

2016-2022年中国运动鞋市 场调查与投资战略报告

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年中国运动鞋市场调查与投资战略报告》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/D04382ZUZV.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

我国是个当之无愧的体育大国，我们有着超过十三亿的庞大消费群体。我国运动鞋产业在改革开放及经济全球化以来不断进取、不断发展，我国运动鞋品牌从最早期的回力、双星等默默无闻的品牌，到如今的李宁、安踏等具有国际竞争力的大品牌，体现了我国运动鞋行业不断奋斗的光辉历程。随着我国已经成为世界第二大经济体及零八年北京奥运会的精彩开办，我国全民健身意识空前高涨，加之我国的综合国力日益增强，在世界经济舞台上的角色越加重要，人民生活水平不断提高，对大众化的健身必需品——运动鞋的可支付能力不断提高，人们对运动鞋品牌的选择意识也不断增强，这为我国运动鞋行业的发展带来了前所未有的机遇，同时也是对我国运动鞋生产经营企业的严峻挑战。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，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，凭借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。

2014年我国的运动鞋行业的产量达到33.9亿双，比2013年增长4.16%，销售额818亿元比2013年增长12.15%，行业利润总额64亿元，比2013年增长13.55%，行业整体市场规模突破1000亿元，预计到2020年行业市场规模将达到1500亿元。从区域集中度来看，中国运动鞋的产业集群主要位于广东、福建、浙江、四川等地。国内规模以上运动鞋生产企业中，浙江、福建、广东三省的数量最多，这三个地区产量之和占全国规模以上运动鞋企业产量的60%以上。其中，福建省的运动鞋企业主要分布在泉州和晋江，广东省主要分布在东莞，浙江省主要分布在温州。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国运动鞋市场调查与投资战略报告》。内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策

依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 运动鞋行业发展环境分析

第一章 运动鞋行业发展综述

第一节 运动鞋行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 运动鞋行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 最近3-5年中国运动鞋行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 运动鞋行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 运动鞋行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 运动鞋行业政治法律环境（P）

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、运动鞋行业标准
- 四、行业相关发展规划
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
 - 1、国际宏观经济形势分析
 - 2、国内宏观经济形势分析
 - 3、产业宏观经济环境分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析
 - 1、经济复苏对行业的影响
 - 2、货币政策对行业的影响
 - 3、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析（S）

- 一、运动鞋产业社会环境
 - 1、人口环境分析
 - 2、教育环境分析
 - 3、文化环境分析
 - 4、中国城镇化率
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、运动鞋产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、运动鞋技术分析
 - 1、技术水平总体发展情况
 - 2、我国运动鞋行业新技术研究
- 二、运动鞋技术发展水平
- 三、2015年运动鞋技术发展分析
- 四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第二部分 运动鞋行业深度透视

第三章 国际运动鞋行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球运动鞋市场总体情况分析

- 一、全球运动鞋行业的发展特点
- 二、2015年全球运动鞋市场结构
- 三、2015年全球运动鞋行业发展分析
- 四、2015年全球运动鞋行业竞争格局
- 五、2015年全球运动鞋市场区域分布
- 六、2015年国际重点运动鞋企业运营分析

- 1、索康尼 (Saucony)
- 2、新百伦 (NewBalance)
- 3、爱斯克斯 (Asics)
- 4、布克 (Brooks)
- 5、耐克 (Nike)
- 6、阿迪达斯 (Adidas)
- 7、锐步 (Reebok)
- 8、彪马 (Puma)

第二节 全球主要国家 (地区) 市场分析

一、欧洲

- 1、欧洲运动鞋行业发展概况
- 2、2015年欧洲运动鞋市场结构及产销情况
- 3、2016-2022年欧洲运动鞋行业发展前景预测

二、美国

- 1、美国运动鞋行业发展概况
- 2、2015年美国运动鞋市场结构及产销情况
- 3、2016-2022年美国运动鞋行业发展前景预测

三、日本

- 1、日本运动鞋行业发展概况
- 2、2015年日本运动鞋市场结构及产销情况
- 3、2016-2022年日本运动鞋行业发展前景预测

四、韩国

- 1、韩国运动鞋行业发展概况
- 2、2015年韩国运动鞋市场结构及产销情况
- 3、2016-2022年韩国运动鞋行业发展前景预测

五、其他国家地区

- 1、印度尼西亚
- 2、越南

第四章 中国运动鞋行业的国际比较分析

第一节 中国运动鞋行业的国际比较分析

- 一、中国运动鞋行业竞争力指标分析
- 二、中国运动鞋行业经济指标国际比较分析
- 三、运动鞋行业国际竞争力比较
- 1、生产要素
- 2、需求条件
- 3、支援与相关产业
- 4、企业战略、结构与竞争状态
- 5、政府的作用

第二节 全球运动鞋行业市场需求分析

- 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

第三节 全球运动鞋行业市场供给分析

- 一、生产规模现状
- 二、产能规模分布
- 三、市场价格走势
- 四、重点厂商分布

第五章 我国运动鞋行业运行现状分析

第一节 我国运动鞋行业发展状况分析

- 一、我国运动鞋行业发展阶段

- 二、我国运动鞋行业发展总体概况
- 三、我国运动鞋行业发展特点分析
- 四、我国运动鞋行业商业模式分析
- 第二节 2015年运动鞋行业发展现状
 - 一、2015年我国运动鞋行业市场规模
 - 二、2015年我国运动鞋行业发展分析
 - 三、2015年中国运动鞋企业发展分析
- 第三节 2015年运动鞋市场情况分析
 - 一、2015年中国运动鞋市场总体概况
 - 二、2015年中国运动鞋产品市场发展分析
- 第四节 我国运动鞋市场价格走势分析
 - 一、运动鞋市场定价机制组成
 - 二、运动鞋市场价格影响因素
 - 三、2015年运动鞋产品价格走势分析
 - 四、2016-2022年运动鞋产品价格走势预测

第六章 我国运动鞋行业整体运行指标分析

- 第一节 2013-2015年中国运动鞋行业总体规模分析
 - 一、企业数量结构分析
 - 二、人员规模状况分析
 - 三、行业资产规模分析
- 第二节 2013-2015年中国运动鞋行业产销情况分析
 - 一、我国运动鞋行业工业总产值
 - 二、我国运动鞋行业工业销售产值
 - 三、我国运动鞋行业产销率
- 第三节 2013-2015年中国运动鞋行业财务指标总体分析
 - 一、行业盈利能力分析
 - 1、我国运动鞋行业总资产利润率
 - 2、我国运动鞋行业成本营业利润率
 - 3、我国运动鞋行业产值利税率
 - 二、行业偿债能力分析
 - 1、我国运动鞋行业资产负债比率

2、我国运动鞋行业流动比率

3、我国运动鞋行业速动比率

三、行业营运能力分析

1、我国运动鞋行业总资产周转率

2、我国运动鞋行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国运动鞋行业总资产增长率

2、我国运动鞋行业利润总额增长率

3、我国运动鞋行业主营业务收入增长率

第三部分 运动鞋行业发展形势

第七章 2016-2022年我国运动鞋市场供需形势分析

第一节 运动鞋行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

四、2015年原材料产能情况分析

第二节 我国运动鞋市场供需分析

一、2015年我国运动鞋行业供给情况

1、我国运动鞋行业供给分析

2、我国运动鞋行业产品产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、2015年我国运动鞋行业需求情况

1、运动鞋行业需求市场

2、运动鞋行业客户结构

3、运动鞋行业需求的地区差异

三、2015年我国运动鞋行业供需平衡分析

第三节 运动鞋产品市场应用及需求预测

一、运动鞋产品应用市场总体需求分析

1、运动鞋产品应用市场需求特征

2、运动鞋产品应用市场需求总规模

二、2016-2022年运动鞋行业领域需求量预测

- 1、2016-2022年运动鞋行业领域需求产品功能预测
- 2、2016-2022年运动鞋行业领域需求产品市场格局预测
- 三、重点行业运动鞋产品需求分析预测

第八章 运动鞋行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 运动鞋行业进出口市场分析

一、运动鞋行业进出口综述

- 1、中国运动鞋进出口的特点分析
- 2、中国运动鞋进出口地区分布状况
- 3、中国运动鞋进出口的贸易方式及经营企业分析
- 4、中国运动鞋进出口政策与国际化经营

二、运动鞋行业出口市场分析

- 1、2013-2015年行业出口整体情况
- 2、2013-2015年行业出口总额分析
- 3、2013-2015年行业出口产品结构

三、运动鞋行业进口市场分析

- 1、2013-2015年行业进口整体情况
- 2、2013-2015年行业进口总额分析
- 3、2013-2015年行业进口产品结构

第二节 中国运动鞋出口面临的挑战及对策

一、中国运动鞋出口面临的挑战

二、中国运动鞋行业未来出口展望

三、中国运动鞋产品出口对策

- 1、市场定位
- 2、价值主张
- 3、供应链
- 4、核心能力

四、运动鞋行业进出口前景及建议

第九章 运动鞋行业产业结构分析

第一节 运动鞋产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

- 1、耐克Nike
- 2、阿迪达斯Adidas
- 3、李宁Lining
- 4、安踏Anta
- 5、特步XTEP
- 6、361度
- 7、匹克PEAK
- 8、彪马PUMA
- 9、新百伦NewBalance
- 10、鸿星尔克ERKE

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业发展策略建议

一、运动鞋的网络营销

1、运动鞋的网络营销现状

2、运动鞋网络营销的SWOT分析

二、大学生品牌运动鞋消费需求分析

1、大学生运动鞋消费调查

2、需求特点分析

3、大学生运动鞋品牌建设的建议

三、中国运动鞋行业参与国际竞争的策略

1、品牌赛事营销策略

2、品牌网络营销策略

3、品牌明星代言策略

4、品牌文化精神推广策略

5、品牌国际化升级策略

6、品牌合作与并购策略

7、品牌价格吸引策略

四、市场细分在运动鞋市场开发中运用的建议和对策

第十章 我国运动鞋细分市场分析预测

第一节 中国运动鞋行业细分市场结构分析

一、运动鞋行业市场结构现状分析

二、运动鞋行业细分市场发展概况

三、运动鞋行业市场结构变化趋势

第二节 细分市场分析预测

一、篮球鞋市场分析预测

1、技术发展进程

2、市场竞争格局

3、市场趋势预测

二、网球鞋市场分析预测

1、技术发展进程

3、市场竞争格局

三、足球鞋市场分析预测

1、技术发展进程

2、市场竞争格局

四、慢跑鞋市场分析预测

1、技术发展进程

2、市场竞争格局

五、帆布鞋市场分析预测

1、技术发展进程

2、市场规模分析

3、市场竞争格局

六、休闲运动鞋市场分析预测

1、技术发展进程

2、市场规模分析

3、市场竞争格局

4、市场趋势预测

第四部分 运动鞋行业发展策略建议

第十一章 我国运动鞋行业营销趋势及策略分析

第一节 运动鞋行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

- 1、渠道构成
- 2、销售贡献比率
- 3、覆盖率
- 4、销售渠道效果
- 5、价值流程结构
- 6、渠道建设方向

二、营销渠道发展趋势与策略

第二节 运动鞋行业营销策略分析

一、中国运动鞋营销概况

二、运动鞋营销策略探讨

- 1、中国运动鞋产品营销策略浅析
- 2、运动鞋新产品的市场推广策略
- 3、运动鞋细分产品营销策略分析

第三节 运动鞋营销的发展趋势

- 一、未来运动鞋市场营销的出路
- 二、中国运动鞋营销的趋势预测

第十二章 运动鞋行业产业集群及区域市场分析

第一节 中国运动鞋产业集群发展特色分析

一、长江三角洲运动鞋产业发展特色分析

- 1、长三角地区运动鞋产业发展概况
- 2、长三角地区运动鞋产业地位分析
- 3、长三角地区运动鞋产业发展趋势分析

二、珠江三角洲运动鞋产业发展特色分析

- 1、珠江三角洲运动鞋产业发展概况
- 2、珠江三角洲运动鞋产业发展特征
- 3、珠江三角洲运动鞋产业发展趋势

三、闽南地区运动鞋产业发展特色分析

- 1、闽南地区运动鞋产业发展概况

- 2、闽南地区运动鞋产业发展特征
- 3、闽南地区运动鞋产业发展趋势
- 四、西部地区运动鞋产业发展特色分析

- 1、西部地区运动鞋产业发展概况
- 2、西部地区运动鞋产业发展特征
- 3、西部地区运动鞋产业发展趋势

第二节 中国运动鞋重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

- 1、行业区域结构总体特征
- 2、行业区域集中度分析

二、运动鞋区域市场分析

- 1、广东省运动鞋市场分析
- 2、浙江省运动鞋市场分析
- 3、江苏省运动鞋市场分析
- 4、四川省运动鞋市场分析
- 5、福建省运动鞋市场分析

三、运动鞋区域市场前景及趋势

第五部分 运动鞋行业竞争格局分析

第十三章 2015年运动鞋行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、运动鞋行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力

二、运动鞋行业企业间竞争格局分析

三、运动鞋行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、区域集中度分析
- 3、集中度变化趋势

四、运动鞋行业SWOT分析

- 1、运动鞋行业优势分析
- 2、运动鞋行业劣势分析
- 3、运动鞋行业机会分析
- 4、运动鞋行业威胁分析

第二节 2015年运动鞋行业竞争格局分析

- 一、2015年国内外运动鞋竞争分析
- 二、2015年我国运动鞋市场竞争分析
- 三、2015年我国运动鞋市场集中度分析
- 四、2015年国内主要运动鞋企业动向

第三节 运动鞋行业并购重组分析

- 一、本土企业投资兼并与重组分析
- 二、行业投资兼并与重组趋势分析

第四节 运动鞋市场竞争策略分析

- 一、成本控制策略
- 二、技术创新策略
- 三、营销推广策略

第十四章 2015年运动鞋行业领先企业经营形势分析

第一节 中国运动鞋企业总体发展状况分析

- 一、运动鞋企业主要类型
- 二、运动鞋企业创新及品牌建设
- 三、运动鞋行业企业排名分析

第二节 中国领先运动鞋企业经营形势分析

- 一、耐克体育（中国）有限公司
 - 1、企业发展简况分析
 - 2、主要经济指标分析
 - 3、企业发展能力分析
 - 4、企业产品结构及新产品动向
 - 5、企业销售渠道与网络
 - 6、企业市场竞争力分析
 - 7、企业最新发展动向分析

二、阿迪达斯（中国）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业发展能力分析
- 4、企业产品结构及新产品动向
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业市场竞争力分析
- 7、企业最新发展动向分析

三、李宁（中国）体育用品有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业发展能力分析
- 4、企业产品结构及新产品动向
- 5、企业市场竞争力分析
- 6、企业最新发展动向分析

四、安踏（中国）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业发展能力分析
- 4、企业产品结构及新产品动向
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业市场竞争力分析
- 7、企业最新发展动向分析

五、特步（中国）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业发展能力分析
- 4、企业产品结构及新产品动向
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业市场竞争力分析
- 7、企业最新发展动向分析

六、三六一度（中国）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业发展能力分析
- 4、企业产品结构及新产品动向
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业市场竞争力分析
- 7、企业最新发展动向分析

七、匹克体育用品有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业产品结构及新产品动向
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业市场竞争力分析

八、彪马（上海）商贸有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业产品结构及新产品动向
- 4、企业市场竞争力分析
- 5、企业最新发展动向分析

九、新百伦贸易（中国）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业发展能力分析
- 4、企业产品结构及新产品动向
- 5、企业市场竞争力分析

十、鸿星尔克体育用品有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业销售渠道与网络
- 4、企业发展战略分析

第六部分 运动鞋行业投资发展策略

第十五章 2016-2022年运动鞋行业前景及趋势预测

第一节 2016-2022年运动鞋市场发展前景

- 一、2016-2022年运动鞋市场发展潜力
- 二、2016-2022年运动鞋市场发展前景展望
- 三、2016-2022年运动鞋细分行业发展前景分析

第二节 运动鞋行业“十三五”总体规划研究

- 一、运动鞋行业“十三五”产业布局
- 二、运动鞋行业“十三五”市场趋势
- 三、运动鞋行业“十三五”规划主要目标

第三节 2016-2022年运动鞋市场发展趋势预测

一、2016-2022年运动鞋行业发展趋势

- 1、技术发展趋势分析
- 2、产品发展趋势分析
- 3、产品应用趋势分析

二、2016-2022年运动鞋市场规模预测

三、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第四节 2016-2022年中国运动鞋行业供需预测

- 一、2016-2022年中国运动鞋行业供给预测
- 二、2016-2022年中国运动鞋行业产量预测
- 三、2016-2022年中国运动鞋市场销量预测
- 四、2016-2022年中国运动鞋行业需求预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、科研开发趋势及替代技术进展
- 四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十六章 2016-2022年运动鞋行业投资价值评估分析

第一节 运动鞋行业投资特性分析

- 一、运动鞋行业进入壁垒分析
- 二、运动鞋行业盈利因素分析
- 三、运动鞋行业盈利模式分析

第二节 2016-2022年运动鞋行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2016-2022年运动鞋行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、投资回报率比较高的投资方向

三、新进入者应注意的障碍因素

第十七章 2016-2022年运动鞋行业投资机会与风险防范

第一节 运动鞋行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、运动鞋行业投资现状分析

1、运动鞋产业投资经历的阶段

3、2013-2015年中国运动鞋行业投资状况

第二节 2016-2022年运动鞋行业投资机会

一、细分市场投资机会

二、重点区域投资机会

四、运动鞋行业投资机遇

第三节 2016-2022年运动鞋行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国运动鞋行业投资建议

一、运动鞋行业未来发展方向

二、运动鞋行业主要投资建议

三、中国运动鞋企业融资分析

- 1、中国运动鞋企业IPO融资分析
- 2、中国运动鞋企业再融资分析

第十八章 2016-2022年运动鞋行业面临的困境及对策

第一节 运动鞋行业面临的困境

- 一、中国运动鞋行业发展的主要困境
- 二、国际经济分析

第二节 运动鞋企业面临的困境及对策

- 一、重点运动鞋企业面临的困境及对策
- 二、中小运动鞋企业发展困境及策略分析
- 三、国内运动鞋企业的出路分析

第三节 中国运动鞋行业存在的问题及对策

- 一、中国运动鞋行业存在的问题
- 二、运动鞋行业发展的建议对策
- 三、市场的重点客户战略实施
 - 1、实施重点客户战略的必要性
 - 2、合理确立重点客户
 - 3、重点客户战略管理
 - 4、重点客户管理功能

第十九章 运动鞋行业发展战略研究

第一节 运动鞋行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国运动鞋品牌的战略思考

- 一、运动鞋品牌的重要性
- 二、运动鞋实施品牌战略的意义

三、运动鞋企业品牌的现状分析

四、我国运动鞋企业的品牌战略

五、运动鞋品牌战略管理的策略

第三节 运动鞋经营策略分析

一、运动鞋市场细分策略

二、运动鞋市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、运动鞋新产品差异化战略

第四节 运动鞋行业投资战略研究

一、2015年运动鞋行业投资战略

二、2016-2022年运动鞋行业投资战略

三、2016-2022年细分行业投资战略

第二十章 研究结论及发展建议

第一节 运动鞋行业研究结论及建议

第二节 运动鞋行业研究结论及建议

第三节 运动鞋行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：国产运动鞋产业链结构图

图表：2010-2015年国内生产总值及其增长速度

图表：2010-2015年城镇新增就业人数

图表：2010-2015年国家全员劳动生产率

图表：2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度

图表：2015年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况

图表：2010-2015年全国一般公共预算收入

图表：2010-2015年年末国家外汇储备

图表：2014-2015年中国国内生产总值增长速度

图表：2015年年末人口数及其构成

图表：2010-2015年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2010-2015年研究与试验发展(R&D)经费支出

图表：2015年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：运动鞋耐磨测试品评

图表：运动鞋拉伸测试

图表：世界运动鞋区域市场分布

图表：2010-2015年欧洲运动鞋市场规模分析

图表：2010-2015年美国运动鞋市场规模分析

图表：2010-2015年日本运动鞋市场规模分析

图表：2010-2015年日本运动鞋市场规模分析

图表：2012-2015年中国运动鞋需求趋势分析

图表：2010-2015年世界运动鞋市场规模分析

图表：世界运动鞋市场需求结构分析

图表：2016-2022年世界运动鞋市场规模预测

图表：2010-2015年世界运动鞋产值分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业市场规模分析

图表：中国运动鞋产品价格分布分析

图表：中国运动鞋产品价格分布分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业企业规模分析

图表：2015年中国运动鞋行业从业人员结构分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业资产规模分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业工业总产值分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业工业销售产值分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业产销率分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业总资产利润率分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业营业利润率分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业产值利税率分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业资产负债率分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业流动比率分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业速动比率分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业总资产周转率分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业流动资产周转率分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业总资产增长率分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业利润总额增长率分析

图表：2010-2015年中国运动鞋行业主营业务收入增长率分析

图表：2010-2015年中国的运动鞋产量

图表：中国的运动鞋行业不同省份的需求分析

图表：中国的运动鞋产品应用市场需求特征分析

图表：2015年中国体育用品出口统计表

图表：2011-2015年中国运动鞋出口额

图表：2015年中国运动鞋出口产品结构

图表：2015年中国体育用品进口统计表

图表：2010-2015年中国运动鞋进口额

图表：2015年中国运动鞋进口产品结构

图表：2015年中国运动鞋行业不同细分市场份额分析

图表：2015年中国运动鞋行业不同所有制企业数量分析

图表：2015年中国篮球鞋十大品牌企业排名

图表：2015年中国足球鞋十大品牌企业排名

图表：2015年中国跑鞋十大品牌企业排名

图表：2015年中国帆布鞋十大品牌企业排名

图表：2015年中国运动鞋行业区域市场规模结构

图表：2015年广东省运动鞋市场分析

图表：2015年浙江省运动鞋市场分析

图表：2015年江苏省运动鞋市场分析

图表：2015年四川省运动鞋市场分析

图表：2015年福建省运动鞋市场分析

图表：我国运动鞋行业企业排名分析

图表：2012-2015年李宁（中国）体育用品有限公司资产负债表

图表：2012-2015年李宁（中国）体育用品有限公司综合损益表

图表：2012-2015年李宁（中国）体育用品有限公司现金流量表

图表：2012-2015年安踏（中国）有限公司资产负债表

图表：2012-2015年安踏（中国）有限公司现金流量表

图表：2012-2015年安踏（中国）有限公司综合损益表

图表：2012-2015年特步（中国）有限公司资产负债表

图表：2012-2015年特步（中国）有限公司现金流量表

图表：2012-2015年特步（中国）有限公司综合损益表

图表：2012-2015年三六一度（中国）有限公司资产负债表

图表：2012-2015年三六一度（中国）有限公司现金流量表

图表：2012-2015年三六一度（中国）有限公司综合损益表

图表：2016-2022年中国运动鞋市场规模预测

图表：2016-2022年中国运动鞋行业企业数量预测

图表：2016-2022年中国运动鞋行业产值预测

图表：2016-2022年中国运动鞋销售收入预测

图表：2016-2022年固定资产投资分析

图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/D04382ZUZV.html>