

2023-2029年中国运动鞋行业分析与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国运动鞋行业分析与市场年度调研报告》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/202307/375247.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国运动鞋行业分析与市场年度调研报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：运动鞋行业概念界定及发展环境剖析

1.1 运动鞋基本概念

1.1.1 运动鞋概念界定及特性

1.1.2 运动鞋产品类型

1.1.3 行业所属的国民经济分类

1.1.4 本报告研究范围界定

1.1.5 本报告的资料来源及统计标准说明

1.2 运动鞋行业政策环境分析

1.2.1 行业监管体系及机构介绍

1.2.2 行业相关执行规范标准

1.2.3 行业发展相关政策规划汇总及重点政策规划解读

(1) 行业发展相关政策及规划汇总

(2) 行业发展重点政策及规划解读

1.2.4 政策环境对运动鞋行业发展的影响分析

1.3 运动鞋行业经济环境分析

1.3.1 宏观经济发展现状

(1) 国内生产总值增长分析

(2) 固定资产投资增长分析

(3) 工业增加值增长分析

1.3.2 国内宏观经济展望

1.3.3 中国居民收入与支出水平

1.3.4 行业发展与宏观经济发展相关性分析

1.4 运动鞋行业社会环境分析

- 1.4.1 中国人口规模及环境
- 1.4.2 中国城镇化水平变化
- 1.4.3 中国居民消费支出结构
- 1.4.4 中国居民健康意识提升
- 1.4.5 社会环境变化趋势及其对行业发展的影响分析
- 1.5 运动鞋行业技术环境分析
 - 1.5.1 运动鞋发展关键技术分析
 - 1.5.2 运动鞋相关专利的申请及授权情况
 - (1) 专利申请
 - (2) 专利公开
 - (3) 热门申请人
 - (4) 热门技术领域
 - 1.5.3 运动鞋技术发展趋势
 - (1) 利用3D打印实现运动鞋定制化
 - (2) 运动鞋编制技术
 - 1.5.4 技术环境变化对行业发展带来的深刻影响分析
- 1.6 运动鞋行业发展机遇与挑战

第2章：全球运动鞋行业发展趋势前景及经验借鉴

- 2.1 全球运动鞋行业发展现状分析
 - 2.1.1 全球运动鞋行业发展历程
 - 2.1.2 全球运动鞋行业技术发展现状
 - 2.1.3 全球运动鞋行业市场需求分析
 - (1) 全球运动鞋销量
 - (2) 全球运动鞋人均消费量
 - 2.1.4 全球运动鞋价格水平变化情况
 - 2.1.5 全球运动鞋行业市场规模分析
 - 2.1.6 全球运动鞋行业细分市场分析
 - (1) 全球休闲运动鞋市场分析
 - (2) 全球功能运动鞋市场分析
 - 2.1.7 全球运动鞋行业企业竞争格局
 - (1) 全球主要运动鞋品牌概况

(2) 全球运动鞋品牌竞争格局

2.1.8 全球运动鞋行业区域发展格局

2.2 全球运动鞋代表性企业案例分析

2.2.1 耐克 (Nike)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业销售产品结构

(4) 企业销售区域结构

(5) 企业在华业务布局

2.2.2 阿迪达斯 (Adidas)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业销售产品结构

(4) 企业销售区域结构

(5) 企业在华业务布局

2.2.3 彪马 (Puma)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业销售网络分布

(5) 企业在华业务布局

2.2.4 安德玛 (Under Armour)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业销售网络分布

(5) 企业在华业务布局

2.3 全球运动鞋行业发展前景预测及经验启示

2.3.1 全球运动鞋行业发展趋势

(1) 技术发展

(2) 产品设计

(3) 竞争格局

2.3.2 全球运动鞋市场前景预测

(1) 运动鞋市场规模预测

2.3.3 国外运动鞋市场发展对中国市场发展的经验启示

第3章：中国运动鞋行业市场供给及需求现状分析

3.1 中国运动鞋行业发展历程及特点分析

3.1.1 发展历程

(1) 第一阶段（2001-2021年）：行业蓝海发展期，品牌公司跑马圈地

(2) 第二阶段（2011-2021年）：行业调整阶段

(3) 第三阶段（2014之后）：改革重塑阶段

3.1.2 发展特点

(1) 行业企业相对集中

(2) 行业生产呈现较强的区域性特征

(3) 行业消费的地域性特点

3.2 中国运动鞋行业进出口分析

3.2.1 中国运动鞋进出口概况

3.2.2 中国运动鞋行业进口分析

(1) 中国运动鞋行业进口规模分析

(2) 中国运动鞋行业进口产品结构

(3) 中国运动鞋行业进口国别分析

3.2.3 中国运动鞋行业出口分析

(1) 中国运动鞋行业出口规模分析

(2) 中国运动鞋行业出口产品结构

(3) 中国运动鞋行业出口国别分析

3.3 中国运动鞋行业市场供给及需求现状分析

3.3.1 中国运动鞋行业参与者类型及制造企业数量

(1) 中国运动鞋行业参与者类型

(2) 中国运动鞋制造企业数量

3.3.2 中国运动鞋行业产量分析

3.3.3 中国运动鞋行业销量及人均消费量

(1) 中国运动鞋销量

(2) 中国运动鞋人均消费量

3.3.4 中国运动鞋行业供需平衡现状

3.3.5 中国运动鞋行业价格水平分析

3.4 中国运动鞋行业市场规模测算

3.5 中国运动鞋行业经营效益分析

3.6 中国运动鞋行业发展痛点分析

3.6.1 行业科技研发痛点

(1) 认识存在差异

(2) 科研投入不足

(3) 研发基础能力不足

(4) 行业缺少运动力学人才

3.6.2 行业市场同质化痛点

3.6.3 行业运动特色缺乏痛点

第4章：中国运动鞋行业竞争状态及市场格局分析

4.1 运动鞋行业波特五力模型分析

4.1.1 现有竞争者之间的竞争

4.1.2 关键要素的供应商议价能力分析

4.1.3 消费者议价能力分析

4.1.4 行业潜在进入者分析

4.1.5 替代品风险分析

4.1.6 竞争情况总结

4.2 中国运动鞋区域发展格局

4.3 中国运动鞋企业品牌竞争格局

第5章：中国运动鞋行业产业链全景预览及上游市场发展解析

5.1 运动鞋行业产业链全景预览

5.2 中国运动鞋行业上游生产商市场概况

5.3 中国运动鞋行业主要原材料——帮面材料市场的分析

5.3.1 纺织面料

5.3.2 合成材料

(1) 合成树脂

(2) 合成橡胶

5.4 中国运动鞋行业主要原材料——大底材料市场分析

5.4.1 橡胶市场

5.4.2 PU及PVC市场

(1) PVC市场

(2) PU市场

(3) EVA、SBS及TPR市场

5.5 中国运动鞋行业主要原材料——制鞋辅料市场分析

第6章：中国运动鞋行业细分产品市场分析

6.1 中国功能运动鞋市场分析

6.1.1 中国功能运动鞋行业整体市场发展情况

(1) 中国功能运动鞋市场需求分析

(2) 中国功能运动鞋价格水平分析

(3) 中国功能运动鞋市场规模分析

6.1.2 中国功能运动鞋主要产品市场分析

(1) 篮球鞋市场分析

(2) 网球鞋市场分析

(3) 跑鞋市场分析

(4) 登山鞋市场分析

6.1.3 中国功能运动鞋行业市场需求前景分析

6.2 中国休闲运动鞋市场分析

6.2.1 中国休闲运动鞋特征

6.2.2 中国休闲运动鞋市场需求分析

(1) 中国休闲运动鞋销量

(2) 中国休闲运动鞋人均消费量

6.2.3 中国休闲运动鞋价格水平分析

6.2.4 中国休闲运动鞋行业市场规模分析

6.2.5 中国休闲运动鞋品牌分析

6.2.6 中国休闲运动鞋市场需求前景分析

第7章：中国运动鞋行业下游销售渠道及营销策略分析

7.1 中国运动鞋行业下游市场概况

7.2 中国运动鞋行业销售渠道分析

7.2.1 中国运动鞋行业消费者购买渠道偏好

7.2.2 中国运动鞋行业销售渠道分布现状

- (1) 中国功能运动鞋销售渠道分布
- (2) 中国休闲运动鞋销售渠道分布

7.2.3 中国运动鞋行业线下实体店销售现状及优劣势

- (1) 实体店类型
- (2) 线下实体店销售规模
- (3) 线下实体店销售的优劣势
- (4) 线下终端销售发展趋势

7.2.4 中国运动鞋行业线上销售现状及优劣势

- (1) 线上销售平台类型
- (2) 线上渠道销售规模
- (3) 线上销售渠道优劣势
- (4) 线上销售渠道发展趋势

7.3 运动鞋营销策略分析

7.3.1 运动鞋营销战略分析

- (1) 产品策略
- (2) 价格策略
- (3) 渠道策略
- (4) 促销策略
- (5) 广告策略

7.3.2 运动鞋品牌营销策略分析

- (1) 塑造品牌的独特核心理念
- (2) 创新性的差异化概念
- (3) 实施双品牌战略
- (4) 品牌形象的本土化策略

第8章：运动鞋重点区域市场发展研究

8.1 运动鞋区域市场发展对比

8.2 运动鞋重点区域市场研究

8.2.1 福建省

- (1) 行业发展政策环境
- (2) 行业发展消费环境
- (3) 区域行业发展现状
- (4) 区域行业发展前景

8.2.2 广东省

- (1) 行业发展政策环境
- (2) 行业发展消费环境
- (3) 区域行业发展现状
- (4) 区域行业发展前景

8.2.3 北京市

- (1) 行业发展政策环境
- (2) 行业发展消费环境
- (3) 区域行业发展现状
- (4) 区域行业发展前景

8.2.4 上海市

- (1) 行业发展政策环境
- (2) 行业发展消费环境
- (3) 区域行业发展现状
- (4) 区域行业发展前景

8.2.5 浙江省

- (1) 行业发展政策环境
- (2) 行业发展消费环境
- (3) 区域行业发展现状
- (4) 区域行业发展前景

第9章：中国运动鞋行业代表性企业案例分析

9.1 中国运动鞋行业代表性企业发展对比

9.2 中国运动鞋行业代表性企业案例分析

9.2.1 李宁有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析

- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业发展运动鞋业务的优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.2.2 安踏体育用品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业发展运动鞋业务的优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.2.3 中国动向（集团）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业发展运动鞋业务的优劣势分析

9.2.4 三六一度国际有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业品牌风格及主要消费群
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业发展运动鞋业务的优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

9.2.5 特步国际控股有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业发展运动鞋业务的优劣势分析

9.2.6 福建鸿星尔克体育用品有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业发展运动鞋业务的优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.2.7 探路者控股集团股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营模式分析
- (6) 企业发展运动鞋业务的优劣势分析

9.2.8 匹克体育用品有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业发展运动鞋业务的优劣势分析

9.2.9 滔搏国际控股有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况介绍
- (3) 企业运动鞋业务布局
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业发展运动鞋业务的优劣势分析

第10章：中国运动鞋行业投资前景及建议

10.1 中国运动鞋行业投资潜力分析

10.1.1 行业投资促进因素分析

10.1.2 行业投资制约因素分析

10.2 中国运动鞋行业发展趋势分析与市场前景预测

10.2.1 中国运动鞋行业发展趋势分析

- (1) 将更注重科技功能性运动鞋服
- (2) 品牌商对产业链的话语权逐步提高
- (3) 国产品牌加快提升科技实力

10.2.2 中国运动鞋行业市场规模预测

10.3 运动鞋投资特性分析

10.3.1 行业进入壁垒分析

- (1) 品牌壁垒
- (2) 销售网络
- (3) 工艺装备和技术水平
- (4) 管理能力

10.3.2 行业投资风险预警

- (1) 政策风险
- (2) 技术风险
- (3) 供求风险
- (4) 宏观经济波动风险

10.4 运动鞋投资价值与投资机会

10.4.1 行业投资价值分析

10.4.2 行业投资机会分析

- (1) 重点区域投资机会分析
- (2) 细分市场投资机会分析
- (3) 产业空白点投资机会分析

10.5 运动鞋投资策略与可持续发展建议

10.5.1 行业投资策略分析

10.5.2 行业可持续发展建议

图表目录

图表1：运动鞋定义的分类

图表2：运动鞋产品分类

图表3：运动鞋行业所属的国民经济分类

图表4：本报告研究范围界定

图表5：本报告的研究方法及资料来源说明

图表6：中国运动鞋行业主管部门与管理职责

图表7：截至2021年中国运动鞋行业现行标准汇总

图表8：截至2021年中国运动鞋行业发展政策汇总

图表9：《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》主要部署内容

图表10：《“十四五”体育发展规划》发展目标

图表11：2012-2021年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表12：2012-2021年中国固定资产投资（不含农户）金额及增速情况（单位：%）

图表13：2015-2021年中国规模以上工业增加值走势图（单位：万亿元，%）

图表14：2022年中国主要经济指标预测（单位：%）

图表15：2013-2021年中国居民人均可支配收入情况（单位：万元）

图表16：2015-2021年中国运动鞋市场规模增速与GDP增速相关性分析（单位：%）

图表17：2013-2021年中国大陆人口数量及增长率情况（单位：万人，%）

图表18：2014-2021年中国城镇化率情况（单位：%）

图表19：2021年及2021年前三季度中国居民消费支出及占比情况（单位：%）

图表20：2015-2021年中国居民健康素养水平（单位：%）

图表21：中国主要运动品牌的技术水平

图表22：运动鞋减震技术

图表23：2010-2021年中国运动鞋行业专利申请数量情况（单位：件）

图表24：2010-2021年中国运动鞋行业专利公开数量情况（单位：件）

图表25：截至2021年中国运动鞋行业专利公开数量情况（单位：件，%）

图表26：截至2021年中国运动鞋行业热门专利申请类型（单位：件，%）

图表27：中国运动鞋行业发展机遇与挑战分析

图表28：全球运动鞋发展历程

图表29：全球运动鞋行业技术发展现状

图表30：2015-2021年全球运动鞋销量及增速变化情况（单位：百万双，%）

图表31：2015-2021年全球人均运动鞋消费量（单位：双）

图表32：2015-2021年全球运动鞋价格水平变化情况（单位：美元）

图表33：2015-2021年全球运动鞋市场规模（单位：亿美元，%）

图表34：2015-2021年全球休闲运动鞋销量及人均消费量（单位：亿双，双）

图表35：2015-2021年全球休闲运动鞋平均价格水平（单位：美元）

图表36：2017-2021年全球休闲运动鞋销售渠道情况（单位：%）

图表37：2015-2021年全球休闲运动鞋市场规模（单位：亿美元，%）

图表38：2015-2021年全球功能运动鞋销量及人均消费量（亿双，双）

图表39：2015-2021年全球功能运动鞋平均价格（单位：美元）

图表40：2017-2021年全球功能运动鞋销售渠道情况（单位：%）

图表41：2015-2021年全球功能运动鞋市场规模（单位：亿元，%）

图表42：世界各国运动鞋品牌简介

图表43：2021年全球主要运动鞋品牌鞋类产品营业收入及梯队划分（单位：亿美元，亿欧元，亿元）

图表44：2021年全球运动鞋行业分区域竞争格局（单位：%）

图表45：2021年全球休闲运动鞋市场分国家市场份额（单位：%）

图表46：2021年全球功能运动鞋市场分国家市场份额（单位：%）

图表47：耐克公司基本信息表

图表48：2014-2022财年耐克公司营业收入情况（单位：百万美元，%）

图表49：2021财年耐克公司营收结构（单位：%）

图表50：2021财年耐克公司销售区域分布（单位：%）

图表51：耐克在华布局情况

图表52：阿迪达斯公司基本信息表

图表53：2016-2021年阿迪达斯主要经济指标分析（单位：百万欧元）

图表54：2021年阿迪达斯销售产品结构（亿欧元，%）

图表55：2021年阿迪达斯销售区域结构（单位：%）

图表56：2021年阿迪达斯销售区域营收增长情况（单位：%）

图表57：阿迪达斯在华布局情况

图表58：彪马（Puma）公司基本信息表

图表59：2015-2021年彪马公司营收规模及净利润增长情况（单位：亿欧元）

图表60：2021年彪马公司产品结构（单位：%）

图表61：2021年彪马公司产品区域销售结构（单位：%）

图表62：安德玛（Under Armour）公司基本信息表

图表63：2016-2021年安德玛公司经营指标情况分析（单位：亿美元）

图表64：2021年安德玛公司产品结构（单位：亿美元，%）

图表65：2021年安德玛公司产品销售区域结构情况（单位：亿美元，%）

图表66：安德玛在华布局情况

图表67：2022-2028年全球运动鞋市场规模预测（单位：亿美元）

图表68：中国运动鞋行业集中度高原因分析

图表69：2017-2021年中国运动鞋服企业市占率变化情况（单位：%）

图表70：中国福建晋江部分国家级体育用品品牌

图表71：2017-2021年中国运动鞋行业进出口概况（单位：亿元，万双）

图表72：2017-2021年中国运动鞋进口规模（单位：万双，亿元）

图表73：2021年中国运动鞋进口产品结构（单位：%）（按金额）

图表74：2021年中国运动鞋进口国别分布情况（按金额）（单位：%）

图表75：2017-2021年中国运动鞋出口规模分析（单位：万双，亿元）

图表76：2021年中国运动鞋出口产品结构（单位：%）（按金额）

图表77：2021年中国运动鞋出口国（及地区）分布情况（按金额）（单位：%）

图表78：国内运动鞋品牌创立及上市时间

图表79：截至2021年国内主要运动鞋市场参与者门店数量（单位：家）

图表80：截至2021年中国运动鞋制造企业分布情况（单位：家）

图表81：2017-2021年中国运动鞋产量及同比增长情况（单位：百万双，%）

图表82：2015-2021年中国运动鞋销量（单位：百万双，%）

图表83：2015-2021年中国运动鞋人均消费量变化情况（单位：双）

图表84：2014-2021年中国运动鞋平均价格变化（单位：元）

图表85：2015-2021年中国运动鞋行业市场规模（单位：亿元）

图表86：2020-2021年中国运动鞋行业主要上市企业营收情况（单位：亿元）

图表87：2020-2021年中国运动鞋行业主要上市企业毛利率情况（单位：%）

图表88：运动鞋行业现有企业的竞争分析表

图表89：运动鞋行业对上游议价能力分析表

图表90：运动鞋行业对下游议价能力分析表

图表91：运动鞋行业潜在进入者威胁分析表

图表92：中国运动鞋行业五力竞争综合分析

图表93：2021年中国运动鞋区域分布热力图

图表94：2021年中国运动鞋服市场各大品牌市占率情况（单位：%）

图表95：运动鞋行业产业链

图表96：2017-2021年中国三大运动鞋品牌运动鞋自产率变化情况（单位：%）

图表97：2016-2021年中国纺织品零售价格指数（单位：点）

图表98：运动鞋产品分类

图表99：2013-2021年中国合成橡胶产量及同比增长情况（单位：万吨，%）

图表100：2017-2021年中国合成橡胶销量情况及同比增长（单位：万吨，%）

图表101：2021年-2021年中国合成橡胶年均价格走势（单位：元/吨）

图表102：橡胶市场发展特征

图表103：2011-2021年中国聚氯乙烯产量及同比增长情况（单位：万吨，%）

图表104：2011-2021年中国PVC表观消费量及其增长率（单位：万吨，%）

图表105：2013-2021年中国聚氨酯产量情况及增长率（单位：万吨，%）

图表106：2017-2021年中国SBS产量及增长率（单位：万吨）

图表107：2012-2021年中国胶粘剂产量及增长情况（单位：万吨，%）

图表108：2015-2021年中国功能运动鞋销量（单位：百万双，%）

图表109：2015-2021年中国人均功能运动鞋消费量（单位：双）

图表110：2015-2021年中国功能运动鞋平均价格变化情况（单位：美元）

图表111：2015-2021年中国功能运动鞋市场规模（单位：亿元）

图表112：篮球鞋的鉴别方法

图表113：中国市场主要篮球鞋品牌

图表114：中国市场主要网球鞋品牌

图表115：中国市场主要跑鞋品牌

图表116：登山鞋分类

图表117：中国市场主要登山鞋品牌

图表118：2022-2028年中国功能运动鞋市场需求预测（单位：亿元）

图表119：2015-2021年中国休闲运动鞋销量（单位：百万双，%）

图表120：2015-2021年中国人均休闲运动鞋消费量（单位：双）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/375247.html>