

中国运动鞋行业发展现状研究与投资前景预测报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国运动鞋行业发展现状研究与投资前景预测报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202309/666655.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

运动鞋是根据人们参加运动或旅游的特点设计制造的鞋子。

一、行业市场发展情况

我国运动鞋行业发展较晚，于20世纪80年代才开始起步。发展到目前我国运动鞋行业共经历了四个发展阶段，分别是起步阶段（20世纪80年代至90年代初）、品牌崛起阶段（90年代中期至2000年代）、品牌竞争激烈阶段（2000年代末至2010年代）、产品创新和多元化发展阶段（2010年代至今）。目前我国运动鞋市场正处于产品创新和多元化发展阶段。

资料来源：观研天下整理

我国运动鞋行业是一个充满活力和竞争力的市场。虽然和欧美发达国家相比，我国运动鞋服行业发展起步于上世纪80年代，但市场发展较快，到目前已经成为服装行业中增长最为亮眼的品类。一是进入上世纪90年代以来，越来越多的本土品牌进入初创期，尤其是“晋江系”品牌，包括安踏、特步、361度、匹克等开始全面崛起，也带动了本土运动鞋市场的规模化、商业化发展。二是政府出台了一系列促进消费、扶持中小企业、提高质量标准、加强知识产权保护等政策，为运动鞋行业提供了有利的发展环境。三是政府也出台了包括促进全民健身、发展体育产业、发展山地运动、冰雪运动等内容的国家级政策，使得养成健身习惯人数逐渐增多，国民积极健身趋势呈现。尤其是在疫情影响下，全民运动呼声高涨，越来越多的人开始重视体育运动、回归自然旅游等有益身心健康的活动，在运动健身领域的投入也不断增加，带动了体育产业市场扩大，运动鞋等运动类消费支出也快速增长。以线上销售额为例：2022年我国线上运动鞋销售额达到了845.5亿元，同比增长3.94%。

数据来源：观研天下整理

受益于居民健康意识的提升、运动风气的盛行、消费升级的趋势以及国际品牌的引领，自2015年至今，我国运动鞋市场上升势头强劲，行业渗透率已从9.7%上升至16.2%，市场规模不断增长。虽然2020年受疫情爆发影响，市场出现放缓，但2021年以来，随着疫情影响逐渐消退，着国内市场全面回温，市场得到回升。数据显示，2022年我国运动鞋市场规模预计增至1860亿元，增长率为16%。

数据来源：观研天下整理

二、行业消费者偏好分析

目前男性是运动鞋的主要消费人群，2022年占比为60%。但值得注意的是，近年来随着女性参与体育健身运动的人数逐年增加，女性对运动鞋的需求和喜爱也不断增加，女性消费者逐渐成为运动鞋购买群体的重要组成部分，2022年女性消费者购买运动鞋的总额达到了300亿元人民币，占整个运动鞋市场的40%，而这一比例在2017年仅为25%。

数据来源：观研天下整理

舒适性和功能性是消费者购买运动鞋最关注的因素。根据相关调研显示，2022年，消费者在选择运动鞋时，舒适性是消费者购买运动鞋最关注的因素，占比为98%；其次为功能性，占比为92%。

数据来源：观研天下整理

目前运动鞋价格主要集中在300-700元价格区间。根据相关调研显示，2022年，消费者在选择运动鞋时，301-500元选择的消费者最多，占比37%，其次是501-700元，消费占比为29%。

数据来源：观研天下整理

天猫、京东、淘宝是运动鞋三大销售渠道。根据相关调研显示，2022年，天猫渠道是第一消费渠道，占比47.3%；其次为淘宝、京东，占比分别为21.9%、14.2%。

数据来源：观研天下整理

耐克、李宁、安踏、阿迪达斯是消费者较为青睐的运动鞋品牌。根据相关调研显示，2022年，耐克运动鞋销售额最高，为111.8亿元；其次为李宁、安踏、阿迪达斯，销售额分别为67.6亿元、66亿元、62.8亿元。

数据来源：观研天下整理

此外从消费者偏好类型来看，因体育赛事影响，专业小众运动鞋类崛起。强功能性与专业性是运动鞋品牌区分休闲鞋的核心，跑步鞋与篮球鞋两大细分行业则成为诸多运动鞋品牌市场竞争与品牌营销的核心发力领域。

三、行业竞争情况

近年来随着市场不断向好，资本也在不断布局该赛道。而随着大量资本进入国内运动鞋赛道，众多本土企业如华利集团、贵人鸟、安利股份等完成上市，海内外、多主体的联合投资成为知名运动鞋投资的主流形式。目前国内运动鞋市场也步入多品牌时代。

目前按照营收水平进行划分，我国国内运动鞋市场主要形成三大品牌梯队。其中，阿迪达斯、耐克和安踏体育处于第一梯队，其运动鞋板块年均营收均在百亿元以上，处于第二梯队的有李宁、特步，其年营收在50-100亿元之间，另有大量年营收在50亿元以下的中小品牌。

从竞争实力来看，头部品牌在品牌、渠道、供应链、供应链、资金等方面的优势都更为明显。

另外近年来随着消费者对相关产品面料和科技要求越来越高，在选择品牌方面也更青睐于大品牌，高粘性也让头部品牌的市场竞争力进一步凸显，品牌巨头集中度越来越高。有相关

数据显示，2017-2022年我国运动鞋市场集中度CR5从62.3%增长到了78.5%。

数据来源：观研天下整理

具体来看，耐克、李宁、阿迪达斯、安踏、新百伦是我国运动鞋市场CR5。其中耐克属于我国运动鞋市场龙头企业，市场占有率最高，2022年达到了23.5%；其次为李宁、阿迪达斯，市场占有率分别为18.7%、15.3%。

数据来源：观研天下整理

国产品牌仍有较大提升空间。目前在运动鞋市场上，国外大品牌知名度及影响力较大，国产知名品牌李宁超速发展的同时，其他国产品牌发展较为乏力，国产运动品牌对于产品的研发设计不足，耐克、阿迪达斯能够得到大多数人的认可，和他的产品研发设计脱不开关系，尤其以耐克的球鞋最为深入人心，而当下国潮及全民运动的大环境下，国产品牌需在产品保质保量的基础上，加大研发技术，花更多精营销推广，从而带动而带动零售额上行。（WW）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国运动鞋行业发展现状研究与投资前景预测报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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，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市场调研分析。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国运动鞋行业发展概述

第一节 运动鞋行业发展情况概述

一、运动鞋行业相关定义

二、运动鞋特点分析

三、运动鞋行业基本情况介绍

四、运动鞋行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、运动鞋行业需求主体分析

第二节中国运动鞋行业生命周期分析

一、运动鞋行业生命周期理论概述

二、运动鞋行业所属的生命周期分析

第三节运动鞋行业经济指标分析

一、运动鞋行业的赢利性分析

二、运动鞋行业的经济周期分析

三、运动鞋行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球运动鞋行业市场发展现状分析

第一节全球运动鞋行业发展历程回顾

第二节全球运动鞋行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲运动鞋行业地区市场分析

一、亚洲运动鞋行业市场现状分析

二、亚洲运动鞋行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲运动鞋行业市场前景分析

第四节北美运动鞋行业地区市场分析

一、北美运动鞋行业市场现状分析

二、北美运动鞋行业市场规模与市场需求分析

三、北美运动鞋行业市场前景分析

第五节欧洲运动鞋行业地区市场分析

一、欧洲运动鞋行业市场现状分析

二、欧洲运动鞋行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲运动鞋行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界运动鞋行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球运动鞋行业市场规模预测

第三章 中国运动鞋行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对运动鞋行业的影响分析

第三节中国运动鞋行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对运动鞋行业的影响分析

第五节中国运动鞋行业产业社会环境分析

第四章 中国运动鞋行业运行情况

第一节中国运动鞋行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国运动鞋行业市场规模分析

一、影响中国运动鞋行业市场规模的因素

二、中国运动鞋行业市场规模

三、中国运动鞋行业市场规模解析

第三节中国运动鞋行业供应情况分析

一、中国运动鞋行业供应规模

二、中国运动鞋行业供应特点

第四节中国运动鞋行业需求情况分析

一、中国运动鞋行业需求规模

二、中国运动鞋行业需求特点

第五节中国运动鞋行业供需平衡分析

第五章 中国运动鞋行业产业链和细分市场分析

第一节中国运动鞋行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、运动鞋行业产业链图解

第二节中国运动鞋行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对运动鞋行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对运动鞋行业的影响分析

第三节我国运动鞋行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国运动鞋行业市场竞争分析

第一节中国运动鞋行业竞争现状分析

- 一、中国运动鞋行业竞争格局分析
- 二、中国运动鞋行业主要品牌分析

第二节中国运动鞋行业集中度分析

- 一、中国运动鞋行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国运动鞋行业市场集中度分析

第三节中国运动鞋行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国运动鞋行业模型分析

第一节中国运动鞋行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国运动鞋行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国运动鞋行业SWOT分析结论

第三节中国运动鞋行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国运动鞋行业需求特点与动态分析

第一节中国运动鞋行业市场动态情况

第二节中国运动鞋行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节运动鞋行业成本结构分析

第四节运动鞋行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国运动鞋行业价格现状分析

第六节中国运动鞋行业平均价格走势预测

一、中国运动鞋行业平均价格趋势分析

二、中国运动鞋行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国运动鞋行业所属行业运行数据监测

第一节中国运动鞋行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国运动鞋行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国运动鞋行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国运动鞋行业区域市场现状分析

第一节 中国运动鞋行业区域市场规模分析

一、影响运动鞋行业区域市场分布的因素

二、中国运动鞋行业区域市场分布

第二节 中国华东地区运动鞋行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区运动鞋行业市场分析

(1) 华东地区运动鞋行业市场规模

(2) 华南地区运动鞋行业市场现状

(3) 华东地区运动鞋行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区运动鞋行业市场分析

(1) 华中地区运动鞋行业市场规模

(2) 华中地区运动鞋行业市场现状

(3) 华中地区运动鞋行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区运动鞋行业市场分析

(1) 华南地区运动鞋行业市场规模

(2) 华南地区运动鞋行业市场现状

(3) 华南地区运动鞋行业市场规模预测

第五节 华北地区运动鞋行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区运动鞋行业市场分析

(1) 华北地区运动鞋行业市场规模

(2) 华北地区运动鞋行业市场现状

(3) 华北地区运动鞋行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区运动鞋行业市场分析

(1) 东北地区运动鞋行业市场规模

(2) 东北地区运动鞋行业市场现状

(3) 东北地区运动鞋行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区运动鞋行业市场分析

(1) 西南地区运动鞋行业市场规模

(2) 西南地区运动鞋行业市场现状

(3) 西南地区运动鞋行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区运动鞋行业市场分析

(1) 西北地区运动鞋行业市场规模

(2) 西北地区运动鞋行业市场现状

(3) 西北地区运动鞋行业市场规模预测

第十一章 运动鞋行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国运动鞋行业发展前景分析与预测

第一节中国运动鞋行业未来发展前景分析

一、运动鞋行业国内投资环境分析

二、中国运动鞋行业市场机会分析

三、中国运动鞋行业投资增速预测

第二节中国运动鞋行业未来发展趋势预测

第三节中国运动鞋行业规模发展预测

一、中国运动鞋行业市场规模预测

二、中国运动鞋行业市场规模增速预测

三、中国运动鞋行业产值规模预测

四、中国运动鞋行业产值增速预测

五、中国运动鞋行业供需情况预测

第四节中国运动鞋行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国运动鞋行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国运动鞋行业进入壁垒分析

一、运动鞋行业资金壁垒分析

二、运动鞋行业技术壁垒分析

三、运动鞋行业人才壁垒分析

四、运动鞋行业品牌壁垒分析

五、运动鞋行业其他壁垒分析

第二节运动鞋行业风险分析

一、运动鞋行业宏观环境风险

二、运动鞋行业技术风险

三、运动鞋行业竞争风险

四、运动鞋行业其他风险

第三节中国运动鞋行业存在的问题

第四节中国运动鞋行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国运动鞋行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国运动鞋行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国运动鞋行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 运动鞋行业营销策略分析

一、运动鞋行业产品策略

二、运动鞋行业定价策略

三、运动鞋行业渠道策略

四、运动鞋行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202309/666655.html>