

2021年中国运动鞋行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

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《2021年中国运动鞋行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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://baogao.chinabaogao.com/xiema/531010531010.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

波特认为，“在任何产业里，无论是在国内、国外，无论生产一种产品还是提供一项服务，竞争规律都寓于如下竞争力量之中：新进入者的威胁，替代品的威胁，买方的讨价还价能力，供应方的讨价还价能力、现有竞争者之间的竞争”。整个行业的竞争态势取决于这些行业竞争结构要素的相互作用关系。

波特五力模型 资料来源：知网

1、新进入者威胁

自从北京成功举办奥运后，全民健身的理念深入人心，这就带动了体育产品消费市场的发展，带来了体育用品品牌及其所有与健康相关的产业一个新的发展机会。国内外的体育品牌商充分把握这一市场商机，持续扩大对我国体育用品市场的投资，体育产品市场已进入了诸侯割据时期。

运动鞋产品制作门槛低，固定资产的投入也不算很大。由于鞋产品技术含量不算高，设计也简单，生产工艺不复杂，很容易就可以制作出一双品质中下等的鞋子。所以除了国内一、二线品牌，三、四线以下的中小型民营运动鞋生产厂商和小作坊也相继的进入这一运动鞋的生产领域。就算他们不用有具体的企业发展规划和投资计划，也不用做市场调查，但是只要他们充分利用一线品牌的信息和资源，就可以很快的设计和制作出产品，并更快地以低价策略把新产品投入消费者市场，赢得新进入者的优势。此外，国内一些二线体育品牌，为了拓宽自己的产业链，他们要么自己生产要么在外面贴牌生产，以使用心聚焦在品牌管理的投入与宣传，依托现有的市场销售网络，稳步地发展他们的企业。

2、替代产品威胁

运动鞋是一个传统的产品，替代品也很多。功能上的替代品包含篮球鞋、网球鞋、板鞋、皮鞋、拖鞋等。无论从美观上还是从使用价值上来说，这些替代品都没法在体育消费者市场上对运动鞋产生巨大的威胁。不过对非专业的跑步者来说，上述所列的鞋种从某种意义上来说也是运动鞋的替代产品，因为这类鞋同样具备作为鞋的最基本功能，那就是着装。所以这些产品在市面上的销售必定会分得一杯羹，而影响国内运动鞋的市场销售份额。

3、供应商议价能力

运动鞋生产企业在中国的区域化集中程度非常高。运动鞋生产企业是体育品牌企业的主要供应商。体育品牌企业供应商的管理与供应能力非常强，但这在一定程度上给了体育品

牌企业在选择供应商上的问题上很大的空间，从而削弱了供应商的讨价议价能力。不过由于近年来稀缺能源的紧缺与供应的紧张、运输成本、原材料价格和劳动力成本的急剧上涨和提高，促使了供应商企业生产成本的持续增加。原材料资源短缺、供应紧张、劳动力成本上涨的因素将会持续困扰着运动鞋生产厂家。

2015-2019年运动鞋原材料价格指数走势 资料来源：国家统计局

4、顾客议价能力

体育用品消费市场买卖双方角色已经改变，有以前的卖方转向为买方，消费者的购买心态成熟且理性，他们在更加注重品牌的同时，也看重价格和质量，因此体育用品代理商和经销商等中间销售渠道在选择产品品牌的时候，会更多的考虑该品牌在国内、国际市场的市场地位、市场影响力、销售渠道政策及利润回报等因素。同时，现在国际和国内一、二线体育品牌在中国体育用品市场的拼杀，代理商和经销商等大宗销售商在品牌选择有了更多的扩展，使得在和体育品牌商在讨论产品进价时占据了一定的主导地位，增强了他们的议价能力。此外，作为一、二线大城市终端消费者，具备着理性消费购买行为、更成熟的侃价能力、丰富的产品信息渠道，使得他们在购买同一档次和性价比的产品范围更广，不过中小城市的消费者相对来说，选择的机会稍少，不熟悉性价比，但对价格敏感。

不过，体育品牌商可以采用区域性或全国性客户经销商管理制度，利用同一个城市存在几个经销商的模式，这种模式既能提高和增强体育品牌商对经销商甚至零售商的价格谈判能力，又能让经销商之间相互竞争，从而提高品牌商对这种大宗顾客的议价能力。

5、行业内企业竞争

近年来，健身理念的深入、国家政策的支持，运动消费成为居民消费的一大比重。此外，运动鞋产品带来的时尚元素也相应地拓宽了产品的销售维度。

中国运动鞋产业主要集中在广东、福建、浙江、四川等地。近几年国内运动鞋品牌蓬勃发展，阿迪达斯和耐克为主的国外名牌排在顶尖位置；李宁、安踏、361度等国内品牌则排在中高档，占有一半左右的国内市场份额上。在国内运动鞋市场占有率的排名上，耐克持续占据最多份额，其次是阿迪达斯，尽管还在努力追赶。

再次就是顶替李宁的后起之秀：安踏体育用品公司，其成长速度之快，所占市场份额也让人刮目相看。在这样一个竞争激烈的市场环境背景，品牌形象的重塑和战略重组已是不可避免，国内品牌如安踏、李宁等都在寻找各种市场机会去进行品牌升级或重塑。从整个竞争市场状况来分析，国际体育品牌几乎占领了国内一线市场，不过，国内体育品牌也不示弱

，也在寻找市场机会去分一杯一线市场的糕，而对国际体育品牌来说，它们已经在开始调整销售渠道布局，并大力开拓二、三、四线中小城市的体育用品消费市场。（CJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国运动鞋行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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。

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。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。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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、运动鞋行业基本情况介绍

三、运动鞋行业发展特点分析

四、运动鞋行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、运动鞋行业需求主体分析

第二节 中国运动鞋行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、运动鞋行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国运动鞋行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

五、产业链附加值分析

第三节 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

第四节 运动鞋行业经济指标分析

一、趋势因素分析

二、循环因素分析

三、随机因素分析

第五节 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

第二章 2017-2020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 2021-2026年世界运动鞋行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球运动鞋行业市场规模预测

第三章 中国运动鞋产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品运动鞋总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 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

第三节 中国运动鞋产业社会环境发展分析

- 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、消费观念分析

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
- 1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

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

第三节 中国运动鞋行业供应情况分析

第四节 中国运动鞋行业需求情况分析

第五节、我国运动鞋行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国运动鞋行业细分市场分析（2015-2019年）

1、足球鞋市场

2、全能运动鞋市场

3、有氧运动鞋市场

4、休闲鞋市场

5、其他鞋市场

第七节 中国运动鞋行业供需平衡分析

第八节 中国运动鞋行业发展趋势分析

第五章 中国运动鞋所属行业运行数据监测

第一节 中国运动鞋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

第六章 2017-2020年中国运动鞋市场格局分析

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情况分析

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分析

二、中国运动鞋行业企业集中度分析

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

第五节 中国运动鞋行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国运动鞋行业需求特点与动态分析

第一节 中国运动鞋行业消费市场动态情况

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、渠道因素

四、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、中国运动鞋行业价格影响因素

二、中国运动鞋行业平均价格走势预测

三、中国运动鞋行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020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布

第二节 中国华东地区运动鞋市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区运动鞋市场规模分析

四、华东地区运动鞋市场规模预测

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、华中地区运动鞋市场规模分析

四、华中地区运动鞋市场规模预测

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、华南地区运动鞋市场规模分析

四、华南地区运动鞋市场规模预测

第九章 2017-2020年中国运动鞋行业竞争情况

第一节 中国运动鞋行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国运动鞋行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国运动鞋行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国运动鞋行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 运动鞋行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 阿迪达斯AG成员公司（adidas/阿迪达斯）

- 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、公司优劣势分析

第二节 耐克公司（nike/耐克）

- 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、公司优劣势分析

第三节 中乔体育股份有限公司（jordan）

- 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、公司优劣势分析

第四节 安踏（中国）有限公司（anta/安踏）

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、公司优劣势分析

第五节 李宁(中国)体育用品有限公司(lining/李宁)

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、公司优劣势分析

第六节 puma彪马集团有限公司(puma/彪马)

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、公司优劣势分析

第七节 鸿星尔克实业有限公司（erke/鸿星尔克）

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、公司优劣势分析

第八节 特步（中国）有限公司（xtep/特步）

- 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、公司优劣势分析

第九节 卡帕集团（Kappa）

- 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、公司优劣势分析

第十节 斯凯奇集团（skechers）

- 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、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026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

第一节 中国运动鞋行业市场规模预测

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

第二节 中国运动鞋行业产值预测

一、中国运动鞋行业产值规模预测

二、中国运动鞋行业产值增速预测

第三节 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

一、中国运动鞋行业毛利润同比增速预测

二、中国运动鞋行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国运动鞋行业投融资分析

第一节 运动鞋行业国内投融资环境分析（冷热因素法）

第二节 中国运动鞋行业投融资现状分析

第三节 中国运动鞋行业投融资增速预测

第四节 运动鞋行业投融资风险分析

一、运动鞋行业政策风险分析

二、运动鞋行业技术风险分析

三、运动鞋行业竞争风险

四、运动鞋行业其他风险分析

第十三章 2021-2026年中国运动鞋行业发展战略及规划建议

第一节 中国运动鞋行业品牌战略分析

一、运动鞋企业品牌的重要性

二、运动鞋企业品牌的现状分析

三、运动鞋企业的品牌战略

第二节 中国运动鞋行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国运动鞋行业战略综合分析

- 一、技术开发战略
- 二、业务组合战略
- 三、产业战略规划
- 四、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国运动鞋行业发展策略及投资建议

第一节 中国运动鞋行业产品策略分析

- 一、服务（产品）开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国运动鞋行业定价策略分析

第三节 中国运动鞋行业营销渠道策略

- 一、运动鞋行业渠道选择策略
- 二、运动鞋行业营销策略

第四节 中国运动鞋行业电商运营策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国运动鞋行业重点投资区域分析
- 二、中国运动鞋行业重点投资产品分析

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiema/531010531010.html>