

2016-2022年中国运动鞋市 场深度研究与行业竞争对手分析报告

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

《2016-2022年中国运动鞋市场深度研究与行业竞争对手分析报告》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/C97161WNB8.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

运动鞋是根据人们参加运动或旅游的特点设计制造的。运动鞋的鞋底和普通皮鞋、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，如：篮球，跑步等。

经过了三十多年的粗放式快速发展，中国的制鞋业积累了很多矛盾，以出口为主的制鞋产业，面对国际市场的萎缩，又加之来自主要市场国的反倾销等贸易保护措施，中国制鞋业的下行压力较大，规模企业出现的同时，一批小企业倒闭。

早在几年前，因不断上涨的劳动力成本、原材料以及汇率波动等因素，就有不少鞋企向东南亚地区转移生产基地。而中国-东盟自由贸易区的全面启动，越南、印度、巴基斯坦等地的鞋业发展迅速。2010年1-11月，越南运动鞋产值同比增长20.2%，规模以上皮鞋企业产值同比增长23.4%，对中国制鞋业造成十分大的潜在威胁。

中国的制鞋企业的实力依旧十分强大。中国制鞋业经过近20年的发展，凭藉优质的投资环境以及劳动力资源的优势，已经建立起完善的上下游产业链，形成各种鞋类生产的产业集群，建立完善的鞋业成品和鞋材市场以及鞋类的研发中心和资讯中心。

虽然中国制鞋业如今也面临着国内政策因素和劳动力成本上涨影响以及来自印度、巴西、越南、印度尼西亚等国家在中低档鞋类方面的竞争，在高档鞋方面又有意大利、西班牙、葡萄牙等国家的竞争，但中国制鞋业的综合竞争优势仍然是其它国家难以匹比的。

我国运动鞋行业工业总产值逐年增加，且增速均在10%以上。尤其是2014年，工业总产值同比增幅达24.20%，达到1471.48亿元，成为近五年中增速最快的年份。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国运动鞋市场深度研究与行业竞争对手分析报告》共九章。首先介绍了运动鞋相关概念及发展环境，接着分析了中国运动鞋规模及消费需求，然后对中国运动鞋市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国运动鞋面临的机遇及发展前景。您若想对中国运动鞋有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 运动鞋相关概述 14

- 1.1 运动鞋概念及特点 14
 - 1.1.1 运动鞋的定义 14
 - 1.1.2 运动鞋的功能分类 14
 - 1.1.3 运动鞋的材料 15
 - 1.1.4 专业运动鞋的性能要求 16
- 1.2 运动鞋的造型特点 17
 - 1.2.1 线条方面 17
 - 1.2.2 色彩特点 17
 - 1.2.3 装饰方面 18
 - 1.2.4 运动鞋底造型 18

第二章 2014-2016 年全球运动鞋行业发展现状分析 19

- 2.1 运动鞋生产技术的发展演化分析 19
 - 2.1.1 20 世纪初期全球运动鞋的发展 19
 - 2.1.2 20 世纪中后期全球运动鞋的发展 20
 - 2.1.3 21 世纪现代运动鞋技术的研发趋势 23
- 2.2 2014-2016 年全球运动鞋产业发展现状分析 24
 - 2.2.1 全球运动球生产和消费区域分布 24
 - 2.2.2 全球运动鞋消费市场的转移分析 25
 - 2.2.3 2016 年美国运动鞋市场售价变化分析 26
 - 2.2.4 2016 年美国生理鞋热销对运动鞋的影响分析 27
 - 2.2.5 2014-2016 年泰国运动鞋市场运行分析 28

第三章 2014-2016 年中国运动鞋行业发展的环境分析 30

- 3.1 宏观经济环境 30
 - 3.1.1 2014-2016 年中国 GDP 增长分析 30
 - 3.1.2 2014-2016 年中国居民收入增长情况 30
 - 3.1.3 2016 年中国社会消费品零售总额分析 31
- 3.2 社会消费环境 32
 - 3.2.1 2016 年中国人口及城镇化水平分析 32
 - 3.2.2 2016 年中国城乡居民衣着消费情况分析 34
 - 3.2.3 2016 年中国居民消费与恩格尔系数 35

- 3.2.4近年体育运动赛事的推动作用分析 36
- 3.3运动鞋政策法律环境 37
 - 3.3.12016年工信部加强产品质量体系标准化建设 37
 - 3.3.22016年中国发布加快发展体育产业的指导意见 38
 - 3.3.32008年《田径运动鞋》国家标准分析 40
 - 3.3.42008年《儿童运动鞋标准》分析 40
 - 3.3.52016年《篮排球专业运动鞋》标准分析 40
 - 3.3.62016年中国轮滑鞋生产标准将出台 41
 - 3.3.72014-2016年中国运动鞋积极参与国际标准制订 41

第四章2014-2016年中国运动鞋上游产业发展现状分析 43

- 4.12014-2016年中国体育产业发展现状分析 43
 - 4.1.1体育产业相关概述 43
 - 4.1.22016年中国体育产业发展现状分析 44
 - 4.1.32014-2016年中国体育用品行业发展概况 46
 - 4.1.42008-2016年中国体育用品行业资产规模分析 49
 - 4.1.52008-2016年中国体育用品行业销售收入分析 52
- 4.22014-2016年中国运动服饰产业发展现状分析 53
 - 4.2.1中国运动服饰产业链分析 53
 - 4.2.22016年中国运动服饰市场规模分析 53
 - 4.2.32016年中国户外用品市场规模分析 54
 - 4.2.42016年服饰电子商务B2C市场发展概况 55
 - 4.2.52016年凡客进军运动服装市场 56
- 4.32014-2016年中国鞋业发展现状分析 57
 - 4.3.1中国制鞋产业集群发展概况 57
 - 4.3.22016年中国鞋类产品进出口状况分析 57
 - 4.3.32016年中国主要鞋类产业集聚地出口概况 58

第五章2014-2016年中国运动鞋产业发展现状分析 60

- 5.1中国运动鞋发展历程分析 60
 - 5.1.1中国运动鞋研发进展分析 60
 - 5.1.2台湾运动鞋研发对中国的影响分析 61

- 5.1.3中国运动鞋生产成本上升现状分析 61
- 5.22016年中国运动鞋市场现状分析 62
- 5.2.12016年中国运动鞋市场规模分析 62
- 5.2.2中国运动鞋生产区域集中概况 63
- 5.2.3中国运动鞋消费需求分析 63
- 5.2.42016年中国旅游运动鞋零售状况分析 64
- 5.2.52016年中国运动鞋市场竞争格局分析 65
- 5.32014-2016年中国运动鞋底企业运营现状分析 67
- 5.3.1中国运动鞋底生产企业的区域集中分析 67
- 5.3.2中国运动鞋底生产企业的两极分化分析 67
- 5.3.3中国运动鞋底生产企业的市场份额分析 68
- 5.42014-2016年中国重点区域运动鞋产业发展现状分析 69
- 5.4.12016年晋江运动鞋产业发展现状分析 69
- 5.4.22016年泉州时尚运动子品牌的推出分析 71
- 5.4.32016年泉州运动鞋品牌国际市场开拓分析 71
- 5.4.42016年亚洲最贵运动鞋品牌研发中心迁至东莞 73

第六章2014-2016年中国主要种类运动鞋进出口状况分析 74

- 6.12014-2016年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进出口分析（64021900）74
- 6.1.1进出口总体状况 74
- 6.1.2进出口均价分析 77
- 6.1.3主要省市进出口情况 78
- 6.1.4进出口流向情况 79
- 6.22014-2016年中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴进出口分析（64031900）81
- 6.2.1进出口总体情况 81
- 6.2.2进出口均价分析 85
- 6.2.3主要省市进出口情况 85
- 6.2.4进出口流向情况 87
- 6.32014-2016年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进出口分析（64041100）88
- 6.3.1进出口总体情况 88
- 6.3.2进出口均价分析 92
- 6.3.3主要省市进出口情况 92

6.3.4进出口流向情况 94

第七章2016年中国运动服饰（运动鞋）市场调研分析 96

7.12016年一季度中国运动服饰行业网民调研 96

7.1.1运动服饰网民地区分布 96

7.1.2运动服饰网民性别分布 96

7.1.3运动服饰网民年龄分布 97

7.1.4运动服饰行业整体搜索指数 97

7.1.5网民运动服饰关注因素对比 98

7.22016年一季度网民运动服饰品牌关注分析 99

7.2.1国内与国际品牌关注度对比 99

7.2.2运动服饰品牌排行 99

7.2.3运动服饰品牌检索量对比 100

7.32016年一季度运动服饰产品关注因素分析 101

7.3.1运动服饰产品类型关注度 101

7.3.2运动休闲类品牌关注度 101

7.3.3运动类品牌关注度 102

7.3.4运动鞋品牌关注度 102

7.42016年一季度中国运动服饰行业网民调研 103

7.4.1运动服饰网民地区分布 103

7.4.2运动服饰网民性别分布 105

7.4.3运动服饰网民年龄分布 105

7.4.4运动服饰行业整体搜索指数 106

7.4.5运动服饰B2C网站关注度 107

7.4.6网民运动服饰关注因素对比 108

7.52016年一季度网民运动服饰品牌关注分析 108

7.5.1国内与国际品牌关注度对比 108

7.5.2运动服饰品牌排行 109

7.5.3运动服饰品牌检索量对比 109

7.62016年一季度运动服饰产品关注因素分析 110

7.6.1运动服饰产品类型关注度 110

7.6.2运动休闲类品牌关注度 111

7.6.3运动类品牌关注度	111
7.6.4运动鞋品牌关注度排名	112
7.6.5运动鞋产品销售排行	113
第八章2016年国内外主要运动鞋企业运营现状分析	114
8.1耐克 (Nike)	114
8.1.1公司简介	114
8.1.22016年公司经营情况分析	115
8.1.32016年耐克品牌经营情况分析	117
8.2阿迪达斯 (Adidas)	118
8.2.1公司简介	118
8.2.22016年公司经营情况分析	119
8.2.32016年阿迪达斯收购锐步初见成效	120
8.3彪马公司 (PUMA)	121
8.3.1公司简介	121
8.3.22016年公司经营情况	121
8.4美津浓 (Mizuno)	122
8.4.1日本美津浓株式会社简介	122
8.4.22014财年美津浓经营情况分析	122
8.5李宁有限公司	125
8.5.1公司基本情况	125
8.5.22016年公司经营情况	126
8.5.32007-2016年李宁与拍鞋网的合作分析	129
8.5.4企业未来发展的展望	129
8.6中国动向 (3818)	130
8.6.1公司基本情况	130
8.6.22016年公司经营情况	131
8.6.3企业未来发展的展望	133
8.7安踏 (2020)	134
8.7.1公司基本情况	134
8.7.22016年公司经营情况	136
8.7.3安踏体育用品产业链布局分析	138

- 8.7.4企业未来发展的展望 140
- 8.8361度 (1361) 142
- 8.8.1公司基本情况 142
- 8.8.22014-2016年度中期公司经营情况 142
- 8.8.3企业未来发展的展望 144
- 8.9特步 (1368) 144
- 8.9.1公司基本情况 144
- 8.9.22016年公司经营情况 145
- 8.9.3企业未来发展的展望 146
- 8.10匹克体育 (1968) 147
- 8.10.1公司基本情况 147
- 8.10.22016年公司经营情况 147
- 8.10.3企业未来发展的展望 149
- 8.11北京探路者户外用品股份有限公司 150
- 8.11.1公司基本情况 150
- 8.11.22016年公司经营情况 151
- 8.11.32014-2016年企业运营指标状况 152
- 8.11.4企业未来发展策略 154
- 8.12鸿星尔克集团 156
- 8.12.1公司基本情况 156
- 8.12.22016年公司经营情况 156
- 8.13裕元集团 158
- 8.13.1公司基本情况 158
- 8.13.22016年公司经营情况 159
- 8.13.3裕元集团运动鞋供应链的整合分析 161
- 8.13.42016年台湾宝成落户襄樊生产运动鞋 164
- 8.14青岛双星股份有限公司 165
- 8.14.1集团简介 165
- 8.14.22016年双星运动鞋销售情况分析 165
- 8.15上海回力鞋业有限公司 166
- 8.15.1公司基本情况 166
- 8.15.2回力运动鞋发展历程分析 167

第九章2016-2022年中国运动鞋产业发展前景及投资分析 168(ZY WZY)

9.12016-2022年中国运动鞋产业发展前景预测 168

9.1.12016-2022年中国运动鞋市场规模预测 168

9.1.2未来中国国产运动鞋市场创新分析 168

9.22016-2022年中国运动鞋产业投资风险分析 169

9.2.1技术风险 169

9.2.2竞争风险 169

9.32016-2022年中国运动鞋产业投资建议 170

9.3.1以技术研发为主 170

9.3.2消费群体细分策略 170

图表目录：

图表 1运动鞋的一般分类 14

图表 2运动鞋的功能分类 15

图表 3全球主要国家运动鞋消费量对比 25

图表 42007-2015年美国市场运动鞋平均售价增长趋势图 26

图表 52015年美国市场按年龄分类消费者运动鞋平均售价 26

图表 62008-2015年中国国内生产总值及增长速度 30

图表 72004-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 31

图表 82004-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 31

图表 92004-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度 32

图表 102015年中国人口数及其构成情况 32

图表 112015年中国人口数年龄分布结构图 33

图表 122000-2015年中国城镇人口增长趋势图 33

图表 131990-2008年主要年份中国城镇居民衣着消费性支出统计 34

图表 142008年中国城镇居民分区域衣着消费性支出统计 34

图表 152008年中国分区域农村居民衣着消费支出统计 35

图表 162004-2015年中国城镇居民家庭恩格尔系数 35

图表 172004-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数 36

图表 18历年中国主要体育赛事情况统计 36

图表 192009-2008年中国体育用品、服装鞋帽制造及从业人员统计 36

图表 202009-2008年中国体育用品、服装鞋帽销售及从业人员统计 37

图表 21中国体育产业相关政策及法规 38

图表 22体育产业链结构示意图 43

图表 232002-2015年体育主体行业外商在华新批项目数和投资规模 45

图表 242012-2015年中国体育用品行业经济指标统计 47

图表 252015年中国体育用品行业前五省区企业数量排名 48

图表 262015年中国体育用品行业前五省区资产总计排名 48

图表 272015年中国体育用品行业前五省区销售收入排名 48

图表 282015年中国体育用品行业前五省区利润总额排名 49

图表 292008-2015年中国体育用品行业资产总额统计 49

图表 302008-2015年中国体育用品行业资产增长趋势图 50

图表 312012-2015年中国体育用品细分行业资产总额统计 50

图表 322015年中国体育用品细分行业资产比例 50

图表 332015年中国不同规模的体育用品企业资产总额所占份额 51

图表 342015年中国不同性质的体育用品企业资产总额所占份额 51

图表 352015年中国各省区体育用品企业资产总额比较 51

图表 362008-2015年中国体育用品行业销售收入统计 52

图表 372008-2015年中国体育用品行业销售收入增长趋势图 53

图表 382008-2015年中国运动服饰市场规模(Value) 54

图表 392008-2015年中国运动服装市场规模增长趋势图 54

图表 402015年中国B2C市场服装服饰产品市场份额 55

图表 412007-2015年中国主要B2C服装服饰网站收入统计 56

图表 422004-2015年中国运动鞋市场规模统计 62

图表 432004-2015年中国运动鞋市场规模增长趋势图 62

图表 442015年旅游运动鞋市场占有率（TOP10） 64

图表 452008年中国运动鞋市场份额结构图 65

图表 462007-2015年中国重点运动鞋服上市公司销售收入增长对比 66

图表 47中国市场国内外运动鞋品牌的竞争状况 66

图表 48中国运动鞋底供应商的两极分类 68

图表 492008年度中国运动鞋底企业市场占有率列表（TOP10） 69

图表 502008-2015年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进口数量统计 74

图表 512008-2015年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进口数量增长趋势图 75

图表 522008-2015年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进口金额统计 75

图表 532008-2015年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进口金额增长趋势图 75

图表 542008-2015年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴出口数量统计 76

图表 552008-2015年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴出口数量增长趋势图 76

图表 562008-2015年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴出口金额统计 76

图表 572008-2015年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴出口金额增长趋势图 77

图表 582008-2015年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进出口均价情况 77

图表 592008-2015年中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进出口均价趋势图 78

图表 602016年1-4月中国主要省市（分海关）橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进口统计 78

图表 612016年1-4月中国主要省市（分海关）橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴出口统计 79

图表 622016年1-4月中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴进口来源地情况 80

图表 632016年1-4月中国橡胶或塑料制外底及鞋面的其他运动鞋靴出口流向情况 80

图表 642008-2015年中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴进口数量统计 82

图表 652008-2015年中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴进口数量增长趋势图 82

图表 662008-2015年中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴进口金额统计 82

图表 672008-2015年中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴进口金额增长趋势图 83

图表 682008-2015年中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴出口数量统计 83

图表 692008-2015年中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴出口数量增长趋势图 84

图表 702008-2015年中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴出口金额统计 84

图表 712008-2015年中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴出口金额增长趋势图 84

图表 722008-2015年中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴进出口均价情况 85

图表 732008-2015年中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴进出口均价趋势图 85

图表 742016年1-4月中国主要省市（分海关）橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴进口统计 86

图表 752016年1-4月中国主要省市（分海关）橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴出口统计 86

图表 762016年1-4月中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴进口来源地情况 87

图表 772016年1-4月中国橡、塑或革外底，皮革制鞋面的其他运动鞋靴出口流向情况 88

图表 782008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进口数量统计 89

图表 792008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进口数量增长趋势图 89

图表 802008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进口金额统计 89

图表 812008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进口金额增长趋势图 90

图表 822008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等出口数量统计 90

图表 832008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等出口数量增长趋势图 91

图表 842008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等出口金额统计 91

图表 852008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等出口金额增长趋势图 91

图表 862008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进出口均价情况 92

图表 872008-2015年中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进出口均价趋势图 92

图表 882016年1-4月中国主要省市（分海关）橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进口统计 93

图表 892016年1-4月中国主要省市（分海关）橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等出口统计 93

图表 902016年1-4月中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等进口来源地情况 94

图表 912016年1-4月中国橡或塑外底，纺织材料鞋面运动鞋靴等出口流向情况 95

图表 922015年Q1中国运动服饰网民区域分布 96

图表 932015年Q1中国运动服饰网民性别对比 97

图表 942015年Q1中国运动服饰网民年龄分布 97

图表 952015年Q1中国运动服饰行业搜索指数 98

图表 962015年Q1中国网民运动服饰相关检索内容对比 99

图表 972015年Q1中国运动服饰国内外品牌关注度 99

图表 982015年Q1中国网民运动服饰品牌关注度排行 100

图表 992015年Q1中国网民运动服饰品牌日均检索量对比 100

图表 1002015年Q1中国网民运动服饰产品类型关注度 101

图表 1012015年Q1中国网民运动休闲类品牌关注度排行 101

图表 1022015年Q1中国网民运动类品牌关注度排行 102

图表 1032015年Q1中国网民运动服饰产品细分关注度 102

图表 1042015年Q1中国网民运动鞋品牌关注度排行 103

图表 1052015年Q2中国运动服饰网民区域分布 104

图表 1062015年Q2运动服饰网民地区分布（本土/国际品牌） 104

图表 1072015年Q2中国运动服饰网民性别对比 105

图表 1082015年Q2中国运动服饰网民年龄分布 106

图表 1092015年Q2中国运动服饰行业搜索指数 106

图表 1102015年Q2中国运动服饰行业搜索周期 107

图表 1112015年Q2中国运动服饰B2C网站关注度排行 107

图表 1122015年Q2中国运动服饰相关搜索内容 108

图表 1132015年Q2中国运动服饰国内外品牌关注度 109

图表 1142015年Q2中国网民运动服饰品牌关注度排行 109

图表 1152015年Q2中国网民运动服饰品牌日均检索量对比 110

图表 1162015年Q2中国网民运动服饰产品类型关注度 110

图表 1172015年Q2中国网民运动休闲类品牌关注度排行 111

图表 1182015年Q2中国网民运动类品牌关注度排行 111

图表 1192015年Q2中国网民运动服饰产品细分关注度 112

图表 1202015年Q2中国网民运动鞋品牌关注度排行 112

图表 1212015年Q2中国网民运动鞋产品品牌关注度排行 113

图表 122耐克公司历年旗下附属品牌相关介绍 114

图表 123耐克公司与耐克在中国的发展历程表 115

图表 1242008-2015年耐克公司盈利能力表 116

图表 1252012-2015年耐克公司分业务营业收入统计 116

图表 1262008-2015年耐克公司资产负债情况表 116

图表 1272012-2015年耐克公司耐克品牌分地区营业收入 117

图表 1282015年耐克品牌全球分地区销售收入结构图 117

图表 1292008-2015年耐克公司耐克品牌分产品营业收入 118

图表 1302015年耐克品牌全球分产品销售收入结构图 118

图表 1312008-2015年阿迪达斯营收及盈利统计 119

图表 1322007-2015年阿迪达斯资产负债统计 119

图表 1332008-2015年阿迪达斯分产品销售收入统计 120

图表 1342008-2015年阿迪达斯产品销售区域分布 120

图表 1352008-2015年彪马公司营收统计 121

图表 1362008-2015年彪马公司分区域营收统计 121

图表 1372008-2015年彪马公司分产品营收统计 121

图表 1382008-2015年彪马公司资产负债统计 122

图表 1392008-2015财年日本美津浓株式会社营收统计 122

图表 1402008-2015财年日本美津浓株式会社盈利趋势图 123

图表 1412008-2015财年日本美津浓株式会社盈利能力 123

图表 1422008-2015财年日本美津浓株式会社分地区收入统计 123

图表 1432015财年日本美津浓株式会社分地区收入结构图 123

图表 1442008-2015财年日本美津浓株式会社分产品收入统计 124

图表 1452015财年日本美津浓株式会社产品销售结构图 124

图表 1462008-2015财年日本美津浓株式会社资产负债表 124

图表 147李宁有限公司发展历程 125

图表 148李宁旗下主要品牌介绍 126

图表 1492008-2015年李宁有限公司经营情况统计 127

图表 1502007-2015年李宁有限公司分产品销售收入 127

图表 1512008-2015年李宁有限公司分品牌产品销售收入 127

图表 1522015年李宁有限公司店铺类型、数量及分布 128

图表 1532008-2015年李宁有限公司分品牌区域销售收入 128

图表 154中国动向主要运动品牌及市场定位 130

图表 1552008-2015年中国动向(集团)有限公司经营情况统计 131

图表 1562008-2015年中国动向(集团)有限公司分区域收入 131

图表 1572008-2015年中国动向(集团)有限公司中国区域分产品销售收入 132

图表 1582008-2015年中国动向(集团)有限公司中国KAPPA产品销售情况 132

图表 1592008-2015年中国动向(集团)有限公司日本区域分产品销售收入 132

图表 1602015年中国动向KAPPA品牌零售店区域分布 133

图表 1612008-2015年安踏体育用品有限公司经营情况统计 136

图表 1622008-2015年安踏体育用品有限公司分产品收入统计 136

图表 1632008-2015年安踏体育用品有限公司分区域收入统计 136

图表 1642008-2015年安踏体育用品有限公司资产负债表 137

图表 1652008-2015年安踏体育用品有限公司财务运营能力统计 137

图表 1662009-2015年安踏店数目增长趋势图 137

图表 1672012-2015年度中期361度国际有限公司收入统计 142

图表 1682012-2015年度中期361度国际有限公司盈利能力 143

图表 1692012-2015年度中期361度国际有限公司分产品收入 143

图表 1702012-2015年度中期361度国际有限公司分区域收入 143

图表 1712012-2015年度中期361度零售店数目分区域统计 144

图表 1722008-2015年特步国际控股有限公司营收及盈利统计 145

图表 1732015年特步品牌鞋类和服装产品营收及盈利统计 145

图表 1742008-2015年特步国际控股有限公司盈利能力统计 145

图表 1752008-2015年特步国际控股有限公司资产负债统计 145

图表 1762008-2015年特步零售店数量增长趋势图 146

图表 1772009-2015年匹克体育用品有限公司营收统计 147

图表 1782009-2015年匹克体育用品有限公司盈利能力 147

图表 1792008-2015年匹克体育用品有限公司分产品营收统计 148

图表 1802015年匹克体育用品有限公司鞋类产能及产量统计 148

图表 1812008-2015年匹克体育用品有限公司分区域营收统计 148

图表 1822008-2015年匹克体育用品有限公司零售网点区域分布 149

图表 1832008-2015年匹克体育用品有限公司零售网点分类统计 149

图表 1842008-2015年匹克体育用品有限公司零售网点营收统计 149

图表 1852015年北京探路者户外用品股份有限公司主营业务分产品情况表 151

图表 1862015年北京探路者户外用品股份有限公司主营业务分地区情况表 151

图表 1872009-2015年北京探路者户外用品股份有限公司资产及负债统计 152

图表 1882009-2015年北京探路者户外用品股份有限公司销售及利润统计 152

图表 1892009-2015年北京探路者户外用品股份有限公司成本费用统计 152

图表 1902009-2015年北京探路者户外用品股份有限公司偿债能力情况 153

图表 1912009-2015年北京探路者户外用品股份有限公司盈利能力情况 153

图表 1922007-2015年北京探路者户外用品股份有限公司成长能力情况 153

图表 1932009-2015年北京探路者户外用品股份有限公司营运能力统计 153

图表 1942015年北京探路者户外用品股份有限公司销售区域分布 154

图表 1952015年北京探路者户外用品股份有限公司产品系列 155

图表 1962008-2015年鸿星尔克集团营收统计 157

图表 1972008-2015年鸿星尔克集团营收变化趋势图 157

图表 1982015年鸿星尔克集团分产品营收结构图 157

图表 1992009-2015年鸿星尔克集团分产品销量统计 158

图表 2002015年鸿星尔克集团分区域营收统计 158

图表 2012009-2015年鸿星尔克集团盈利能力统计 158

图表 2022008-2015年裕元集团营业额统计 160

图表 2032008-2015年裕元集团分业务营业额统计 160

图表 2042008-2015年裕元集团资产负债统计 160

图表 2052008-2015年裕元集团分产品营业额统计 160

图表 206 2008-2015年裕元集团分产品营业额统计 161

图表 207 2015年上半年裕元集团分地区销售份额结构图 161

图表 208 2008-2015年青岛双星运动鞋销售额统计 165

图表 209 2008-2015年宁波大榭开发区双星经贸有限公司经营情况 166

图表 210 2008-2015年双星东风轮胎有限公司经营情况 166

图表 211 2014-2019年中国运动鞋市场规模增长趋势预测 168

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/C97161WNB8.html>