

2020-2025年中国运动鞋市场供需格局及未来发展 趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国运动鞋市场供需格局及未来发展趋势报告》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/channel/clothing/607233.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。目前海外主要品牌为耐克与阿迪达斯，本土品牌主要有安踏、李宁、特步等。

据统计，近年来全球运动鞋市场规模稳定增长，截至到2018年全球运动鞋市场规模为1465亿美元，同比增长14.5%。预计2019年全球运动鞋市场规模约为1685亿美元。

2011-2019年全球运动鞋市场规模及增长

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 行业运行环境

第一章 运动鞋行业概述

第一节 运动鞋行业定义

第二节 运动鞋行业发展历程

第三节 运动鞋行业分类状况分析

第四节 运动鞋产业链分析

第二章 2015-2019年中国运动鞋行业发展环境分析

第一节 宏观经济

一、工业形势

二、固定资产投资

第二节 2015-2019年中国运动鞋行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2015-2019年中国运动鞋行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第二部分 行业运行分析

第三章 2015-2019年中国运动鞋所属行业总体发展情况分析

第一节 中国运动鞋所属行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

五、行业敏感性分析

第二节 中国运动鞋所属行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国运动鞋所属行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第四章 中国运动鞋所属行业市场供需分析

第一节 运动鞋所属行业市场现状分析及预测

一、2015-2019年我国运动鞋行业总产值分析

二、2020-2025年我国运动鞋行业总产值预测分析

第二节 运动鞋产品所属行业产量分析及预测

一、2015-2019年我国运动鞋产量分析

二、2020-2025年我国运动鞋产量预测分析

第三节 运动鞋市场需求分析及预测

一、2015-2019年我国运动鞋市场需求分析

二、2020-2025年我国运动鞋市场需求预测分析

第四节 运动鞋所属行业进出口数据分析

一、我国运动鞋所属行业进出口数据分析

1、进口分析

2、出口分析

二、2020-2025年国内运动鞋产所属行业品进出口情况预测分析

1、进口预测分析

2、出口预测分析

第三部分 市场发展形势

第五章 运动鞋所属行业发展现状分析

第一节 全球运动鞋所属行业发展分析

一、全球运动鞋行业发展历程

二、全球运动鞋行业发展现状调研

三、全球运动鞋行业发展预测分析

第二节 中国运动所属行业鞋行业发展分析

一、2015-2019年中国运动鞋行业发展态势分析

二、2015-2019年中国运动鞋行业发展特点分析

三、2015-2019年中国运动鞋行业市场供需分析

第三节 中国运动鞋产业特征与行业重要性

第四节 运动鞋行业特性分析

第六章 中国运动鞋市场规模分析

第一节 2019年中国运动鞋市场规模分析

第二节 2019年中国运动鞋区域市场规模分析

一、2019年东北地区市场规模分析

二、2019年华北地区市场规模分析

三、2019年华东地区市场规模分析

四、2019年中南地区市场规模分析

五、2019年西北地区市场规模分析

六、2019年西南地区市场规模分析

第三节 2020-2025年中国运动鞋市场规模预测分析

第七章 运动鞋国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2015-2019年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2020-2025年国内产品未来价格走势预测分析

第八章 运动鞋及其主要上下游产品

第一节 运动鞋上下游分析

一、与上下游行业之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 运动鞋行业产业链分析

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第四部分 行业竞争策略

第九章 运动鞋产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第十章 运动鞋行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

本土品牌营收方面，2019年上半年，安踏营业收入达148.11亿元，同比上升40.3%，安踏营业收入约为李宁公司营业收入的两倍，特步公司的4倍以上。

2017-2019年H1本土主要运动鞋品牌营收

净利润方面，2019年上半年，安踏实现净利润24.83亿元，同比上升54.54%。

2017-2019年H1本土主要运动鞋品牌净利润

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 运动鞋企业竞争策略分析

一、提高运动鞋企业核心竞争力的对策

二、影响运动鞋企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高运动鞋企业竞争力的策略

第十一章 运动鞋行业重点企业竞争分析

第一节 李宁有限公司

一、企业概况

二、市场定位状况分析

三、企业优劣势分析

四、企业主要财务数据分析

第二节 鸿星尔克

一、企业概况

二、市场定位状况分析

三、企业优劣势分析

四、企业主要财务数据分析

第三节 安踏（中国）有限公司

一、企业概况

二、市场定位状况分析

三、企业优劣势分析

四、企业主要财务数据分析

第四节 三六一度国际有限公司

一、企业概况

二、市场定位状况分析

三、企业优劣势分析

四、企业主要财务数据分析

第五节 福建泉州匹克（集团）公司

一、企业概况

二、市场定位状况分析

三、企业优劣势分析

四、企业主要财务数据分析

第六节 特步（中国）有限公司

一、企业概况

二、市场定位状况分析

三、企业优劣势分析

四、企业主要财务数据分析

第五部分 行业前景预测分析

第十二章 运动鞋行业投资与发展前景预测

第一节 运动鞋行业投资机会分析

一、运动鞋投资项目分析

二、可以投资的运动鞋模式

三、2020年运动鞋投资机会

四、2020年运动鞋投资新方向

第二节 2020-2025年中国运动鞋行业发展预测分析

一、未来运动鞋发展分析

二、未来运动鞋行业技术开发方向

三、总体行业“十三五”整体规划及预测分析

第三节 未来市场发展趋势预测分析

一、产业集中度趋势预测

二、十三五行业发展趋势预测分析

第十三章 运动鞋产业用户度分析

第一节 运动鞋产业用户认知程度

第二节 运动鞋产业用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

第六部分 行业投资策略

第十四章 2020-2025年运动鞋行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前运动鞋存在的问题

第二节 运动鞋未来发展预测分析

一、中国运动鞋发展方向分析

二、2020-2025年中国运动鞋行业发展规模预测分析

三、2020-2025年中国运动鞋行业发展趋势预测分析

第三节 2020-2025年中国运动鞋行业投资风险分析

一、出口风险分析

二、市场风险分析

三、管理风险分析

四、产品投资风险

五、项目投资建议

1、技术应用注意事项

2、项目投资注意事项

3、生产开发注意事项

4、销售注意事项

第十五章 观点与结论

第一节 运动鞋行业营销策略分析及建议

一、运动鞋行业营销模式「AK LX」

二、运动鞋行业营销策略

第二节 运动鞋行业企业经营发展分析及建议

一、运动鞋行业经营模式

二、运动鞋行业生产模式

第三节 行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第四节 市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、重点客户战略管理
- 四、重点客户管理功能

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/clothing/607233.html>