

# 2022-2028年中国运动鞋产业发展现状与产业竞争格局报告

## 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

《2022-2028年中国运动鞋产业发展现状与产业竞争格局报告》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/202112/255488.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

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。同运动服饰企业类似，中国运动鞋的市场竞争格局可大致分为三类：2018年我国整体鞋服市场规模为3771亿美元，因此运动鞋服占我国整体鞋服市场总量的10.6%，对比2014年的水平为7.6%，表明体育运动产品在我国渗透率正在逐步提升。预计2023年将达到11.7%的渗透率，对应我国运动鞋服市场规模将达到662亿美元。2018年各国运动鞋服规模与渗透率（亿美元，%）

中企顾问网发布的《2022-2028年中国运动鞋产业发展现状与产业竞争格局报告》共十章。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：第一章 运动鞋行业发展环境分析第一节 国内经济和社会环境分析一、近年来我国国民经济发展概况二、城市化和人民生活水平第二节 国际环境分析一、国际运动鞋行业发展成熟度分析二、国际运动鞋行业发展趋势

自2010年以来，全球运动鞋服规模稳定增长，品类地位愈加重要。据数据显示，全球运动鞋服销售规模已从2010年的1943.7亿美元增长至2018年的3165.5亿美元，期间同比增速均在5%以上。2016-2018年全球运动鞋销售规模情况三、主要国家运动鞋市场现状四、国际运动鞋主要品牌及其特征分析五、我国运动鞋行业面临“反倾销”调查第三节 主要上下游相关行业发展概况一、皮革行业发展概况二、橡胶行业发展概况三、纺织印染行业发展概况第二章 2015-2019年运动鞋所属行业结构分析第一节 运动鞋行业基本特征一、运动鞋行业主要细分产品二、运动鞋行业产业链分析三、运动鞋设计具有特殊性第二节 运动鞋行业竞争格局一、运动鞋行业主要企业和主要品牌二、运动鞋市场集中度分析第三节 运动鞋行业的“波特五力模型”分析一、现有企业间的竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力第三章 2015-2019年中国运动鞋所属行业生产状况分析第一节 2015-2019年运动鞋产量增长情况第二节 运动鞋行业产能分析一、主要生产企业及其产能二、运动鞋行业产能扩张趋势三、重点省区产能分析第三节 运动鞋行业成本结构分析一、原

材料成本二、研发和设计成本三、知识产权使用许可费四、劳动力成本五、其它成本

#### 第四节 运动鞋行业生产中存在的主要问题

#### 第四章 2015-2019年中国运动鞋所属行业供需状况分析

##### 第一节 运动鞋消费需求特征分析

##### 一、城镇和农村消费者需求特征

##### 二、不同收入层次家庭需求特征

##### 三、运动鞋和运动鞋等细分产品的需求特征

##### 四、运动鞋消费的决策过程分析

##### 第二节 2015-2019年运动鞋所属行业供需状况

##### 一、2015-2019年运动鞋所属行业供给状况

##### 二、2015-2019年运动鞋所属行业需求状况

##### 三、2015-2019年运动鞋所属行业供需缺口分析

##### 四、2022-2028年我国运动鞋所属行业供需缺口变化趋势预测

##### 第三节 2015-2019年中国运动鞋消费量分析

##### 一、2015-2019年我国运动鞋消费量

##### 二、2015-2019年运动鞋各细分产品消费量

##### 三、2022-2028年我国运动鞋消费量预测

##### 第四节 影响运动鞋行业供需关系的主要因素

#### 第五章 2015-2019年主要区域市场分析

##### 第一节 华北地区

##### 一、市场容量和市场前景

##### 二、市场成熟度和竞争状况

##### 三、消费者偏好分析

##### 第二节 东北地区

##### 一、市场容量和市场前景

##### 二、市场成熟度和竞争状况

##### 三、消费者偏好分析

##### 第三节 华东地区

##### 一、市场容量和市场前景

##### 二、市场成熟度和竞争状况

##### 三、消费者偏好分析

##### 第四节 华中地区

##### 一、市场容量和市场前景

##### 二、市场成熟度和竞争状况

##### 三、消费者偏好分析

##### 第五节 华南地区

##### 一、市场容量和市场前景

##### 二、市场成熟度和竞争状况

##### 三、消费者偏好分析

##### 第六节 西南地区

##### 一、市场容量和市场前景

##### 二、市场成熟度和竞争状况

##### 三、消费者偏好分析

##### 第七节 华南地区

##### 一、市场容量和市场前景

##### 二、市场成熟度和竞争状况

##### 三、消费者偏好分析

#### 第六章 2015-2019年运动鞋行业市场营销分析

##### 第一节 主要营销模式分析

##### 一、直营模式

##### 二、代理经销商模式

##### 三、大型综合连锁卖场模式

##### 四、网络营销

##### 第二节 营销策略分析

##### 一、从生产导向转向市场导向

##### 二、从产品竞争转向多要素全方位竞争

##### 三、从产品营销到品牌营销和文化营销

##### 四、从单一的产品结构到以鞋、服装、配件的产品系列化

##### 第三节 运动鞋企业营销模式建议

##### 一、运动鞋企业的国内营销模式建议

##### （一）运动鞋企业的渠道建设

##### （二）运动鞋企业的品牌建设

##### 二、运动鞋企业海外营销模式建议

##### （一）运动鞋企业的海外细分市场选择

##### （二）运动鞋企业的海外经销商选择

#### 第七章 2015-2019年运动鞋所属行业进出口分析

##### 第一节 运动鞋所属行业进出口现状

##### 一、进口规模及产品结构

##### 二、出口规模、产品结构及主要市场

##### 第二节 我国运动鞋面临的“反倾销”问题及应对措施

##### 一、我国运动鞋行业遭受“反倾销”调查的主要案例

##### 二、应对反倾销调查的措施

##### 第三节 2022-2028年中国运动鞋所属行业进出口发展趋势分析

#### 第八章 2022-2028年中国运动鞋所属行业市场预测分析

##### 第一节 2022-2028年中国运动鞋季节特征分析

##### 第二节 2022-2028年中国运动鞋产品趋势分析

##### 第三节 2022-2028年中国运动鞋价格走势

##### 第四节 2022-2028年中国运动鞋竞争格局分析

##### 一、技术派别

##### 二、品牌结构

#### 第九章 运动鞋行业主要品牌企业分析

##### 第一节 耐克Nike运动鞋（世界品牌，开始于1972年美国）

##### 一、企业概况

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业布局与分支机构

##### 四、品牌市场份额

##### 五、品牌竞争策略

##### 第二节 阿迪达斯Adidas运动鞋

##### 一、企业概况

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业布局与分支机构

##### 四、品牌市场份额

##### 五、品牌

竞争策略第三节 匡威Converse运动鞋一、企业概况二、企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略第四节 锐步Reebok运动鞋一、企业概况二、企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略第五节 李宁Lining运动鞋一、企业概况二、企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略第六节 匹克运动鞋一、企业概况二、企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略第七节 361度运动鞋一、企业概况二、企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略第八节 安踏Anta运动鞋一、企业概况二、企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略第九节 乔丹Jordan运动鞋一、企业概况二、企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略第十节 特步XTEP运动鞋一、企业概况二、企业经营状况三、企业布局与分支机构四、品牌市场份额五、品牌竞争策略 第十章 2022-2028年运动鞋行业投资价值与投资策略分析()第一节 运动鞋行业投资价值分析一、运动鞋行业发展前景分析二、运动鞋行业盈利能力预测三、投资机会分析四、投资价值综合分析第二节 运动鞋行业投资风险分析一、市场风险二、竞争风险三、原材料价格波动的风险四、经营风险五、政策风险第三节 运动鞋行业投资策略分析一、市场定位二、重点区域()

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/255488.html>