

# 中国运动鞋行业市场现状研究分析与发展趋势前景报告2022-2027年

产品名称	中国运动鞋行业市场现状研究分析与发展趋势前景报告2022-2027年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

## 产品详情

中国运动鞋行业市场现状研究分析与发展趋势前景报告2022-2027年\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*【报告编号】 341995【出版日期】 2022年4月【出版机构】  
中研华泰研究院【交付方式】 EMIL电子版或特快专递【报告价格】 纸质版:6500元 电子版:6800元  
纸质版+电子版:7000元【联系人员】 刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服  
人员 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)阶段(1990-2010年)：行业蓝海发展期，品牌公司跑马圈地(2)第二阶段(2011-2013)：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发展研究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16：2014-2021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17：2012-2021年中国大陆人口数量及增长率情况 (单位：万人，%) 图表18：2013-2021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20：2014-2021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12月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30：2014-2021年全球运动鞋销量及增速变化情况 (单位：百万双，%) 图表31：2014-2021年全球人均运动鞋消费量 (单位：双) 图表32：2014-2021年全球运动鞋价格水平变化情况 (单位：美元) 图表33：2014-2021年全球运动鞋市场规模 (单位：亿美元，%) 图表34：2014-2021年全球休闲运动鞋销量及人均消费量 (单位：亿双，双) 图表35：2014-2021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37：2014-2021年全球休闲运动鞋市场规模 (单位：亿美元，%) 图表38：2014-2021年全球功能运动鞋销量及人均消费量 (亿双，双) 图表39：2014-2021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41：2014-2021年全球功能运动鞋市场规模 (单位：亿元，%) 图表42：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67：2022-2027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69：2016-2021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年底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82：2014-2021年中国运动鞋销量（单位：百万双，%） 图表83：2014-2021年中国运动鞋人均消费量变化情况（单位：双）