922015年Q1中国运动服饰网民区域分布 96

图表 932015年Q1中国运动服饰网民性别对比 97

图表 942015年Q1中国运动服饰网民年龄分布 97

图表 952015年Q1中国运动服饰行业搜索指数 98

图表 962015年Q1中国网民运动服饰相关检索内容对比 99

图表 972015年Q1中国运动服饰国内外品牌关注度 99

图表 982015年Q1中国网民运动服饰品牌关注度排行 100

图表 992015年Q1中国网民运动服饰品牌日均检索量对比 100

图表 1002015年Q1中国网民运动服饰产品类型关注度 101

图表 1012015年Q1中国网民运动休闲类品牌关注度排行 101

图表 102	2015年Q1中国网民运动类品牌关注度排行	102
图表 103	2015年Q1中国网民运动服饰产品细分关注度	102
图表 104	2015年Q1中国网民运动鞋品牌关注度排行	103
图表 105	2015年Q2中国运动服饰网民区域分布	104
图表 106	2015年Q2运动服饰网民地区分布（本土/国际品牌）	104
图表 107	2015年Q2中国运动服饰网民性别对比	105
图表 108	2015年Q2中国运动服饰网民年龄分布	106
图表 109	2015年Q2中国运动服饰行业搜索指数	106
图表 110	2015年Q2中国运动服饰行业搜索周期	107
图表 111	2015年Q2中国运动服饰B2C网站关注度排行	107
图表 112	2015年Q2中国运动服饰相关搜索内容	108
图表 113	2015年Q2中国运动服饰国内外品牌关注度	109
图表 114	2015年Q2中国网民运动服饰品牌关注度排行	109
图表 115	2015年Q2中国网民运动服饰品牌日均检索量对比	110
图表 116	2015年Q2中国网民运动服饰产品类型关注度	110
图表 117	2015年Q2中国网民运动休闲类品牌关注度排行	111
图表 118	2015年Q2中国网民运动类品牌关注度排行	111
图表 119	2015年Q2中国网民运动服饰产品细分关注度	112
图表 120	2015年Q2中国网民运动鞋品牌关注度排行	112
图表 121	2015年Q2中国网民运动鞋产品品牌关注度排行	113
图表 122	耐克公司历年旗下附属品牌相关介绍	114
图表 123	耐克公司与耐克在中国的发展历程表	115
图表 124	2008-2015年耐克公司盈利能力表	116
图表 125	2012-2015年耐克公司分业务营业收入统计	116
图表 126	2008-2015年耐克公司资产负债情况表	116
图表 127	2012-2015年耐克公司耐克品牌分地区营业收入	117
图表 128	2015年耐克品牌全球分地区销售收入结构图	117
图表 129	2008-2015年耐克公司耐克品牌分产品营业收入	118
图表 130	2015年耐克品牌全球分产品销售收入结构图	118
图表 131	2008-2015年阿迪达斯营收及盈利统计	119
图表 132	2007-2015年阿迪达斯资产负债统计	119
图表 133	2008-2015年阿迪达斯分产品销售收入统计	120
图表 134	2008-2015年阿迪达斯产品销售区域分布	120
图表 135	2008-2015年彪马公司营收统计	121
图表 136	2008-2015年彪马公司分区域营收统计	121

- 图表 1372008-2015年彪马公司分产品营收统计 121
- 图表 1382008-2015年彪马公司资产负债统计 122
- 图表 1392008-2015财年日本美津浓株式会社营收统计 122
- 图表 1402008-2015财年日本美津浓株式会社盈利趋势图 123
- 图表 1412008-2015财年日本美津浓株式会社盈利能力 123
- 图表 1422008-2015财年日本美津浓株式会社分地区收入统计 123
- 图表 1432015财年日本美津浓株式会社分地区收入结构图 123
- 图表 1442008-2015财年日本美津浓株式会社分产品收入统计 124
- 图表 1452015财年日本美津浓株式会社产品销售结构图 124
- 图表 1462008-2015财年日本美津浓株式会社资产负债表 124
- 图表 147李宁有限公司发展历程 125
- 图表 148李宁旗下主要品牌介绍 126
- 图表 1492008-2015年李宁有限公司经营情况统计 127
- 图表 1502007-2015年李宁有限公司分产品销售收入 127
- 图表 1512008-2015年李宁有限公司分品牌产品销售收入 127
- 图表 1522015年李宁有限公司店铺类型、数量及分布 128
- 图表 1532008-2015年李宁有限公司分品牌区域销售收入 128
- 图表 154中国动向主要运动品牌及市场定位 130
- 图表 1552008-2015年中国动向(集团)有限公司经营情况统计 131
- 图表 1562008-2015年中国动向(集团)有限公司分区域收入 131
- 图表 1572008-2015年中国动向(集团)有限公司中国区域分产品销售收入 132
- 图表 1582008-2015年中国动向(集团)有限公司中国KAPPA产品销售情况 132
- 图表 1592008-2015年中国动向(集团)有限公司日本区域分产品销售收入 132
- 图表 1602015年中国动向KAPPA品牌零售店区域分布 133
- 图表 1612008-2015年安踏体育用品有限公司经营情况统计 136
- 图表 1622008-2015年安踏体育用品有限公司分产品收入统计 136
- 图表 1632008-2015年安踏体育用品有限公司分区域收入统计 136
- 图表 1642008-2015年安踏体育用品有限公司资产负债表 137
- 图表 1652008-2015年安踏体育用品有限公司财务运营能力统计 137
- 图表 1662009-2015年安踏店数目增长趋势图 137
- 图表 1672012-2015年度中期361度国际有限公司收入统计 142
- 图表 1682012-2015年度中期361度国际有限公司盈利能力 143
- 图表 1692012-2015年度中期361度国际有限公司分产品收入 143
- 图表 1702012-2015年度中期361度国际有限公司分区域收入 143
- 图表 1712012-2015年度中期361度零售店数目分区域统计 144

图表 172	2008-2015年特步国际控股有限公司营收及盈利统计	145
图表 173	2015年特步品牌鞋类和服装产品营收及盈利统计	145
图表 174	2008-2015年特步国际控股有限公司盈利能力统计	145
图表 175	2008-2015年特步国际控股有限公司资产负债统计	145
图表 176	2008-2015年特步零售店数量增长趋势图	146
图表 177	2009-2015年匹克体育用品有限公司营收统计	147
图表 178	2009-2015年匹克体育用品有限公司盈利能力	147
图表 179	2008-2015年匹克体育用品有限公司分产品营收统计	148
图表 180	2015年匹克体育用品有限公司鞋类产能及产量统计	148
图表 181	2008-2015年匹克体育用品有限公司分区域营收统计	148
图表 182	2008-2015年匹克体育用品有限公司零售网点区域分布	149
图表 183	2008-2015年匹克体育用品有限公司零售网点分类统计	149
图表 184	2008-2015年匹克体育用品有限公司零售网点营收统计	149
图表 185	2015年北京探路者户外用品股份有限公司主营业务分产品情况表	151
图表 186	2015年北京探路者户外用品股份有限公司主营业务分地区情况表	151
图表 187	2009-2015年北京探路者户外用品股份有限公司资产及负债统计	152
图表 188	2009-2015年北京探路者户外用品股份有限公司销售及利润统计	152
图表 189	2009-2015年北京探路者户外用品股份有限公司成本费用统计	152
图表 190	2009-2015年北京探路者户外用品股份有限公司偿债能力情况	153
图表 191	2009-2015年北京探路者户外用品股份有限公司盈利能力情况	153
图表 192	2007-2015年北京探路者户外用品股份有限公司成长能力情况	153
图表 193	2009-2015年北京探路者户外用品股份有限公司营运能力统计	153
图表 194	2015年北京探路者户外用品股份有限公司销售区域分布	154
图表 195	2015年北京探路者户外用品股份有限公司产品系列	155
图表 196	2008-2015年鸿星尔克集团营收统计	157
图表 197	2008-2015年鸿星尔克集团营收变化趋势图	157
图表 198	2015年鸿星尔克集团分产品营收结构图	157
图表 199	2009-2015年鸿星尔克集团分产品销量统计	158
图表 200	2015年鸿星尔克集团分区域营收统计	158
图表 201	2009-2015年鸿星尔克集团盈利能力统计	158
图表 202	2008-2015年裕元集团营业额统计	160
图表 203	2008-2015年裕元集团分业务营业额统计	160
图表 204	2008-2015年裕元集团资产负债统计	160
图表 205	2008-2015年裕元集团分产品营业额统计	160
图表 206	2008-2015年裕元集团分产品营业额统计	161

图表 2072015年上半年裕元集团分地区销售份额结构图 161

图表 2082008-2015年青岛双星运动鞋销售额统计 165

图表 2092008-2015年宁波大榭开发区双星经贸有限公司经营情况 166

图表 2102008-2015年双星东风轮胎有限公司经营情况 166

图表 2112014-2019年中国运动鞋市场规模增长趋势预测 168

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/280752.html>