



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国运动鞋行业投资战略分析及深度研究咨询报告

一、调研说明

《2011-2015年中国运动鞋行业投资战略分析及深度研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/192318.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

→内容简介

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、乔丹体育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；2009年，行业增速降为11%，2010年增速在15%左右，转入行业的稳定发展时期。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，其他品牌也将大规模扩张中。

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。运动鞋一线市场主要由耐克、阿迪主导，李宁及安踏占有部分一线市场份额和大部分二市场份额，作为中国头号体育用品品牌，安踏和李宁2010年第四季度的订单分别增长了25%和20%。而中国二、三线城市的高增长则有利于特步、361度、飞克等相对较小的体育用品商。但安踏以及二线品牌如特步、361度及匹克营运则会较市场预期强劲。从总体上看，2010年中国的运动鞋市场（包括知名品牌和一般品牌）规模达到690亿元人民币，而预计到2020年知名品牌运动鞋市场规模可能达到2970亿元人民币。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、国家体育总局、中国产业研究院、全国商业信息中心、中国运动鞋企业联合会、等单位公布和提供的大量资料，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且

有独到的见解，为企业了解目前运动鞋市场发展现状，把握市场发展趋势，制定发展战略提供了大量的信息资料和有利的参考依据。本报告重点分析了中国运动鞋市场发展现状及发展特点、运动鞋销售情况、中国运动鞋市场竞争格局、运动鞋市场的发展趋势等。并深入分析了中国运动鞋市场的总体需求规模。报告在结合有关专家、大量的实际调查情况下，对我国目前运动鞋的投资热点问题以及运动鞋未来发展趋势做出了建设性的预测。另外，对运动鞋企业市场策略总结的基础上提出新的举措，为新的市场竞争提供了战略方面的指导。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业现状分析

第一章 运动鞋行业发展概述 1

第一节 运动鞋行业定义 1

一、运动鞋定义 1

二、运动鞋应用 1

第二节 运动鞋行业发展概况 2

一、全球运动鞋行业发展简述 2

二、运动鞋国内行业现状阐述 6

第三节 运动鞋行业市场现状 9

一、市场概述 9

二、市场规模 10

第四节 运动鞋产品发展历程 12

一、国外运动鞋发展历程 12

二、中国运动鞋发展历程 16

第五节 运动鞋产品发展所处的阶段 17

一、我国鞋企经营情况 17

二、鞋企转型探讨 18

三、转型注意事项 20

第六节 运动鞋行业产业链分析 22

一、晋江运动鞋的产业链情况 22

| | |
|---------------------------|----|
| 二、运动鞋产业链生态 | 24 |
| 三、产业链的发展趋势 | 25 |
| 第七节 运动鞋行业国内与国外情况分析 | 25 |
| 一、国内外体育品牌表现迥异 | 26 |
| 二、国内品牌发展情况 | 27 |
| 三、行业整合阶段已到来 | 28 |
| | |
| 第二章 2010-2011年中国运动鞋行业环境分析 | 29 |
| 第一节 我国经济发展环境分析 | 29 |
| 一、GDP分析 | 29 |
| 二、固定资产投资分析 | 31 |
| 三、进出口贸易分析 | 36 |
| 四、2012年我国宏观经济发展预测 | 38 |
| 第二节 行业相关政策、法规、标准 | 40 |
| 一、中国相关环保规定 | 40 |
| 二、国外相关环保规定 | 41 |
| | |
| 第三章 运动鞋行业上下游及环境分析 | 43 |
| 第一节 运动鞋行业经济环境影响分析 | 43 |
| 一、国民经济影响情况 | 43 |
| 二、国内投资运动鞋情况 | 44 |
| 三、行业政策影响分析 | 45 |
| 第二节 运动鞋产业上下游影响分析 | 48 |
| 一、运动鞋行业上游影响分析 | 48 |
| 二、运动鞋行业下游影响分析 | 50 |
| 第三节 运动鞋行业的技术影响分析 | 52 |
| 一、运动鞋行业技术现状分析 | 52 |
| 二、运动鞋行业技术发展趋势 | 53 |
| | |
| 第四章 产业政策及贸易预警 | 57 |
| 第一节 国内外产业政策分析 | 57 |
| 一、中国相关产业政策 | 57 |

| | |
|----------------------|----|
| 二、国外相关产业政策 | 59 |
| 第二节 国内外环保规定 | 60 |
| 一、中国相关环保规定 | 60 |
| 二、国外相关环保规定 | 61 |
| 第三节 贸易预警 | 63 |
| 一、可能涉及的倾销及反倾销 | 63 |
| 二、可能遭遇的贸易壁垒及技术壁垒 | 66 |
| 第四节 近期人民币汇率变化的影响 | 68 |
| 一、汇率的作用分析 | 68 |
| 二、人民币升值的有利作用 | 70 |
| 三、人民币升不利的影晌 | 72 |
| 第五节 我国与主要市场贸易关系稳定性分析 | 73 |
| 一、我国与美国的贸易关系分析 | 73 |
| 二、我国与欧盟经贸关系分析 | 77 |
| 三、我国与东盟的贸易关系分析 | 80 |

第二部分 市场发展分析

第五章 儿童运动鞋与登山鞋市场情况 83

第一节 我国儿童运动鞋市场现状 83

- 一、发展空间情况 83
- 二、企业产品分析 84
- 三、研发情况分析 86
- 四、市场竞争情况分析 87

第二节 儿童运动鞋发展趋势分析 89

- 一、产品的发展趋势 89
- 二、市场趋势分析 91
- 三、企业发展趋势 93

第三节 登山鞋市场情况与发展趋势分析 95

- 一、登山鞋市场情况分析 95
- 二、市场发展趋势分析 99

第六章 2010-2011年运动鞋产业运行分析 101

| | |
|--------------------------------|-----|
| 第一节 2010-2011年运动鞋市场发展分析 | 101 |
| 一、国内运动鞋生产综述 | 101 |
| 二、运动鞋市场发展的特点 | 101 |
| 三、运动鞋市场景气向好 | 104 |
| 第二节 2010-2011年运动鞋市场分析 | 105 |
| 一、国外企业运动鞋料发展的特点 | 105 |
| 二、运动鞋专用料供需分析 | 108 |
| 三、运动鞋专用料市场发展综述 | 108 |
| 第三节 2010-2011年运动鞋市场发展中存在的问题及策略 | 111 |
| 一、运动鞋市场发展面临的挑战及对策 | 111 |
| 二、提高运动鞋整体竞争力的建议 | 114 |
| 三、加快运动鞋发展的措施 | 117 |

第七章 运动鞋行业国内市场深度分析 119

第一节 运动鞋行业市场现状分析及预测 119

- 一、2010年运动鞋市场情况 119
- 二、运动鞋主体消费人群分析 119
- 三、2011年中国运动鞋市场情况及趋势 122

第二节 2011-2015年产品产量分析及预测 125

- 一、发展速度情况 125
- 二、竞争情况 126
- 三、企业发展方向 128

第三节 2011-2015年市场增长分析及预测 129

- 一、阿迪达斯市场增长情况及预测 129
- 二、耐克市场情况及预测 131
- 三、国内品牌市场发展预测 131

第四节 产品消费领域与消费结构分析 132

- 一、青少年运动鞋消费特点 132
- 二、青少年运动鞋消费与品牌情况 134
- 三、消费者心理特征情况 137

第八章 运动鞋或相关行业产量及进出口分析 139

第一节 胶鞋类产量统计分析 139

一、2009年1-12月胶鞋类产量情况 139

二、2010年1-12月胶鞋类产量情况 142

第二节 运动鞋行业进出口分析 144

一、进出口总量对比分析 144

二、进出口金额对比分析 145

第三节 鞋靴行业出口分析 146

一、出口总量分析 146

二、出口金额分析 147

第四节 鞋靴进口分析 148

一、进口总量分析 148

二、进口金额分析 149

第三部分 行业竞争分析

第九章 运动鞋行业经营和竞争分析 151

第一节 行业核心竞争力分析及构建 151

一、消费者体验反应竞争力 151

二、构建核心竞争力情况 152

第二节 经营手段分析 155

一、消费特征分析 155

二、产品分类与定位 159

三、产品策略分析 162

四、渠道和促销 164

第三节 运动鞋技术最新发展趋势分析 166

一、国外同类技术重点研发方向 166

二、国内运动鞋研发技术路径分析 168

三、国内最新研发动向 170

四、技术进步对企业发展影响 171

第十章 2010-2011年运动鞋行业竞争格局分析 173

第一节 运动鞋行业竞争结构分析 173

一、现有企业间竞争 173

| | |
|-----------------------------|-----|
| 二、潜在进入者分析 | 175 |
| 三、替代品威胁分析 | 176 |
| 四、供应商议价能力 | 177 |
| 五、客户议价能力 | 178 |
| 第二节 运动鞋企业国际竞争力比较 | 179 |
| 一、生产要素 | 179 |
| 二、需求条件 | 180 |
| 三、支援与相关产业 | 181 |
| 四、企业战略、结构与竞争状态 | 182 |
| 五、政府的作用 | 184 |
| 第三节 运动鞋行业竞争格局分析 | 185 |
| 一、运动鞋行业集中度分析 | 185 |
| 二、运动鞋行业竞争程度分析 | 186 |
| 第四节 2011-2012年运动鞋行业竞争策略分析 | 189 |
| 一、金融危机对行业竞争格局的影响 | 189 |
| 二、2011-2015年运动鞋行业竞争格局展望 | 190 |
| 三、2011-2015年运动鞋行业竞争策略分析 | 194 |
| | |
| 第十一章 2009-2011年国内外重点企业竞争力分析 | 197 |
| 第一节 耐克 (Nike) | 197 |
| 一、企业简介 | 197 |
| 二、产品介绍 | 197 |
| 三、经营情况 | 199 |
| 四、未来发展趋势 | 200 |
| 第二节 阿迪达斯公司 | 202 |
| 一、企业简介 | 202 |
| 二、产品介绍 | 203 |
| 三、经营情况 | 204 |
| 四、未来发展趋势 | 205 |
| 第三节 李宁公司 | 206 |
| 一、企业简介 | 206 |
| 二、产品介绍 | 208 |

三、经营情况 211

四、未来发展趋势 212

第四节 安踏公司 216

一、企业简介 216

二、产品介绍 219

三、经营情况 221

四、未来发展趋势 224

第五节 乔丹（中国）公司 231

一、企业简介 231

二、经营情况 234

三、未来发展趋势 235

第六节 特步公司 237

一、企业简介 237

二、产品介绍 239

三、经营情况 239

四、未来发展趋势 242

第七节 匹克公司 244

一、企业简介 244

二、经营情况 245

三、未来发展趋势 246

第八节 彪马公司 252

一、企业简介 252

二、经营情况 254

三、未来发展趋势 255

第九节 背靠背公司 257

一、企业简介 257

二、营销模式介绍 258

三、经营情况 262

四、未来发展趋势 263

第十节 361度公司 265

一、企业简介 265

二、经营情况 269

三、未来发展趋势 270

第四部分 投资情况分析

第十二章 运动鞋行业需求与预测分析 273

第一节 运动鞋行业需求分析及预测 273

一、运动鞋行业需求总量及增长速度 273

二、运动鞋行业需求结构分析 275

三、运动鞋行业未来需求预测分析 276

第二节 运动鞋行业需求特点分析 278

一、地区与年龄的需求情况 278

二、青少年运动鞋消费调查 279

第三节 运动鞋行业细分市场情况 285

一、运动鞋行业市场现状情况 285

二、运动鞋行业市场竞争情况 287

第十三章 运动鞋行业投融资分析 289

第一节 运动鞋行业的SWOT分析 289

一、行业及宏观环境分析 289

二、企业内部分析 289

三、晋江运动鞋行业SWOT分析 290

第二节 运动鞋行业国内企业投资状况 291

一、安踏未来投资情况 291

二、李宁未来投资情况 292

第三节 运动鞋行业外资投资状况 293

一、耐克在中国的投资 293

二、阿迪在中国的投资 297

三、彪马在中国的投资情况 302

第四节 运动鞋行业资本并购重组情况 303

一、泉州企业并购重组情况 303

二、阿迪达斯收购锐步案 306

三、李宁收购乐图案 312

四、安踏收购Fila 315

第五节 运动鞋行业融资分析 316

一、李宁融资渣打银行 316

二、安踏上市融资情况 320

三、匹克的融资情况 321

第六节 运动鞋行业投资机会分析 326

一、2011-2015年总体投资机会及投资建议 326

二、2011-2015年区域投资机会及投资建议 328

三、2011-2015年企业投资机会及投资建议 330

第十四章 运动鞋行业投资机会与风险 333

第一节 中国运动鞋产业投资机会分析 333

一、投资机会分析 333

二、可行研究分析 336

第二节 运动鞋行业投资效益分析 338

一、2011年运动鞋行业投资状况分析 338

二、2011年运动鞋行业投资效益分析 342

三、2011年运动鞋行业投资趋势预测 343

四、2011年运动鞋行业的投资方向 345

五、2011年运动鞋行业投资的建议 347

第三节 2011-2015运动鞋行业投资风险及控制策略分析 348

一、2011-2015年运动鞋行业市场风险及控制策略 348

二、2011-2015年运动鞋行业经营风险及控制策略 349

三、2011-2015年运动鞋同业竞争风险及控制策略 356

图表目录

图表：中国体育用品市场销售收益的市场规模 10

图表：城镇固定资产投资完成额-按产业 32

图表：城镇固定资产投资完成额-按隶属关系 33

图表：2011年1-8月固定资产完成额 33

图表：城镇固定资产投资完成额-按建设性质 34

图表：2003-2009年行业固定资产增长情况 97

图表：2003-2009年行业企业数量增长情况 97

图表：2003-2009年行业从业人员数量增长情况 98

图表：2003-2009年行业销售收入增长情况 98

图表：2003-2009年行业利润增长情况 98

图表：登山鞋产量区域情况 99

图表：登山鞋区域需求情况 99

图表：2003-2015年运动鞋材供需能力情况及预测 108

图表：2003-2009年行业企业数量发展状况 108

图表：2003-2009年行业从业人员发展状况 109

图表：2003-2009年行业固定资产发展状况 109

图表：2003-2009年行业销售收入发展状况 110

图表：2003-2009年行业利润总额发展状况 110

图表：行业活力系数分析 111

图表：2008年主要体育用品品牌在中国的市场份额 128

图表：2009年1-12月胶鞋类产量全国合计 139

图表：2009年1-12月胶鞋类产量北京市合计 139

图表：2009年1-12月胶鞋类产量天津市合计 139

图表：2009年1-12月胶鞋类产量河北省合计 139

图表：2009年1-12月胶鞋类产量辽宁省合计 139

图表：2009年1-12月胶鞋类产量上海市合计 139

图表：2009年1-12月胶鞋类产量江苏省合计 140

图表：2009年1-12月胶鞋类产量浙江省合计 140

图表：2009年1-12月胶鞋类产量安徽省合计 140

图表：2009年1-12月胶鞋类产量福建省合计 140

图表：2009年1-12月胶鞋类产量江西省合计 140

图表：2009年1-12月胶鞋类产量山东省合计 140

图表：2009年1-12月胶鞋类产量河南省合计 140

图表：2009年1-12月胶鞋类产量湖北省合计 140

图表：2009年1-12月胶鞋类产量湖南省合计 141

图表：2009年1-12月胶鞋类产量广东省合计 141

图表：2009年1-12月胶鞋类产量重庆市合计 141

图表：2009年1-12月胶鞋类产量四川省合计 141

图表：2009年1-12月胶鞋类产量贵州省合计 141

图表：2009年1-12月胶鞋类产量云南省合计 141

图表：2009年1-12月胶鞋类产量陕西省合计 141

图表：2009年1-12月胶鞋类产量甘肃省合计 141

图表：2010年1-12月胶鞋类产量全国合计 142

图表：2010年1-12月胶鞋类产量北京市合计 142

图表：2010年1-12月胶鞋类产量天津市合计 142

图表：2010年1-12月胶鞋类产量河北省合计 142

图表：2010年1-12月胶鞋类产量辽宁省合计 142

图表：2010年1-12月胶鞋类产量上海市合计 142

图表：2010年1-12月胶鞋类产量江苏省合计 142

图表：2010年1-12月胶鞋类产量浙江省合计 142

图表：2010年1-12月胶鞋类产量安徽省合计 143

图表：2010年1-12月胶鞋类产量福建省合计 143

图表：2010年1-12月胶鞋类产量江西省合计 143

图表：2010年1-12月胶鞋类产量山东省合计 143

图表：2010年1-12月胶鞋类产量河南省合计 143

图表：2010年1-12月胶鞋类产量湖北省合计 143

图表：2010年1-12月胶鞋类产量湖南省合计 143

图表：2010年1-12月胶鞋类产量广东省合计 143

图表：2010年1-12月胶鞋类产量重庆市合计 144

图表：2010年1-12月胶鞋类产量四川省合计 144

图表：2010年1-12月胶鞋类产量贵州省合计 144

图表：2010年1-12月胶鞋类产量云南省合计 144

图表：2010年1-12月胶鞋类产量陕西省合计 144

图表：2008年1-12月我国纺织材料鞋面的鞋靴进出口数量 144

图表：2008年1-12月我国对亚洲纺织材料鞋面的鞋靴进出口数量 144

图表：2008年1-12月我国对非洲纺织材料鞋面的鞋靴进出口数量 145

图表：2008年1-12月我国对欧洲纺织材料鞋面的鞋靴进出口数量 145

图表：2008年1-12月我国对拉丁美洲纺织材料鞋面的鞋靴进出口数量 145

图表：2008年1-12月我国对北美洲纺织材料鞋面的鞋靴进出口数量 145

图表：2008年1-12月我国对北美洲纺织材料鞋面的鞋靴进出口数量 145

图表：2008年1-12月我国纺织材料鞋面的鞋靴进出口金额 145

图表：2008年1-12月我国对亚洲纺织材料鞋面的鞋靴进出口金额 145

图表：2008年1-12月我国对非洲纺织材料鞋面的鞋靴进出口金额 146

图表：2008年1-12月我国对欧洲纺织材料鞋面的鞋靴进出口金额 146

图表：2008年1-12月我国对拉丁美洲纺织材料鞋面的鞋靴进出口金额 146

图表：2008年1-12月我国对北美洲纺织材料鞋面的鞋靴进出口金额 146

图表：2008年1-12月我国对北美洲纺织材料鞋面的鞋靴进出口金额 146

图表：2008年1-12月我国纺织材料鞋面的鞋靴出口数量 146

图表：2008年1-12月我国对亚洲纺织材料鞋面的鞋靴出口数量 147

图表：2008年1-12月我国对非洲纺织材料鞋面的鞋靴出口数量 147

图表：2008年1-12月我国对欧洲纺织材料鞋面的鞋靴出口数量 147

图表：2008年1-12月我国对拉丁美洲纺织材料鞋面的鞋靴出口数量 147

图表：2008年1-12月我国对北美洲纺织材料鞋面的鞋靴出口数量 147

图表：2008年1-12月我国对北美洲纺织材料鞋面的鞋靴出口数量 147

图表：2008年1-12月我国纺织材料鞋面的鞋靴出口金额 147

图表：2008年1-12月我国对亚洲纺织材料鞋面的鞋靴出口金额 148

图表：2008年1-12月我国对非洲纺织材料鞋面的鞋靴出口金额 148

图表：2008年1-12月我国对欧洲纺织材料鞋面的鞋靴出口金额 148

图表：2008年1-12月我国对拉丁美洲纺织材料鞋面的鞋靴出口金额 148

图表：2008年1-12月我国对北美洲纺织材料鞋面的鞋靴出口金额 148

图表：2008年1-12月我国对北美洲纺织材料鞋面的鞋靴出口金额 148

图表：2008年1-12月我国纺织材料鞋面的鞋靴进口数量 148

图表：2008年1-12月我国对亚洲纺织材料鞋面的鞋靴进口数量 149

图表：2008年1-12月我国对非洲纺织材料鞋面的鞋靴进口数量 149

图表：2008年1-12月我国对欧洲纺织材料鞋面的鞋靴进口数量 149

图表：2008年1-12月我国对拉丁美洲纺织材料鞋面的鞋靴进口数量 149

图表：2008年1-12月我国对北美洲纺织材料鞋面的鞋靴进口数量 149

图表：2008年1-12月我国对北美洲纺织材料鞋面的鞋靴进口数量 149

图表：2008年1-12月我国纺织材料鞋面的鞋靴进口金额 149

图表：2008年1-12月我国对亚洲纺织材料鞋面的鞋靴进口金额 149

图表：2008年1-12月我国对非洲纺织材料鞋面的鞋靴进口金额 150

图表：2008年1-12月我国对欧洲纺织材料鞋面的鞋靴进口金额 150

图表：2008年1-12月我国对拉丁美洲纺织材料鞋面的鞋靴进口金额 150

图表：2008年1-12月我国对北美洲纺织材料鞋面的鞋靴进口金额 150
图表：2008年1-12月我国对北美洲纺织材料鞋面的鞋靴进口金额 150
图表：2004年-2008年李宁的经营数据 211
图表：安踏体育用品有限公司在中国的营销网络 218
图表：安踏体育用品有限公司在一、二、三线市场的网络渗透率 219
图表：2004年-2008年安踏的经营数据 221
图表：2006-2010年安踏的财务指标 222
图表：2009-2011年安踏门店情况 223
图表：安踏收益预测情况 224
图表：2004年-2008年特步的经营数据 240
图表：2004年-2008年中国动向的经营数据 263
图表：鞋面情况选择情况 279
图表：对颜色的选择情况 280
图表：对运动鞋的造型选择情况 280
图表：对运动鞋购买时看重什么 281
图表：什么情况下购买运动鞋 281
图表：购买运动鞋的频率情况 282
图表：对品牌的注重度 282
图表：品牌选择情况 283
图表：选择运动鞋价格区间情况 283
图表：运动鞋信息来源情况 284
图表：购买运动鞋的渠道情况 284
图表：影响购买的因素情况 285
图表：2011-2015年中国运动鞋行业市场需求预测 287
图表：2009-2010年中国运动鞋产量统计 287
图表：2011-2015年中国运动鞋产量预测 287

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/192318.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。