

2019-2025年中国运动鞋市场专项调查及发展趋势 分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国运动鞋市场专项调查及发展趋势分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201904/734162.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

2018年一季度安踏、特步和李宁的销量均达到200万件以上，安踏的销售最大，达到255万件，特步为233万件，李宁的数量为215万件。这三大品牌中，特步的线上转化率最高，达到4.30%，安踏次之，为3.30%，李宁的转化率为2.70%。

阿迪达斯、耐克、鸿星尔克和361四大品牌的销量超过100万件，其中鸿星尔克的转化率最高，达到3.90%。匡威、NEWBALANCE、斯凯奇的销售件数分别为51万件、47万件和40万件，转化率分别为1.60%、1.30%和1.80%。

2018年第一季度运动鞋TOP10品牌销售件数及转化率对比（万件）

智研咨询发布的《2019-2025年中国运动鞋市场专项调查及发展趋势分析报告》共十五章。首先介绍了运动鞋相关概念及发展环境，接着分析了中国运动鞋规模及消费需求，然后对中国运动鞋市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国运动鞋面临的机遇及发展前景。您若想对中国运动鞋有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分行业发展环境

第一章运动鞋行业概述

第一节运动鞋行业定义

第二节运动鞋行业发展历程

第三节运动鞋行业分类情况

第四节运动鞋产业链分析

第二章2016-2018年中国运动鞋行业发展环境分析

第一节宏观经济

一、工业形势

二、固定资产投资

第二节2016-2018年中国运动鞋行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节2016-2018年中国运动鞋行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第二部分行业运行分析

第三章2016-2018年中国运动鞋所属行业总体发展状况

第一节中国运动鞋所属行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

五、行业敏感性分析

第二节中国运动鞋所属行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

2018年第一季度运动鞋TOP10品牌销售额及同比增长情况（万元）

三、行业产销情况分析

第三节中国运动鞋所属行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第四章中国运动鞋市场供需分析

第一节运动鞋市场现状分析及预测

一、2016-2018年我国运动鞋行业总产值分析

二、2019-2025年我国运动鞋行业总产值预测

第二节运动鞋产品产量分析及预测

一、2016-2018年我国运动鞋产量分析

二、2019-2025年我国运动鞋产量预测

第三节运动鞋市场需求分析及预测

一、2016-2018年我国运动鞋市场需求分析

二、2019-2025年我国运动鞋市场需求预测

第四节运动鞋进出口数据分析

一、我国运动鞋进出口数据分析

1、进口分析

2、出口分析

二、2019-2025年国内运动鞋产品进出口情况预测

1、进口预测

2、出口预测

第三部分市场发展形势

第五章运动鞋行业发展现状分析

第一节全球运动鞋行业发展分析

一、全球运动鞋行业发展历程

二、全球运动鞋行业发展现状

三、全球运动鞋行业发展预测

第二节中国运动鞋行业发展分析

一、2016-2018年中国运动鞋行业发展态势分析

二、2016-2018年中国运动鞋行业发展特点分析

三、2016-2018年中国运动鞋行业市场供需分析

第三节中国运动鞋产业特征与行业重要性

第四节运动鞋行业特性分析

第六章中国运动鞋市场规模分析

第一节2018年中国运动鞋市场规模分析

第二节2018年中国运动鞋区域市场规模分析

一、2018年东北地区市场规模分析

二、2018年华北地区市场规模分析

三、2018年华东地区市场规模分析

四、2018年中南地区市场规模分析

五、2018年西北地区市场规模分析

六、2018年西南地区市场规模分析

第三节2019-2025年中国运动鞋市场规模预测

第七章运动鞋国内产品价格走势及影响因素分析

第一节国内产品2016-2018年价格回顾

第二节国内产品当前市场价格及评述

第三节国内产品价格影响因素分析

第四节2019-2025年国内产品未来价格走势预测

第八章运动鞋及其主要上下游产品

第一节运动鞋上下游分析

一、与上下游行业之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节运动鞋行业产业链分析

- 一、上游行业影响及风险分析
- 二、下游行业风险分析及提示
- 三、关联行业风险分析及提示
- 第四部分行业竞争策略
- 第九章运动鞋产品竞争力优势分析
- 第一节整体产品竞争力评价
- 第二节产品竞争力评价结果分析
- 第三节竞争优势评价及构建建议
- 第十章运动鞋行业市场竞争策略分析
- 第一节行业竞争结构分析
- 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
- 第二节行业国际竞争力比较
- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、相关和支持性产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 第三节运动鞋企业竞争策略分析
- 一、提高运动鞋企业核心竞争力的对策
- 二、影响运动鞋企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高运动鞋企业竞争力的策略
- 第十一章运动鞋行业重点企业竞争分析
- 第一节李宁有限公司
- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、企业主要财务数据分析
- 第二节鸿星尔克
- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、企业主要财务数据分析

第三节安踏（中国）有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、企业主要财务数据分析

第四节三六一度国际有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、企业主要财务数据分析

第五节福建泉州匹克（集团）公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、企业主要财务数据分析

第六节特步（中国）有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、企业主要财务数据分析

第五部分行业前景预测

第十二章运动鞋行业投资与发展前景分析

第一节运动鞋行业投资机会分析

- 一、运动鞋投资项目分析
- 二、可以投资的运动鞋模式
- 三、2018年运动鞋投资机会
- 四、2018年运动鞋投资新方向

第二节2019-2025年中国运动鞋行业发展预测分析

- 一、未来运动鞋发展分析
- 二、未来运动鞋行业技术开发方向
- 三、总体行业“十三五”整体规划及预测

第三节未来市场发展趋势

- 一、产业集中度趋势分析
- 二、十三五行业发展趋势

第十三章运动鞋产业用户度分析

第一节运动鞋产业用户认知程度

第二节运动鞋产业用户关注因素

- 一、功能
- 二、质量
- 三、价格
- 四、外观
- 五、服务

第六部分行业投资策略

第十四章2019-2025年运动鞋行业发展趋势及投资风险分析

第一节当前运动鞋存在的问题

第二节运动鞋未来发展预测分析

- 一、中国运动鞋发展方向分析
- 二、2019-2025年中国运动鞋行业发展规模预测
- 三、2019-2025年中国运动鞋行业发展趋势预测

第三节2019-2025年中国运动鞋行业投资风险分析

- 一、出口风险分析
- 二、市场风险分析
- 三、管理风险分析
- 四、产品投资风险
- 五、项目投资建议
 - 1、技术应用注意事项
 - 2、项目投资注意事项
 - 3、生产开发注意事项
 - 4、销售注意事项

第十五章观点与结论（ZYYF）

第一节运动鞋行业营销策略分析及建议

- 一、运动鞋行业营销模式
- 二、运动鞋行业营销策略

第二节运动鞋行业企业经营发展分析及建议

- 一、运动鞋行业经营模式
- 二、运动鞋行业生产模式

第三节行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第四节市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、重点客户战略管理
- 四、重点客户管理功能

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201904/734162.html>