

2021-2027年中国运动鞋产业发展现状与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国运动鞋产业发展现状与前景趋势报告》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.cction.com/report/202109/240222.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2019年我国运动鞋需求数量为9.39亿双，2019年我国运动鞋需求数量增长至9.96亿双。2016-2018年我国运动鞋需求量走势 中企顾问网发布的《2021-2027年中国运动鞋产业发展现状与前景趋势报告》共十章。首先介绍了中国运动鞋行业市场发展环境、运动鞋整体运行态势等，接着分析了中国运动鞋行业市场运行的现状，然后介绍了运动鞋市场竞争格局。随后，报告对运动鞋做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国运动鞋行业发展趋势与投资预测。您若想对运动鞋产业有个系统的了解或者想投资中国运动鞋行业，本报告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 运动鞋行业发展环境分析

第一节 国内经济和社会环境分析

一、近年来我国国民经济发展概况

二、城市化和人民生活水平

第二节 国际环境分析

一、国际运动鞋行业发展成熟度分析2016-2018年全球运动鞋市场规模增长率走势

二、国际运动鞋行业发展趋势

三、主要国家运动鞋市场现状

四、国际运动鞋主要品牌及其特征分析

五、我国运动鞋行业面临“反倾销”调查

第三节 主要上下游相关行业发展概况

一、皮革行业发展概况

二、橡胶行业发展概况

三、纺织印染行业发展概况

第二章2013-2019年运动鞋所属行业结构分析

第一节 运动鞋行业基本特征

一、运动鞋行业主要细分产品

二、运动鞋行业产业链分析

三、运动鞋设计具有特殊性

第二节 运动鞋行业竞争格局

一、运动鞋行业主要企业和主要品牌

二、运动鞋市场集中度分析

第三节 运动鞋行业的“波特五力模型”分析

一、现有企业间的竞争

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

第三章2013-2019年中国运动鞋所属行业生产状况分析

第一节 2013-2019年运动鞋产量增长情况

第二节 运动鞋行业产能分析

一、主要生产企业及其产能

二、运动鞋行业产能扩张趋势

三、重点省区产能分析

第三节 运动鞋行业成本结构分析

一、原材料成本

二、研发和设计成本

三、知识产权使用许可费

四、劳动力成本

五、其它成本

第四节 运动鞋行业生产中存在的主要问题

第四章2013-2019年中国运动鞋所属市场供需状况分析

第一节 运动鞋消费需求特征分析

一、城镇和农村消费者需求特征

二、不同收入层次家庭需求特征

三、运动鞋和运动鞋等细分产品的需求特征

四、运动鞋消费的决策过程分析

第二节 2013-2019年运动鞋行业供需状况

- 一、2013-2019年运动鞋供给状况
- 二、2013-2019年运动鞋需求状况
- 三、2013-2019年运动鞋供需缺口分析
- 四、2021-2027年我国运动鞋供需缺口变化趋势预测

第三节 2013-2019年中国运动鞋消费量分析

- 一、2013-2019年我国运动鞋消费量
- 二、2013-2019年运动鞋各细分产品消费量
- 三、2021-2027年我国运动鞋消费量预测

第四节 影响运动鞋行业供需关系的主要因素

第五章2013-2019年主要区域市场分析

第一节 华北地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

第二节 东北地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

第三节 华东地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

第四节 华中地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

第五节 华南地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

第六节 西南地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

第七节 华南地区

- 一、市场容量和市场前景
- 二、市场成熟度和竞争状况
- 三、消费者偏好分析

第六章 2013-2019年运动鞋行业市场营销分析

第一节 主要营销模式分析

- 一、直营模式
- 二、代理经销商模式
- 三、大型综合连锁卖场模式
- 四、网络营销

第二节 营销策略分析

- 一、从生产导向转向市场导向
- 二、从产品竞争转向多要素全方位竞争
- 三、从产品营销到品牌营销和文化营销
- 四、从单一的产品结构到以鞋、服装、配件的产品系列化

第三节 运动鞋企业营销模式建议

- 一、运动鞋企业的国内营销模式建议
 - (一) 运动鞋企业的渠道建设
 - (二) 运动鞋企业的品牌建设
- 二、运动鞋企业海外营销模式建议
 - (一) 运动鞋企业的海外细分市场选择
 - (二) 运动鞋企业的海外经销商选择

第七章 2013-2019年运动鞋所属行业进出口分析

第一节 运动鞋进出口现状

- 一、进口规模及产品结构
- 二、出口规模、产品结构及主要市场

第二节 我国运动鞋面临的“反倾销”问题及应对措施

一、我国运动鞋行业遭受“反倾销”调查的主要案例

二、应对反倾销调查的措施

第三节 2021-2027年中国运动鞋进出口发展趋势分析

第八章 2021-2027年中国运动鞋行业市场预测分析

第一节 2021-2027年中国运动鞋季节特征分析

第二节 2021-2027年中国运动鞋产品趋势分析

第三节 2021-2027年中国运动鞋价格走势

第四节 2021-2027年中国运动鞋竞争格局分析

一、技术派别

二、品牌结构

第九章 运动鞋行业主要品牌企业分析

第一节 耐克Nike运动鞋（世界品牌，开始于1972年美国）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第二节 阿迪达斯Adidas运动鞋

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第三节 匡威Converse运动鞋

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业布局与分支机构

四、品牌市场份额

五、品牌竞争策略

第四节 锐步Reebok运动鞋

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业布局与分支机构
- 四、品牌市场份额
- 五、品牌竞争策略

第五节 李宁Lining运动鞋

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业布局与分支机构
- 四、品牌市场份额
- 五、品牌竞争策略

第六节 匹克运动鞋

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业布局与分支机构
- 四、品牌市场份额
- 五、品牌竞争策略

第七节 361度运动鞋

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业布局与分支机构
- 四、品牌市场份额
- 五、品牌竞争策略

第八节 安踏Anta运动鞋

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业布局与分支机构
- 四、品牌市场份额
- 五、品牌竞争策略

第九节 乔丹Jordan运动鞋

- 一、企业概况

- 二、企业经营状况
- 三、企业布局与分支机构
- 四、品牌市场份额
- 五、品牌竞争策略

第十节 特步XTEP运动鞋

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业布局与分支机构
- 四、品牌市场份额
- 五、品牌竞争策略

第十章 2021-2027年运动鞋行业投资价值与投资策略分析

第一节 运动鞋行业投资价值分析

- 一、运动鞋行业发展前景分析
- 二、运动鞋行业盈利能力预测
- 三、投资机会分析
- 四、投资价值综合分析

第二节 运动鞋行业投资风险分析

- 一、市场风险
- 二、竞争风险
- 三、原材料价格波动的风险
- 四、经营风险
- 五、政策风险

第三节 运动鞋行业投资策略分析

- 一、市场定位
- 二、重点区域

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/240222.html>