

# 2011-2015年中国运动鞋服 行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2011-2015年中国运动鞋服行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/201106/69671.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，随着人民生活水平的快速提高，人们文化娱乐生活更趋多样化。特别是2008年北京奥运会的成功举办和全民健身计划的实施，使运动健身成为健康娱乐生活的主流。伴随着全民健身热潮而来的，是人们对运动休闲服饰用品需求爆发性的增长。相关数据显示，近几年，运动休闲服饰已成为服饰类商品中销售增长最快的产品，增幅高达50%。与迅猛发展的运动服饰市场需求相对应，国内运动服饰市场“东西”两大阵营的市场竞争呈现出了“此消彼长”的态势。世界金融危机发生后，一直在中国占领先地位，主打高端路线的洋品牌NIKE、Adidas的发展受到了影响，产品销量出现停滞甚至下滑的情况。与此同时，以李宁、安踏、匹克、乔丹体育等为代表的国产运动服饰品牌趁机发力，加大了生产、研发、营销的力度，企业整体实力强势上升，让中国运动服饰产业逐渐在世界上确立了地位。

随着鞋服行业的快速发展，国内各大一线品牌也面临着严峻的考验。高加盟费，高运营成本、高经营指标，已让很多一线品牌经销商倍感压力。鞋服行业现今呈现两个极端：一线品牌争游直上，竞争激烈，这也在不同程度导致了加盟商的“灾难”；三线以下品牌又无法有利存活，更直接地影响到了广大潜在加盟商的经营信心。然而，此状况有利亦有弊，在行业中，仍是有相当一部分企业反其道而行，游走在行业前沿，大力扶植加盟商，取得良好效果。许多二线上游品牌，不仅在对加盟商的支持力度上有所增高，并不断地对加盟商进行培训等，使得加盟商在盈利的同时对品牌充满信心。在一线品牌对加盟商要求越来越严格的大趋势下，部分二线品牌抓准机遇突围，倒施逆行，成为行业中特立独行的企业。

我国体育用品生产企业达307万家，加之上游零配件配套供应商和下游产品经销商，我国体育用品企业共约408万家，世界上几乎所有的体育品牌在我国都有加工。“中国已成为世界体育用品制造大国”。然而，国内大多数运动鞋服企业依靠其低廉的劳动力成本，主要靠来料加工，或承担国际间的生产任务，赚到的只是为数不多的加工费，我国不少产品在国际市场上采取低价竞争，大量的贴牌加工造成的损失无法估量。在国际上受人民币升值、石油价格上涨等因素的影响，在国内受原材料、电力、劳动力成本、资金成本、环境等因素的制约，“中国制造”的低成本优势和地缘优势正在逐步弱化。这种品牌危机的存在已成为制约我国体育用品业发展的“瓶颈”，我国运动鞋服企业如果不尽快培育出自己的产品市场，形成自己的品牌产品，很可能在这场“抢滩赛”中无立足之地。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、国家体育总局、工业和信息化部、全国商业信息中心、中国服

装协会、等单位公布和提供的大量资料，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，为企业了解目前运动鞋服装市场发展现状，把握市场发展趋势，制定发展战略提供了大量的信息资料和有利的参考依据。本报告重点分析了中国运动鞋服装市场发展现状及发展特点、运动鞋服装销售情况、中国运动鞋服装市场竞争格局、运动鞋服装市场的发展趋势等。并深入分析了中国运动鞋服装市场的总体需求规模。报告在结合有关专家、大量的实际调查情况下，对我国目前运动鞋服装的投资热点问题以及运动鞋服装未来发展趋势作出了建设性的预测。另外，对运动鞋服装企业市场策略总结的基础上提出新的举措，为新的市场竞争提供了战略方面的指导。

## &rarr;报告目录

### 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业运行现状

##### 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 9

###### 第二节 运动鞋服产业链分析 18

###### 一、产业链模型介绍 18

###### 二、运动鞋服产业链模型分析 18

###### 第三节 2009-2011年中国运动鞋服行业经济指标分析 20

###### 一、赢利性 20

###### 二、成长速度 23

###### 三、附加值的提升空间 24

###### 四、行业周期 28

###### 五、竞争激烈程度指标 30

##### 第二章 全球运动鞋服市场发展分析 33

###### 第一节 全球运动鞋服市场发展情况分析 33

###### 一、2010年全球运动鞋服市场发展分析 33

###### 二、2010年全球运动鞋服品牌排名 34

###### 第二节 2010年世界主要国家运动鞋服市场分析 39

###### 一、2010年美国运动鞋服市场现状分析 39

二、2010年欧洲运动鞋服市场现状分析	40
三、2010年日本运动鞋服市场现状分析	40
四、2010年韩国运动鞋服市场现状分析	43
第三章 中国运动鞋服市场运行分析	45
第一节 运动鞋服行业市场发展基本情况	45
一、市场发展现状分析	45
二、中国鞋服行业现状	47
三、我国运动服装行业特点	50
四、我国运动鞋服行业制定行业标准	54
五、中国户外运动鞋服行业步入快速发展期	56
第二节 行业市场工业总产值分析	59
一、2010年行业市场工业总产值	59
二、2010年不同规模企业工业总产值分析	59
三、2010年不同所有制企业工业总产值比较	59
四、2010年行业市场工业总产值地区分布	59
第三节 行业市场产品价格分析	60
一、2010年市场产品价格走势	60
二、2011年市场产品价格走势	62
三、2011-2015年市场产品价格趋势预测	69
第四节 国内运动鞋服企业品牌分析	69
一、我国运动鞋服企业的品牌现状	70
二、我国运动鞋服品牌经营中存在的主要问题	70
三、国内运动鞋服企业“六管齐下”造品牌	71
第四章 中国运动鞋服行业的国际比较分析	75
第一节 中国运动鞋服市场发展情况分析	75
一、2010年运动鞋服企业争先抢滩女性市场	75
二、2010年中国户外运动鞋服市场发展迅速	78
三、运动鞋市场进入整合时代	80
第二节 中国运动鞋服行业的国际比较分析	82
一、中国运动鞋服行业竞争力指标分析	82
二、中国运动鞋服行业经济指标国际比较分析	85
三、中国鞋服行业信息化现状	94

第三节 全球运动鞋服行业市场需求分析	95
一、市场规模现状	95
二、需求结构分析	95
三、重点需求客户	95
四、市场前景展望	95
第五章 中国运动鞋服行业经济运行指标分析	97
第一节 2010年中国运动鞋服行业总体规模分析	97
一、企业数量结构分析	97
二、行业生产规模分析	97
第二节 2010年中国运动鞋服行业产销分析	97
一、行业产成品情况总体分析	97
二、行业产品销售收入总体分析	98
第三节 2010年中国运动鞋服行业财务指标总体分析	98
一、行业盈利能力分析	98
二、行业营运能力分析	98
三、行业发展能力分析	99
第二部分 市场供需分析	
第六章 中国运动鞋服生产现状分析	103
第一节 运动鞋服行业总体规模	103
第二节 运动鞋服产能概况	104
一、2009-2010年产能分析	104
二、2011-2015年产能预测	104
第三节 运动鞋服产量概况	105
一、2009-2010年产量分析	105
二、2011-2015年产量预测	105
第四节 运动鞋服行业市场供给分析	106
一、2010年生产规模现状	106
二、2010年产能规模分布	106
三、2010年市场价格走势	106
第七章 中国运动鞋服市场供需分析	107
第一节 2010年运动鞋服市场需求分析	107
一、运动鞋服行业需求市场	107

二、运动鞋服行业客户结构	107
三、运动鞋服行业需求的地区差异	108
第二节 2010年运动鞋服市场供给分析	108
第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势	109
一、2010-2015年运动鞋服行业的需求预测	109
二、2011-2015年运动鞋服行业的供应预测	113
三、2009-2010年运动鞋服供求平衡分析	113
四、2011-2015年运动鞋服供求平衡预测	113
第八章 区域市场情况深度研究	115
第一节 长三角区域市场情况分析	115
第二节 珠三角区域市场情况分析	120
第三节 环渤海区域市场情况分析	130
第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析	131
第九章 运动鞋服产业链的分析	141
第一节 上游原材料供应状况分析	141
一、主要原材料	141
二、2010-2011年主要原材料价格及供应情况	142
三、2011-2015年主要原材料未来价格及供应情况预测	170
第二节 运动鞋服产业链的分析	173
第三部分 行业竞争分析	
第十章 运动鞋服市场竞争格局分析	177
第一节 行业竞争结构分析	177
一、现有企业的竞争	177
二、新进入者的威胁	178
三、替代品的威胁	178
四、供应商议价能力	179
五、客户议价能力	179
第二节 行业集中度分析	180
一、市场集中度分析	180
二、企业集中度分析	181
第三节 行业国际竞争力比较	184
一、生产要素	184

二、需求条件	185
三、相关和支持性产业	186
四、企业的战略、结构和竞争对手	187
第四节 运动鞋服行业竞争格局分析	187
一、中国运动鞋服产业竞争格局	187
二、2010年中国运动鞋服市场竞争分析	191
三、运动鞋服行业进入标准化竞争时代	195
四、运动品牌纷纷推出子品牌吞噬休闲鞋服市场	196
五、运动鞋服品牌以战略营销模式“抢”市场	200
第十一章 运动鞋服行业产业结构分析	207
第一节 产业结构分析	207
一、市场细分充分程度的分析	207
二、各细分市场领先企业排名	209
第二节 产业结构发展预测	212
一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析	212
二、产业结构调整中消费者需求的引导因素	213
三、中国运动鞋服行业参与国际竞争的战略市场定位	214
第十二章 前十大领先企业发展分析	219
第一节 耐克体育用品有限公司 ( NIKE )	219
一、公司概况	219
二、2011年企业经营状况	219
三、公司SWOT分析	220
第二节 阿迪达斯公司 ( ADIDAS )	222
一、公司概况	222
二、2010年企业经营状况	224
三、公司供应链策略	225
第三节 彪马公司 ( PUMA )	228
一、公司概况	228
二、2011年企业经营状况	230
三、企业在中国发展	231
第四节 背靠背 ( KAPPA )	232
一、公司概况	232



- 二、2010年企业经营状况 233
- 三、Kappa差异化营销模式 234

#### 第五节 李宁有限公司 238

- 一、公司概况 238
- 二、2010年企业经营状况 239
- 三、企业发展策略分析 240

#### 第六节 安踏体育用品有限公司 252

- 一、公司概况 252
- 二、2010年企业经营状况 254
- 三、企业发展优势 255
- 四、企业发展方向 256

#### 第七节 361度国际有限公司 263

- 一、企业概况 263
- 二、2010年企业经营状况 267
- 三、企业竞争优势 268
- 四、企业发展方向 269

#### 第八节 乔丹(中国)有限公司 270

- 一、公司概况 270
- 二、企业品牌经营 272

#### 第九节 特步(中国)有限公司 276

- 一、公司概况 276
- 二、2010年企业经营状况 278
- 三、企业发展分析 280

#### 第十节 福建匹克集团 286

- 一、公司概况 286
- 二、2010年企业经营状况 287
- 三、企业发展方向 288
- 四、企业发展策略分析 294

### 第四部分 投资趋势预测

#### 第十三章 2011-2015年运动鞋服行业发展趋势及影响因素 299

##### 第一节 运动鞋服未来发展预测分析 299

- 一、中国运动鞋服发展方向分析 299

二、2011-2015年中国运动鞋服行业发展规模	303
三、2011-2015年中国运动鞋服行业发展趋势预测	304
第二节 2011-2015年运动鞋服行业供给预测	306
一、2011-2015年运动鞋服行业供给预测	306
二、2011-2015年运动鞋服行业需求预测	306
三、2011-2015年运动鞋服行业进出口预测	306
第三节 影响企业生产与经营的关键趋势	307
一、市场整合成长趋势	307
二、科研开发趋势及替代技术进展	309
三、影响企业销售与服务方式的关键趋势	311
四、中国运动鞋产业市场发展趋势	313
五、中国运动鞋服行业发展趋势分析	314
六、2011运动服装品牌走势	318
第十四章 2011-2015年运动鞋服行业投资方向与风险分析	323
第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析	323
第二节 产业发展的空白点分析	326
第三节 投资回报率比较高的投资方向	340
第四节 新进入者应注意的障碍因素	348
第五节 营销分析与营销模式推荐	349
一、户外运动鞋服营销渠道探索	349
二、运动鞋服文化营销	351
三、品牌运动鞋服企业的战略营销模式	354
第六节 2011-2015年中国运动鞋服行业投资风险分析	360
一、客观事件的不确定性风险	361
二、市场的不确定性风险	361
三、行业发展的不确定性风险	362
四、技术发展的不确定性风险	362
五、战略规划者的主观不确定性风险	363
六、执行过程的不确定性风险	363
七、工具方法的局限性风险	363
八、战略规划系统的不确定性风险	364

图表目录

图表：2010年运动鞋服行业工业总产值 59

图表：2010年1月鞋服零售价格指数 66

图表：2010年2月鞋服零售价格指数 66

图表：2010年3月鞋服零售价格指数 66

图表：2010年4月鞋服零售价格指数 66

图表：2010年5月鞋服零售价格指数 67

图表：2010年6月鞋服零售价格指数 67

图表：2010年7月鞋服零售价格指数 67

图表：2010年8月鞋服零售价格指数 67

图表：2010年9月鞋服零售价格指数 68

图表：2010年10月鞋服零售价格指数 68

图表：2010年11月鞋服零售价格指数 68

图表：2010年12月鞋服零售价格指数 68

图表：2011年1月鞋服零售价格指数 69

图表：2011年2月鞋服零售价格指数 69

图表：2011年3月鞋服零售价格指数 69

图表：基于进出口数据的运动鞋产业国际竞争力评价 87

图表：运动鞋产业出口的单位价值分析 88

图表：3种商品的回归分析结果 89

图表：被调查品牌商的OEM制造商情况分析 91

图表：2010年运动鞋服企业数量 97

图表：2010年运动鞋服行业生产规模 97

图表：2010年运动鞋服行业产成品 97

图表：2010年运动鞋服行业国内销售收入 98

图表：2010年运动鞋服行业国外销售收入 98

图表：2010年1-2月中国服装产量 99

图表：2010年1-3月中国服装产量 99

图表：2010年1-4月中国服装产量 99

图表：2010年1-5月中国服装产量 99

图表：2010年1-6月中国服装产量 100

图表：2010年1-7月中国服装产量 100

图表：2010年1-8月中国服装产量 100

图表：2010年1-9月中国服装产量 100

图表：2010年1-10月中国服装产量 100

图表：2010年1-11月中国服装产量 101

图表：2010年1-12月中国服装产量 101

图表：2011年1-2月中国服装产量 101

图表：2011年1-3月中国服装产量 101

图表：2011年1-4月中国服装产量 101

图表：2010年中国运动鞋服行业总体规模 103

图表：2009-2010年中国运动鞋产能统计 104

图表：2009-2010年中国运动服产能统计 104

图表：2011-2015年中国运动鞋产能预测 104

图表：2011-2015年中国运动服产能预测 104

图表：2009-2010年中国运动鞋产量统计 105

图表：2009-2010年中国运动服产量统计 105

图表：2011-2015年中国运动鞋产量预测 105

图表：2011-2015年中国运动服产量预测 105

图表：2004-2008年北京运动鞋、服装和配件市场规模 130

图表：2008年北京运动鞋、服装和配件市场产品构成 131

图表：2009-2011年全球主要合纤品种供需状况 143

图表：2009-2011年中国主要合纤品种供需状况 144

图表：1983-2011年我国纺织纤维加工量的实际值与预测值 145

图表：2009-2010年世界主要合纤原料供需状况 147

图表：2009-2010年国内聚酯系列产品价格走势 152

图表：2009-2010年国内腈纶系列产品及CPL价格走势 152

图表：2011年1-3月锦纶行业总量增长情况 154

图表：2011年1-3月我国锦纶纤维统计数据 155

图表：2011年1-3月我国锦纶纤维短纤和长丝进出口数量和单价 155

图表：2011年1-3月锦纶纤维主要省市产量变化 156

图表：2011年1-3月锦纶行业经营环境变化 156

图表：2011年1-3月锦纶行业产销衔接和资产运转情况 157

图表：2011年1-3月锦纶行业生产经营和盈利状况 157

图表：2011年1-3月锦纶行业固定资产投资情况 158

图表：锦纶行业2011年1-3月份产品出口交货值和劳动生产率水平 158

图表：2010年1-2月中国化学纤维布产量 159

图表：2010年1-3月中国化学纤维布产量 159

图表：2010年1-4月中国化学纤维布产量 159

图表：2010年1-5月中国化学纤维布产量 159

图表：2010年1-6月中国化学纤维布产量 159

图表：2010年1-7月中国化学纤维布产量 160

图表：2010年1-8月中国化学纤维布产量 160

图表：2010年1-9月中国化学纤维布产量 160

图表：2010年1-10月中国化学纤维布产量 160

图表：2010年1-11月中国化学纤维布产量 160

图表：2010年1-12月中国化学纤维布产量 161

图表：2011年1-2月中国化学纤维布产量 161

图表：2011年1-3月中国化学纤维布产量 161

图表：2011年1-4月中国化学纤维布产量 161

图表：2010年1-2月中国棉布产量 161

图表：2010年1-3月中国棉布产量 162

图表：2010年1-4月中国棉布产量 162

图表：2010年1-5月中国棉布产量 162

图表：2010年1-6月中国棉布产量 162

图表：2010年1-7月中国棉布产量 162

图表：2010年1-8月中国棉布产量 163

图表：2010年1-9月中国棉布产量 163

图表：2010年1-10月中国棉布产量 163

图表：2010年1-11月中国棉布产量 163

图表：2010年1-12月中国棉布产量 163

图表：2011年1-2月中国棉布产量 164

图表：2011年1-3月中国棉布产量 164

图表：2011年1-4月中国棉布产量 164

图表：2010年1-2月中国轻革产量 164

图表：2010年1-3月中国轻革产量 164

图表：2010年1-4月中国轻革产量 165

图表：2010年1-5月中国轻革产量 165

图表：2010年1-6月中国轻革产量 165

图表：2010年1-7月中国轻革产量 165

图表：2010年1-8月中国轻革产量 165

图表：2010年1-9月中国轻革产量 166

图表：2010年1-10月中国轻革产量 166

图表：2010年1-11月中国轻革产量 166

图表：2010年1-12月中国轻革产量 166

图表：2011年1-2月中国轻革产量 166

图表：2011年1-3月中国轻革产量 167

图表：2011年1-4月中国轻革产量 167

图表：2010年1-2月中国合成橡胶产量 167

图表：2010年1-3月中国合成橡胶产量 167

图表：2010年1-4月中国合成橡胶产量 167

图表：2010年1-5月中国合成橡胶产量 168

图表：2010年1-6月中国合成橡胶产量 168

图表：2010年1-7月中国合成橡胶产量 168

图表：2010年1-8月中国合成橡胶产量 168

图表：2010年1-9月中国合成橡胶产量 168

图表：2010年1-10月中国合成橡胶产量 169

图表：2010年1-11月中国合成橡胶产量 169

图表：2010年1-12月中国合成橡胶产量 169

图表：2011年1-2月中国合成橡胶产量 169

图表：2011年1-3月中国合成橡胶产量 169

图表：2011年1-4月中国合成橡胶产量 170

图表：中国运动服装企业区域分布格局 183

图表：中国运动服装企业所有制构成图 184

图表：安踏体育用品有限公司在中国的营销网络 254

图表：安踏体育用品有限公司在一、二、三线市场的网络渗透率 254

图表：2006-2010年安踏的财务指标 255

图表：2011-2015年中国运动鞋服行业市场供给预测 306

图表：2011-2015年中国运动鞋服行业市场需求预测 306

图表：2011-2015年中国运动鞋服行业出口预测 306

图表：2011-2015年中国运动鞋服行业进口预测 306

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201106/69671.html>