

2024年中国运动鞋市场调查分析与 发展前景研究报告

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2024年中国运动鞋市场调查分析与发展前景研究报告

报告编号： 1A31116 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8200 元 纸质+电子版：8500 元

优惠价格： 电子版：7360 元 纸质+电子版：7660 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/6/11/YunDongXieShiChangDiaoYanBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

运动鞋是体育用品中的重要品类，近年来受益于全民健身热潮和时尚运动文化的兴起，市场需求持续旺盛。品牌竞争激烈，科技与设计创新成为行业发展的关键驱动力。中国、美国和欧洲是主要的消费市场，消费者对运动鞋的舒适性、性能和潮流设计有着越来越高的要求。

未来，运动鞋行业将更加注重产品的科技创新和可持续发展，如采用3D打印、智能传感等技术，提升运动表现和穿着体验。同时，环保材料的应用和循环经济模式的推广，如回收利用废旧鞋材，将减少行业对环境的影响。此外，跨界合作和IP联名将成为品牌吸引年轻消费者的新策略，增加产品的故事性和文化内涵。

近年来，随着人民生活水平的快速提高，人们文化娱乐生活更趋多样化。特别是2008年北京奥运会的成功举办和全民健身计划的实施，使运动健身成为健康娱乐生活的主流。伴随着全民健身热潮而来的，是人们对运动休闲服饰用品需求爆发性的增长。世界金融危机、欧债危机发生后，一直在中国占领先地位，主打高端路线的洋品牌NIKE、Adidas的发展受到了影响，产品销量出现停滞甚至下滑的情况。与此同时，以李宁、安踏、匹克、特步等为代表的国产运动鞋品牌趁机发力，加大了生产、研发、营销的力度，企业整体实力强势上升，让中国运动服饰产业逐渐在世界上确立了地位。在2008年以前，运动鞋行业处于爆发增长期，市场增速高达30%以上；2012年由于经济形势不景气，以及前期过度扩张，运动鞋企业产品大量积压。市场正在呼唤一款结合时尚个性、运动保护以及保健功效的新产品来引领整体产业的革命，同时开创出市值上千亿的全新品类市场。2011年中国成为全球最大的鞋类消费市场，市场总交易额估计从2009年的70亿一路飙升到300亿美元。国内品牌李宁、安踏店铺数都已超过7000家，一线城市基本处于饱和状态，国外运动鞋品牌积极布局二三线城市，与传统的国内品牌占主导地位的二三线市场展开了激烈的争夺。线上销量增加，定制出现并且有形成后期主导模式的趋势。

运动鞋的文化内涵主要包括：本地文化、多元化文化、民族文化和个性化文化。过去运动鞋的文化是跟在NINK、ADIDAS等个性品牌之后，现在企业则要根据消费市场所在地的文化、个性追逐者、不同

民族等设计、生产运动鞋。另外企业还要关注新兴的体育文化，提高经济体育运动的观赏性，体现运动员的个性特点。运动鞋在造型上更加趋于美观化、个性化和风格化。运动鞋的设计与生产不断与时俱进，生产技术水平要不断提高，生产设备要不断更新，经营理念要不断完善。运用现代科技成果改造运动鞋行业，提升运动鞋本身品质与根据客户要求定制，也是今后产业的发展方向。运动鞋产业向科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、人力资源优势得到充分发挥的方向发展，使运动鞋这个传统产业逐步向现代化产业方向转变。从2013年上半年几个体育用品公司的中期业绩报告看，由于经济持续放缓，消费者信心下滑，新兴零售渠道分流消费群体等诸多因素影响，行业依然没有摆脱低迷，尤其是运动鞋品牌，“去库存”和“关店潮”依然是主旋律，要全面复苏还要经过一段的行业调整期。预计201-2017年运动鞋行业仍然会处于小幅上涨的趋势。

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 2019-2024年中国运动鞋行业发展环境分析

第一节 2019-2024年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2019-2024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 2019-2024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 2019-2024年中国运动鞋行业总体发展状况

第一节 中国运动鞋行业规模情况分析

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

第二节 中国运动鞋行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国运动鞋行业财务能力分析

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、2019-2024年我国运动鞋行业总产值分析

二、2024-2030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、2019-2024年我国运动鞋产量分析

二、2024-2030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、2019-2024年我国运动鞋市场需求分析

二、2024-2030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、2024-2030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、2019-2024年中国运动鞋行业发展态势分析

二、2019-2024年中国运动鞋行业发展特点分析

三、2019-2024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 2024年中国运动鞋市场规模分析

第二节 2024年中国运动鞋区域市场规模分析

- 一、2024年东北地区市场规模分析
- 二、2024年华北地区市场规模分析
- 三、2024年华东地区市场规模分析
- 四、2024年华中地区市场规模分析
- 五、2024年华南地区市场规模分析
- 六、2024年西部地区市场规模分析

第三节 2024-2030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2019-2024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 2024-2030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

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、产品竞争力评价结果分析
- 三、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

第二节 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 企业一

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2019-2024年经营状况分析

五、2019-2024年主要经营数据指标

六、2024-2030年公司发展战略分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2019-2024年经营状况分析

五、2019-2024年主要经营数据指标

六、2024-2030年公司发展战略分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2019-2024年经营状况分析

五、2019-2024年主要经营数据指标

六、2024-2030年公司发展战略分析

第四节 企业四

一、企业概况

- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2019-2024年经营状况分析
- 五、2019-2024年主要经营数据指标
- 六、2024-2030年公司发展战略分析

第五节 企业五

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2019-2024年经营状况分析
- 五、2019-2024年主要经营数据指标
- 六、2024-2030年公司发展战略分析

第六节 企业六

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2019-2024年经营状况分析
- 五、2019-2024年主要经营数据指标
- 六、2024-2030年公司发展战略分析

第七节 企业七

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2019-2024年经营状况分析
- 五、2019-2024年主要经营数据指标
- 六、2024-2030年公司发展战略分析

第八节 企业八

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2019-2024年经营状况分析
- 五、2019-2024年主要经营数据指标
- 六、2024-2030年公司发展战略分析

第九节 企业九

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2019-2024年经营状况分析

五、2019-2024年主要经营数据指标

六、2024-2030年公司发展战略分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2019-2024年经营状况分析

五、2019-2024年主要经营数据指标

六、2024-2030年公司发展战略分析

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、2024年运动鞋投资机会

第二节 2024-2030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 2024-2030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、2024-2030年中国运动鞋行业发展规模预测
- 三、2024-2030年中国运动鞋行业发展趋势预测

第三节 2024-2030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

第十五章 专家观点与结论

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 中~智林~ 济研：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

更

略……

订阅“2024年中国运动鞋市场调查分析与发展前景研究报告”，编号：1A31116，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/6/11/YunDongXieShiChangDiaoYanBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！