

2018-2024年中国运动鞋服 市场研究与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国运动鞋服市场研究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.abaogao.com/b/fuzhuang/3384773SUJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、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，加上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。

报告目录

第一部分 运动鞋服行业运行现状解析

第一章 中国运动鞋服行业发展概述

第一节 运动鞋服行业发展情况

一、运动鞋服定义

二、运动鞋服行业发展历程

第二节 运动鞋服产业链分析

一、产业链模型介绍

二、运动鞋服产业链模型分析

第三节 2015-2017年中国运动鞋服行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、行业周期

五、竞争激烈程度指标

第二章 2015-2017年全球运动鞋服市场发展动态分析

第一节 全球运动鞋服市场发展情况分析

一、2015-2017年全球运动鞋服市场发展分析

二、2015-2017年全球运动鞋服品牌排名

第二节 2015-2017年世界主要国家运动鞋服市场分析

一、2015-2017年美国运动鞋服市场现状分析

二、2015-2017年欧洲运动鞋服市场现状分析

三、2015-2017年日本运动鞋服市场现状分析

四、2015-2017年韩国运动鞋服市场现状分析

第三章 2015-2017年中国运动鞋服市场运行分析

第一节 运动鞋服行业市场发展基本情况

一、市场发展现状分析

二、中国鞋服行业现状

三、我国运动服装行业特点

四、我国运动鞋服行业制定行业标准

五、中国户外运动鞋服行业步入快速发展期

第二节 行业市场产品价格分析

- 一、2015-2017年市场产品价格走势
- 二、2015-2017年市场产品价格走势
- 三、2018-2024年市场产品价格趋势预测

第三节 国内运动鞋服企业品牌分析

- 一、我国运动鞋服企业的品牌现状
- 二、我国运动鞋服品牌经营中存在的主要问题
- 三、国内运动鞋服企业“六管齐下”造品牌

第四章 2015-2017年中国运动鞋服行业的国际比较分析

第一节 中国运动鞋服市场发展情况分析

- 一、运动鞋服企业争先抢滩女性市场
- 二、中国户外运动鞋服市场发展迅速
- 三、运动鞋市场进入整合时代

第二节 中国运动鞋服行业的国际比较分析

- 一、中国运动鞋服行业竞争力指标分析
- 二、中国运动鞋服行业经济指标国际比较分析
- 三、中国鞋服行业信息化现状

第三节 全球运动鞋服行业市场需求分析

- 一、市场规模现状
- 二、需求结构分析
- 三、重点需求客户
- 四、市场前景展望

第五章 2015-2017年中国纺织服装制造行业数据监测分析

第一节 2015-2017年中国纺织服装制造行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

第二节 2015-2017年中国纺织服装制造行业结构分析

- 一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2015-2017年中国纺织服装制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2015-2017年中国纺织服装制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2015-2017年中国纺织服装制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2015-2017年中国皮鞋制造行业数据监测分析

第一节 2015-2017年中国皮鞋制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2015-2017年中国皮鞋制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2015-2017年中国皮鞋制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2015-2017年中国皮鞋制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2015-2017年中国皮鞋制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第二部分 运动鞋服市场供需监测

第七章 2015-2017年中国运动鞋服生产现状分析

第一节 运动鞋服行业总体规模

第二节 运动鞋服产能概况

一、2015-2017年产能分析

二、2018-2024年产能预测

第三节 运动鞋服产量概况

一、2015-2017年产量分析

二、2018-2024年产量预测

第四节 运动鞋服行业市场供给分析

一、生产规模现状

二、产能规模分布

三、市场价格走势

第八章 2015-2017年中国运动鞋服市场供需分析

第一节 2015-2017年运动鞋服市场需求分析

一、运动鞋服行业需求市场

二、运动鞋服行业客户结构

三、运动鞋服行业需求的地区差异

第二节 2015-2017年运动鞋服市场供给分析

第三节 2018-2024年供求平衡分析及未来发展趋势

一、运动鞋服行业的需求预测

二、运动鞋服行业的供应预测

三、2015-2017年运动鞋服供求平衡分析

四、2018-2024年运动鞋服供求平衡预测

第九章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第十章 2015-2017年运动鞋服产业链的分析

第一节 上游原材料供应状况分析

一、主要原材料

二、2015-2017年主要原材料价格及供应情况

三、2018-2024年主要原材料未来价格及供应情况预测

第二节 运动鞋服产业链的分析

第三部分 运动鞋服行业竞争分析

第十一章 2015-2017年中国运动鞋服市场竞争格局分析

第一节 2015-2017年中国运动鞋服行业竞争结构分析

一、现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 2015-2017年中国运动鞋服行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

第三节 2015-2017年中国运动鞋服行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业的战略、结构和竞争对手

第四节 运动鞋服行业竞争格局分析

一、中国运动鞋服产业竞争格局

二、中国运动鞋服市场竞争分析

三、运动鞋服行业进入标准化竞争时代

四、运动品牌纷纷推出子品牌吞噬休闲鞋服市场

五、运动鞋服品牌以战略营销模式“抢”市场

第十二章 2015-2017年中国运动鞋服行业产业结构分析

第一节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

第二节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国运动鞋服行业参与国际竞争的战略市场定位

第十三章 2015-2017年中国运动鞋服前十大领先企业发展分析

第一节 耐克体育用品有限公司（NIKE）

- 一、公司概况
- 二、2015-2017年企业经营状况
- 三、公司SWOT分析

第二节 阿迪达斯（苏州）有限公司（ADIDAS）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 彪马集团有限公司（PUMA）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 背靠背（KAPPA）

- 一、公司概况
- 二、2015-2017年企业经营状况
- 三、Kappa差异化营销模式

第五节 李宁有限公司

- 一、公司概况
- 二、2015-2017年企业经营状况

三、企业发展策略分析

第六节 安踏（中国）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 三六一度(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 福建乔丹体育用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 特步（中国）有限公司

一、公司概况

二、2015-2017年企业经营状况

三、企业发展分析

第十节 泉州匹克鞋业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四部分 运动鞋服投资趋势预测分析

第十四章 2015-2017年中国运动鞋服行业市场投资环境分析

第一节 市场环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2015-2017年中国运动鞋服行业政策环境分析

- 一、运动鞋服政策分析
- 二、运动鞋服标准分析
- 三、进出口政策分析

第三节 2015-2017年中国运动鞋服行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2015-2017年中国运动鞋服行业技术环境分析

第十五章 2018-2024年运动鞋服行业市场态势分析与影响因素

第一节 运动鞋服未来发展预测分析

- 一、中国运动鞋服发展方向分析
- 二、2018-2024年中国运动鞋服行业发展规模
- 三、2018-2024年中国运动鞋服行业发展趋势预测

第二节 2018-2024年运动鞋服行业供给预测

- 一、2018-2024年运动鞋服行业供给预测
- 二、2018-2024年运动鞋服行业需求预测
- 三、2018-2024年运动鞋服行业进出口预测
- 第三节 影响企业生产与经营的关键趋势
- 一、市场整合成长趋势
- 二、科研开发趋势及替代技术进展
- 三、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 四、中国运动鞋产业市场发展趋势
- 五、中国运动鞋服行业发展趋势分析
- 六、2016年运动服装品牌走势

第十六章 2018-2024年运动鞋服行业投资方向与风险分析

- 第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析
- 第二节 产业发展的空白点分析
- 第三节 投资回报率比较高的投资方向
- 第四节 新进入者应注意的障碍因素
- 第五节 营销分析与营销模式推荐
- 一、户外运动鞋服营销渠道探索
- 二、运动鞋服文化营销
- 三、品牌运动鞋服企业的战略营销模式
- 第六节 2018-2024年中国运动鞋服行业投资风险分析
- 一、客观事件的不确定性风险
- 二、市场的不确定性风险
- 三、行业发展的不确定性风险
- 四、技术发展的不确定性风险
- 五、战略规划者的主观不确定性风险
- 六、执行过程的不确定性风险
- 七、工具方法的局限性风险
- 八、战略规划系统的不确定性风险

图表目录

图表1 产业链形成模式示意图

图表2 运动鞋服的产业链结构图

图表3 运动鞋服产业行业所处生命周期示意图

图表4 行业生命周期、战略及其特征

图表5 2015-2017年我国运动鞋服行业市场均价分析

图表6 2015-2017年我国运动鞋服行业市场均价分析

图表7 2018-2024年我国运动鞋服行业市场均价预测

图表8 2015-2017年中国运动鞋服行业竞争力指数

图表9 2015-2017年中国运动鞋服成本费用利润率与国际比较

图表10 2015-2017年全球运动鞋服行业市场规模分析

图表11 2015-2017年全球运动鞋服行业产品结构变化情况

图表12 2015-2017年中国纺织服装制造行业企业数量增长分析

图表13 2015-2017年中国纺织服装制造行业从业人员增长分析

图表14 2015-2017年中国纺织服装制造行业资产规模增长分析

图表15 2015-2017年中国纺织服装制造行业企业不同类型分析

图表16 2015-2017年中国纺织服装制造行业企业不同所有制分析

图表17 2015-2017年中国纺织服装制造行业销售收入不同类型分析

图表18 2015-2017年中国纺织服装制造行业销售收入不同所有制分析

图表19 2015-2017年中国纺织服装制造行业产成品增长分析

图表20 2015-2017年中国纺织服装制造行业工业总产值分析

图表21 2015-2017年中国纺织服装制造行业出口交货值分析

图表22 2015-2017年中国纺织服装制造行业销售成本分析

图表23 2015-2017年中国纺织服装制造行业费用成本分析

图表24 2015-2017年中国纺织服装制造行业销售利润率分析

图表25 2015-2017年中国纺织服装制造行业利润总额增长率分析

图表26 2015-2017年中国皮鞋制造行业企业数量增长分析

图表27 2015-2017年中国皮鞋制造行业从业人员增长分析

图表28 2015-2017年中国皮鞋制造行业资产规模增长分析

图表29 2015-2017年中国皮鞋制造行业企业不同类型分析

图表30 2015-2017年中国皮鞋制造行业企业不同所有制分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/3384773SUJ.html>