

中国运动鞋服行业现状深度研究与投资前景预测报告（2024-2031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《中国运动鞋服行业现状深度研究与投资前景预测报告（2024-2031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/202404/703203.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

1、运动鞋服概述

运动鞋服是指专用于体育运动竞赛或旅游的特点设计制造服装与鞋子，其产业链上游主要为EVA树脂、棉纱布料以及加工设备等原料构成，下游主要通过商超、品牌专卖店、户外用品店、电商平台等渠道销售给终端消费者。

2、政策支持，运动风潮兴起，运动鞋服前景光明

首先，自“全民健身”战略提出后，《“十四五”体育发展规划》、《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023—2025年）》等一系列政策出台，健身场地、配套设施等不断完善。其次，露营、飞盘、桨板等新兴体育户外运动逐渐聚拢人气，健身直播的爆火带动健身热潮，我国运动鞋服市场也得到快速发展，未来成长空间广阔。根据数据显示，2022年，我国运动鞋服市场规模达540.6亿美元，同比增长5.1%，2010-2022年CAGR=9%，预计2027年我国运动鞋服市场规模将达至797.7亿美元。

数据来源：观研天下整理

3、运动鞋服行业渗透率及人均运动支出存在巨大提升空间

同时，从人均运动用品支出上看，2022年我国人均运动鞋服消费支出仅36美元，而美国为440美元，日本93美元，德国145美元，我国居民支出仅为日本、德国的1/5-1/3左右，不足美国人均消费的1/10。由此可见，我国运动鞋服行业渗透率及人均运动支出存在巨大提升空间。

数据来源：观研天下整理

4、过气、过剩成为运动鞋服行业的挑战

不过，回顾整个2023年运动鞋服行业发展情况可以看出，市场面临着过气、过剩问题，其最明显的是各大品牌企业集体打折，如安踏库存周转天数增加了11.2天，特步增加12.9天，李宁增加3.9天。

近年来，国产运动鞋服品牌凭借着国潮“东风”，业绩飙升。2022年，鸿星尔克曾因捐款事件广受关注，并乘着国潮的风潮，销量屡创新高。然而，进入2023年，李宁、特步等国产企业凭借国潮风为卖点，产品价格持续上涨，越来越多的消费者任务产品溢价太高，存在被割韭菜的嫌疑，进而导致品牌形象受损。以李宁高端产品提价为例，根据“LI-NING 1990”天猫旗舰店销售的产品来看，目前最高产品单价为10990元，而“中国李宁”最高产品单价为3599元。但李宁高端系列销量却遇冷，港股体育板块屡次集体下跌，李宁股价累计下跌近七成。

5、多个品牌开始掘金大单品

因此，在整个经济周期下行阶段，运动鞋服品牌不断调整产品战略，开始在其他地方找突破口。例如，耐克启动“破二计划”，碳板跑鞋迅速成为市场的热潮，跑鞋价格一度飙升，随后

李宁品牌推出国产碳板跑鞋，发售价超过2000元。

而随着科技迅速发展及国内厂商供应链庞大，国产品牌纷纷投入巨资，紧跟碳板跑鞋大单品潮流。例如，2023年，安踏重新梳理C202系列的产品线，其中C202 5代GT PRO去年频频登上领奖台，形成安踏C家族竞速碳板跑鞋产品系列矩阵。此外，部分品牌也推出超临界发泡材料、碳纤维科技、透气轻薄面料等自家研发的科技材料，如安踏的“氮”科技，李宁的“䨻”科技，鸿星尔克的“烝”科技加持，各种技术含量及专业化的大单品跑鞋问世，国产运动品牌研发的投入持续火热。

运动品牌搭载核心科技的产品矩阵

特步ACE科技矩阵

361度CQT科技矩阵

李宁䨻科技矩阵

安踏氮科技矩阵

两千公里2-499元

速湃Float-599元

赤兔7Pro-599元

创跑5-499元

影擎PRO-699元

飞燃2ET-599元

超轻21-599元

冠军2-569元

360-599元

飞燃3-899元

飞电3 challenger-799元

马赫4-599元

260X-799元

飞飊Future1.5-1299元

飞电3 Elite-1299元

马赫4Pro-799元

160X 3.0Pro-1299元

/

飞电3 Ultra-2299元

C202 5 GT-1299元

/

/

/

C2025 GT Pro-2099元

/

/

/

C10 Pro-2599元

资料来源：观研天下整理

6、全球化战略出海寻找新增长

随着国产运动品牌供应链、新技术逐渐赋能全球化，其开始布局海外市场，以此来提高市场竞争力，为此进行多方面的变革。

以东南亚为例，目前，东南亚地区运动行业龙头仍多为国际一线企业，如阿迪达斯、耐克、彪马等，2022年安踏在越南的市场率为3%。2022年，新加坡/越南/马来西亚的运动市场CR5（公司口径）分别为50.2%、32.3%、45.8%，与中国同期数据的85%相比，市场集中度低，且东南亚地区TOP3-5企业市占率较低，国货品牌发力下仍有较大空间，拓展增量市场。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

目前，国内部分品牌为了更好拓展海外市场，进行多方面变革。例如，李宁收购欧洲户外高端品牌Hagl ö fs火柴棍；安踏正通过四大核心中台资源——持续创新、数字化、供应链以及物流，实现了各部门间的协同作业与资源共享，还借助战略管理、财务风控、人力资源和IT系统等管控与服务职能，通过不断优化管理机制与标准，为前端多品牌运营提供了强大的支持，实现高效赋能。

7、运动鞋服品牌在产品持续升级过程中，加强对于下沉市场渗透

此外，随着低线城市消费快速崛起趋势明确，各大运动鞋服品牌商均加大对于低线城市的渗透力度，如李宁或通过和经销商以及分销商的合作扩大低线城市门店数量提升市场份额，安踏针对低线城市打造新店型提升销售效率。同时，品牌也在陆续推出更低价位与更具有性价比的产品满足下沉市场需求。

2024年我国运动鞋服品牌产品以及渠道布局思路

品牌名称

产品以及渠道布局思路

安踏体育

渠道端：安踏针对不同商圈和市场层级，打造差异化店型提升销售效率。产品端：一方面向下扩充价格带覆盖下沉市场需求，另一方面通过提升专业性向上提供高端产品，大众定位+品牌向上兼具。

李宁

渠道端：高线城市布局日趋完备，2024年加快高线城市门店盈利能力提升；下沉市场或通过和经销商以及分销商的合作扩大低线城市门店数量提升市场份额。产品端：坚持专业运动定位，不断提升产品性能，同时向下拓展价格带，满足下沉市场需求。

特步国际

渠道端：继续推动主力地区门店结构优化，新开优质9代店。产品端：尖端160X系列持续迭代展示品牌肌肉，同时针对性的增加低价位产品供给。

361度

渠道端：门店数量稳步拓展+优化，进驻优质商圈，扩大门店面积，提升门店形象。产品端：持续升级专业产品以品牌影响力，同时坚守大众定位，巩固品牌优势。

资料来源：观研天下整理

8、总结

综上所述，虽然我国运动鞋服行业面临着“国潮”过气、库存承压等挑战，但是各大品牌均不断积极寻找突破口，产品出海、下沉市场成为新增量点。（WYD）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国运动鞋服行业现状深度研究与投资前景预测报告（2024-2031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年中国运动鞋服行业发展概述

第一节 运动鞋服行业发展情况概述

- 一、运动鞋服行业相关定义
- 二、运动鞋服特点分析
- 三、运动鞋服行业基本情况介绍
- 四、运动鞋服行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、运动鞋服行业需求主体分析

第二节 中国运动鞋服行业生命周期分析

- 一、运动鞋服行业生命周期理论概述
- 二、运动鞋服行业所属的生命周期分析

第三节 运动鞋服行业经济指标分析

- 一、运动鞋服行业的赢利性分析
- 二、运动鞋服行业的经济周期分析
- 三、运动鞋服行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球运动鞋服行业市场发展现状分析

第一节 全球运动鞋服行业发展历程回顾

第二节 全球运动鞋服行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲运动鞋服行业地区市场分析

- 一、亚洲运动鞋服行业市场现状分析
- 二、亚洲运动鞋服行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲运动鞋服行业市场前景分析

第四节 北美运动鞋服行业地区市场分析

- 一、北美运动鞋服行业市场现状分析
- 二、北美运动鞋服行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美运动鞋服行业市场前景分析

第五节 欧洲运动鞋服行业地区市场分析

- 一、欧洲运动鞋服行业市场现状分析
- 二、欧洲运动鞋服行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲运动鞋服行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界运动鞋服行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球运动鞋服行业市场规模预测

第三章 中国运动鞋服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服行业的影响分析

第三节中国运动鞋服行业政策环境分析

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服行业的影响分析

第五节中国运动鞋服行业产业社会环境分析

第四章 中国运动鞋服行业运行情况

第一节中国运动鞋服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

第二节中国运动鞋服行业市场规模分析

一、影响中国运动鞋服行业市场规模的因素

二、中国运动鞋服行业市场规模

三、中国运动鞋服行业市场规模解析

第三节中国运动鞋服行业供应情况分析

一、中国运动鞋服行业供应规模

二、中国运动鞋服行业供应特点

第四节中国运动鞋服行业需求情况分析

一、中国运动鞋服行业需求规模

二、中国运动鞋服行业需求特点

第五节中国运动鞋服行业供需平衡分析

第五章 中国运动鞋服行业产业链和细分市场分析

第一节中国运动鞋服行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、运动鞋服行业产业链图解

第二节中国运动鞋服行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对运动鞋服行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对运动鞋服行业的影响分析

第三节我国运动鞋服行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国运动鞋服行业市场竞争分析

第一节中国运动鞋服行业竞争现状分析

一、中国运动鞋服行业竞争格局分析

二、中国运动鞋服行业主要品牌分析

第二节中国运动鞋服行业集中度分析

一、中国运动鞋服行业市场集中度影响因素分析

二、中国运动鞋服行业市场集中度分析

第三节中国运动鞋服行业竞争特征分析

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年中国运动鞋服行业模型分析

第一节中国运动鞋服行业竞争结构分析（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

第二节中国运动鞋服行业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、中国运动鞋服行业SWOT分析结论

第三节中国运动鞋服行业竞争环境分析（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年中国运动鞋服行业需求特点与动态分析

第一节中国运动鞋服行业市场动态情况

第二节中国运动鞋服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

第三节运动鞋服行业成本结构分析

第四节运动鞋服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

第五节中国运动鞋服行业价格现状分析

第六节中国运动鞋服行业平均价格走势预测

- 一、中国运动鞋服行业平均价格趋势分析
- 二、中国运动鞋服行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国运动鞋服行业所属行业运行数据监测

第一节中国运动鞋服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

第二节中国运动鞋服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

第三节中国运动鞋服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年中国运动鞋服行业区域市场现状分析

第一节 中国运动鞋服行业区域市场规模分析

- 一、影响运动鞋服行业区域市场分布的因素
- 二、中国运动鞋服行业区域市场分布

第二节 中国华东地区运动鞋服行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区运动鞋服行业市场分析
 - (1) 华东地区运动鞋服行业市场规模
 - (2) 华南地区运动鞋服行业市场现状
 - (3) 华东地区运动鞋服行业市场规模预测

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、华中地区运动鞋服行业市场分析
 - (1) 华中地区运动鞋服行业市场规模
 - (2) 华中地区运动鞋服行业市场现状
 - (3) 华中地区运动鞋服行业市场规模预测

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、华南地区运动鞋服行业市场分析
 - (1) 华南地区运动鞋服行业市场规模
 - (2) 华南地区运动鞋服行业市场现状
 - (3) 华南地区运动鞋服行业市场规模预测

第五节 华北地区运动鞋服行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区运动鞋服行业市场分析
 - (1) 华北地区运动鞋服行业市场规模

(2) 华北地区运动鞋服行业市场现状

(3) 华北地区运动鞋服行业市场规模预测

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、东北地区运动鞋服行业市场分析

(1) 东北地区运动鞋服行业市场规模

(2) 东北地区运动鞋服行业市场现状

(3) 东北地区运动鞋服行业市场规模预测

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、西南地区运动鞋服行业市场分析

(1) 西南地区运动鞋服行业市场规模

(2) 西南地区运动鞋服行业市场现状

(3) 西南地区运动鞋服行业市场规模预测

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、西北地区运动鞋服行业市场分析

(1) 西北地区运动鞋服行业市场规模

(2) 西北地区运动鞋服行业市场现状

(3) 西北地区运动鞋服行业市场规模预测

第十一章 运动鞋服行业企业分析（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 2024-2031年中国运动鞋服行业发展前景分析与预测

第一节中国运动鞋服行业未来发展前景分析

- 一、运动鞋服行业国内投资环境分析
- 二、中国运动鞋服行业市场机会分析
- 三、中国运动鞋服行业投资增速预测

第二节中国运动鞋服行业未来发展趋势预测

第三节中国运动鞋服行业规模发展预测

- 一、中国运动鞋服行业市场规模预测
- 二、中国运动鞋服行业市场规模增速预测
- 三、中国运动鞋服行业产值规模预测
- 四、中国运动鞋服行业产值增速预测
- 五、中国运动鞋服行业供需情况预测

第四节中国运动鞋服行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国运动鞋服行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国运动鞋服行业进入壁垒分析

- 一、运动鞋服行业资金壁垒分析
- 二、运动鞋服行业技术壁垒分析
- 三、运动鞋服行业人才壁垒分析
- 四、运动鞋服行业品牌壁垒分析
- 五、运动鞋服行业其他壁垒分析

第二节运动鞋服行业风险分析

- 一、运动鞋服行业宏观环境风险
- 二、运动鞋服行业技术风险

三、运动鞋服行业竞争风险

四、运动鞋服行业其他风险

第三节中国运动鞋服行业存在的问题

第四节中国运动鞋服行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国运动鞋服行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国运动鞋服行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国运动鞋服行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节运动鞋服行业营销策略分析

一、运动鞋服行业产品策略

二、运动鞋服行业定价策略

三、运动鞋服行业渠道策略

四、运动鞋服行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/703203.html>