

2020-2025年中国运动鞋行业市场调研分析及投资 战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国运动鞋行业市场调研分析及投资战略咨询报告》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/light/607905.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。

2020年7月浙江宁海警方宣布打掉一个通过微店、微信等途径大肆销售假冒注册商标的耐克、阿迪达斯迪奥等潮流品牌衣类、鞋类的制假团伙，销售金额达到7000余万元，平均每秒订单十余单。而这只是我国假冒注册案件的冰山一角，数据显示由于2017年以来我国开始加大知识产权保护领域的执法力度，仅2019年处理的注册假冒商标案件数量就达到2971起。在运动鞋服领域制假售价较为严重，专门的集中打击活动已经开始。

2014-2019年假冒注册商标案件数量

而运动鞋服市场的制假售价状况长期存在，自2014年以来我国运动鞋服市场进入了黄金发展期，2019年市场规模超过3000亿元，年均增速超15%。在这种快速增长的背后同样伴随着越来越高的行业集中度，2019年运动鞋市场的CR5已经逼近70%，其中CR2超过40%。阿迪达斯与耐克的市场份额还在逐渐加大并且成功垄断高端鞋服市场，受到了消费者的热捧，制假行业也借此机会开始牟利。

2010-2019年中国运动鞋市场份额变化

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

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3-5年中国运动鞋行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

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、行业主要政策法规

二、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

第四节 行业技术环境分析（T）

一、运动鞋技术分析

二、技术环境对行业的影响

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、全球运动鞋行业发展概况

二、全球运动鞋市场产品结构

三、全球运动鞋行业发展特征

四、全球运动鞋行业竞争格局

五、全球运动鞋市场区域分布

六、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

- 1、欧洲运动鞋行业发展概况
- 2、欧洲运动鞋市场结构及产销状况分析
- 3、2020-2025年欧洲运动鞋行业发展前景预测分析

二、北美

- 1、北美运动鞋行业发展概况
- 2、北美运动鞋市场结构及产销状况分析
- 3、2020-2025年北美运动鞋行业发展前景预测分析

三、日本

- 1、日本运动鞋行业发展概况
- 2、日本运动鞋市场结构及产销状况分析
- 3、2020-2025年日本运动鞋行业发展前景预测分析

四、韩国

- 1、韩国运动鞋行业发展概况
- 2、韩国运动鞋市场结构及产销状况分析
- 3、2020-2025年韩国运动鞋行业发展前景预测分析

五、其他国家地区

第四章 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 运动鞋行业发展现状调研

- 一、我国运动鞋行业市场规模
- 二、我国运动鞋行业发展分析
- 三、中国运动鞋企业发展分析

第三节 运动鞋市场情况分析

- 一、中国运动鞋市场总体概况
- 二、中国运动鞋产品市场发展分析
- 三、中国运动鞋产品市场供求分析
- 四、中国运动鞋产品市场进出口分析

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、运动鞋产品价格走势分析

四、2020-2025年运动鞋产品价格走势预测分析

第五章 我国运动鞋所属行业整体运行指标分析

第一节 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

四、行业市场规模分析

第二节 中国运动鞋所属行业产销情况分析

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 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销售利润率

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亏损面

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利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国运动鞋所属行业应收帐款周转率

2、我国运动鞋所属行业总资产周转率

3、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

4、我国运动鞋所属行业资本保值增值率

第六章 我国运动鞋细分市场分析及预测

第一节 按产品分类运动鞋行业细分市场分析

一、篮球鞋市场潜力分析

1、篮球鞋市场发展现状调研

2、篮球鞋市场容量预测分析

3、篮球鞋市场潜力分析

二、网球鞋市场潜力分析

1、网球鞋市场发展现状调研

2、网球鞋市场容量预测分析

3、网球鞋市场潜力分析

三、足球鞋市场潜力分析

1、足球鞋市场发展现状调研

2、足球鞋市场容量预测分析

3、足球鞋市场潜力分析

四、慢跑鞋市场潜力分析

1、慢跑鞋市场发展现状调研

2、慢跑鞋市场容量预测分析

3、慢跑鞋市场潜力分析

五、帆布鞋市场潜力分析

1、帆布鞋市场发展现状调研

2、帆布鞋市场容量预测分析

3、帆布鞋市场潜力分析

六、休闲运动鞋市场潜力分析

1、休闲运动鞋市场发展现状调研

2、休闲运动鞋市场容量预测分析

3、休闲运动鞋市场潜力分析

第二节 按地理区域分类运动鞋行业细分市场分析

一、一线城市运动鞋市场潜力分析

1、一线城市运动鞋市场发展现状调研

2、一线城市运动鞋市场容量预测分析

3、一线城市运动鞋市场潜力分析

二、二、三线城市运动鞋市场潜力分析

1、二、三线城市运动鞋市场发展现状调研

2、二、三线城市运动鞋市场容量预测分析

3、二、三线城市运动鞋市场潜力分析

第七章 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、主要营销渠道分析

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、运动鞋营销环境分析与评价

三、销售渠道存在的主要问题

四、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预测分析

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分析

第八章 运动鞋所属行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 运动鞋区域市场分析

一、东北地区运动鞋市场分析

1、黑龙江省运动鞋市场分析

2、吉林省运动鞋市场分析

3、辽宁省运动鞋市场分析

二、华北地区运动鞋市场分析

1、北京市运动鞋市场分析

2、天津市运动鞋市场分析

3、河北省运动鞋市场分析

三、华东地区运动鞋市场分析

1、山东省运动鞋市场分析

3、江苏省运动鞋市场分析

4、浙江省运动鞋市场分析

5、福建省运动鞋市场分析

6、安徽省运动鞋市场分析

四、华南地区运动鞋市场分析

1、广东省运动鞋市场分析

2、广西省运动鞋市场分析

3、海南省运动鞋市场分析

五、华中地区运动鞋市场分析

1、湖北省运动鞋市场分析

2、湖南省运动鞋市场分析

3、河南省运动鞋市场分析

六、西南地区运动鞋市场分析

1、四川省运动鞋市场分析

2、云南省运动鞋市场分析

3、贵州省运动鞋市场分析

七、西北地区运动鞋市场分析

1、甘肃省运动鞋市场分析

2、新疆自治区运动鞋市场分析

3、陕西省运动鞋市场分析

第九章 2020-2025年运动鞋行业竞争形势

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

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、运动鞋行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、运动鞋行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势预测分析

四、运动鞋行业SWOT分析

1、运动鞋行业优势分析

2、运动鞋行业劣势分析

3、运动鞋行业机会分析

4、运动鞋行业威胁分析

第二节 中国运动鞋行业竞争格局综述

一、运动鞋行业竞争概况

1、中国运动鞋行业品牌竞争格局

2、运动鞋业未来竞争格局和特点

3、运动鞋市场进入及竞争对手分析

二、中国运动鞋行业竞争力分析

1、我国运动鞋行业竞争力剖析

2、我国运动鞋企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内运动鞋企业竞争能力提升途径

三、中国运动鞋产品竞争力优势分析

1、整体产品竞争力评价

2、产品竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

四、运动鞋行业主要企业竞争力分析

1、重点企业资产总计对比分析

2、重点企业从业人员对比分析

3、重点企业营业收入对比分析

4、重点企业利润总额对比分析

5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 运动鞋行业竞争格局分析

一、国内外运动鞋竞争分析

二、我国运动鞋市场竞争分析

三、我国运动鞋市场集中度分析

四、国内主要运动鞋企业动向

五、国内运动鞋企业拟在建项目分析

第四节 运动鞋行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势预测

第十章 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、运动鞋企业资本运作分析
- 三、运动鞋企业创新及品牌建设
- 四、运动鞋企业国际竞争力分析

第二节 中国领先运动鞋企业经营形势分析

一、李宁有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

二、安踏体育用品有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业运营能力分析

相比于国外知名品牌，国产运动品牌由于起步较晚没有品牌积累，无法像耐克、阿迪达斯等享受到品牌带来的产品溢价，在某些方面的科技创新和产品设计方面稍稍落后。但是由于我国鞋类生产工艺高，因此国产球鞋的质量较好且价格较国际大牌为低，具有明显的性价比优势。近年来加大与体育界知名运动员和赛事合作以提高知名度，在代表用户认可度的二手市场上如安踏等国产品牌的身影也越来越多。

未来的国产运动鞋类产品依然将性价比放在产品战略的首位，兼顾专业性与时尚感。将满足中低层次消费者需求为首位，进一步改变消费者对国产品牌设计保守的品牌形象。目前安踏体育已经成为国产运动品牌龙头，2019年营收达到339.3亿元，市场份额已经逐渐与耐克、阿迪达斯看齐，国产品牌的发展值得进一步关注。

安踏体育2010-2019年营收变化情况

5、企业销售渠道与网络

6、企业竞争优势劣势分析

7、企业最新发展动向

三、中国动向（集团）有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业销售渠道与网络

6、企业竞争优势劣势分析

7、企业最新发展动向

四、特步国际控股有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业销售渠道与网络

6、企业竞争优势劣势分析

7、企业最新发展动向

五、匹克体育用品有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业销售渠道与网络

6、企业竞争优势劣势分析

7、企业最新发展动向

六、361度国际有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业销售渠道与网络

6、企业竞争优势劣势分析

7、企业最新发展动向

七、鸿星尔克体育用品有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

八、美克国际控股有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

九、飞克国际控股有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

十、青岛双星名人实业股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

第十一章 2020-2025年运动鞋行业前景及投资价值

第一节 运动鞋行业五年规划现状及未来预测分析

一、“十三五”期间运动鞋行业运行状况分析

二、“十三五”期间运动鞋行业发展成果

三、运动鞋行业“十三五”发展方向预测分析

第二节 2020-2025年运动鞋市场发展前景

一、2020-2025年运动鞋市场发展潜力

二、2020-2025年运动鞋市场发展前景展望

三、2020-2025年运动鞋细分行业发展前景预测

第三节 2020-2025年运动鞋市场发展趋势预测分析

一、2020-2025年运动鞋行业发展趋势预测分析

1、技术发展趋势预测

2、产品发展趋势预测

3、产品应用趋势预测

二、2020-2025年运动鞋市场规模预测分析

1、运动鞋行业市场容量预测分析

2、运动鞋行业销售收入预测分析

三、2020-2025年细分市场发展趋势预测分析

第四节 2020-2025年中国运动鞋行业供需预测分析

一、2020-2025年中国运动鞋行业供给预测分析

二、2020-2025年中国运动鞋行业产量预测分析

三、2020-2025年中国运动鞋市场销量预测分析

四、2020-2025年中国运动鞋行业需求预测分析

五、2020-2025年中国运动鞋行业供需平衡预测分析

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势预测分析

一、市场整合成长趋势预测分析

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测分析

三、企业区域市场拓展的趋势预测分析

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势预测分析

第六节 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

第七节 2020-2025年运动鞋行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第八节 2020-2025年运动鞋行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第十二章 2020-2025年运动鞋行业投资机会与风险防范

第一节 运动鞋行业投融资状况分析

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 2020-2025年运动鞋行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、运动鞋行业投资机遇

第三节 2020-2025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

第十三章 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、2020-2025年运动鞋行业投资战略

二、2020-2025年细分行业投资战略

第十四章 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 运动鞋关联行业研究结论及建议

第三节 运动鞋行业发展建议「AK LSW」

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

图表目录：

图表 运动鞋行业生命周期

图表 运动鞋行业产业链结构

图表2015-2019年全球运动鞋行业市场规模

图表2015-2019年中国运动鞋行业市场规模

图表2015-2019年运动鞋行业重要数据指标比较

图表2015-2019年中国运动鞋市场占全球份额比较

图表2015-2019年运动鞋行业工业总产值

图表2015-2019年运动鞋行业销售收入

图表2015-2019年运动鞋行业利润总额

图表2015-2019年运动鞋行业资产总计

图表2015-2019年运动鞋行业负债总计

图表2015-2019年运动鞋行业竞争力分析

图表2015-2019年运动鞋市场价格走势

图表2015-2019年运动鞋行业主营业务收入

图表2015-2019年运动鞋行业主营业务成本

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/light/607905.html>