



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国高端品牌运动 鞋市场深度分析与投资前景预测 报告

# 一、调研说明

《2013-2018年中国高端品牌运动鞋市场深度分析与投资前景预测报告》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/233032.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](mailto: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

运动鞋是根据人们参加运动或旅游的特点设计制造的。运动鞋的鞋底和普通皮鞋、胶鞋不同，一般都是柔软而富有弹性的，能起一定的缓冲作用。运动时能增强弹性，有的还能防止脚裸受伤，所以，在进行体育运动时，大都要穿运动鞋，如：篮球，跑步等。高端品牌运动鞋主要定位于高端消费市场，随着国内消费者消费水平的不断提升，未来高端品牌运动鞋产业面临良好的发展前景。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国高端品牌运动鞋市场深度分析与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国高端品牌运动鞋行业发展环境，接着分析了中国高端品牌运动鞋行业规模及消费需求，然后对中国高端品牌运动鞋行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国高端品牌运动鞋行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国高端品牌运动鞋行业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：

### 第一章2011-2012年中国高端品牌运动鞋市场运行环境分析

#### 第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析
- 四、国内原材料价格上涨，成本增加

#### 第二节2011-2012年中国高端品牌运动鞋社会环境分析

- 一、奥运地产业推动
- 二、运动休闲类产品颇受大众青睐
- 三、国家新的劳动合同法实施，劳动力成本加大

### 第二章 2011-2012年国际高端品牌运动鞋市场运行环境解析

#### 第一节2011-2012年国际高端品牌运动鞋运行总况

- 一、国际高端品牌运动鞋发展阶段分析

## 二、国际高端品牌运动鞋竞争力分析

### 二、国际市场需求前景

#### 第二节2011-2012年国际高端品牌运动鞋市场霸头分析

##### 一、技术垄断

##### 二、设计理念先进

##### 三、品牌知名度高

##### 四、企业综合竞争力强

#### 第三节2011-2012年国际高端品牌运动鞋市场进入壁垒分析

##### 一、垄断霸头打压

##### 二、反倾销调查

##### 三、专利壁垒

##### 四、绿色壁垒

### 第三章2011-2012年国际高端品牌运动鞋市场发展现状分析

#### 第一节 高端品牌运动鞋行业的定位

##### 一、设计理念

##### 二、制作工艺

##### 三、高科技应用程度

##### 四、品牌感召力

#### 第二节2011-2012年国际高端品牌运动鞋市场现状及基本特点

##### 一、全球高端品牌运动鞋市场现状

##### 二、全球高端品牌运动鞋市场基本特点

#### 第三节2011-2012年高端品牌运动鞋主要国家和地区发展概要

##### 一、设计地区

##### 二、生产地区

##### 三、消费地区

### 第四章2011-2012年中国高端品牌运动鞋市场发展现状分析

#### 第一节2011-2012年中国高端品牌运动鞋市场规模

##### 一、总量规模

##### 二、增长速度

#### 第二节2011-2012年中国高端品牌运动鞋市场结构

## 一、各大品牌市场占有结构

### 1、国内品牌

### 2、国际品牌

## 二、不同种类运动鞋消费状况

## 三、区域市场分析

## 第五章 2011-2012年中国重点运动鞋生产基地分析

### 第一节 泉州运动鞋产业的发展分析

#### 一、泉州鞋业产业集聚情况分析

#### 二、福建运动鞋企业海外上市情况

#### 三、2011-2012年泉州鞋企外贸内销分析

#### 四、泉州运动鞋产业营销策略分析

#### 五、泉州运动鞋企布局高端赛事分析

#### 六、泉州运动鞋产业设计能力分析

### 第二节 晋江运动鞋产业的发展分析

#### 一、晋江制鞋产业应对金融危机分析

#### 二、晋江鞋企准备上市情况分析

#### 三、晋江运动鞋企渠道竞争分析

#### 四、晋江运动鞋品牌加入休闲鞋市场竞争

#### 五、电子商务对晋江制鞋产业发展影响

#### 六、晋江运动鞋产业创新情况分析

#### 七、晋江运动鞋企开拓国内市场分析

## 第六章 2011-2012年中国高端品牌运动鞋市场供给能力分析

### 第一节 2011-2012年中国高端品牌运动鞋产能分析

#### 一、主要企业产能及其产品结构

#### 二、重点省区产能分析

### 第二节 2011-2012年中国高端品牌运动鞋行业成本结构分析

#### 一、原材料成本

##### 1、皮革成本

##### 2、橡胶成本

##### 3、纺织印染成本

- 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、营销成本
- 六、其他成本

## 第七章2011-2012年中国高端品牌运动鞋市场需求态势分析

### 第一节2011-2012年影响高端品牌运动鞋市场需求的因素

- 一、社会文化
- 二、流行趋势
- 三、消费者收入
- 四、商品价格
- 五、商标品牌
- 六、广告及营销策略
- 七、产品特性

### 第二节近年来中国市场高端品牌运动鞋需求概况

- 一、2011-2012年中国高端品牌运动鞋市场需求概况及其增长情况
- 二、消费者群体规模结构分析

### 第三节近年来中国高端品牌运动鞋区域市场需求分析

#### 一、国土区域分析（主要从各区域市场容量、市场前景、消费者偏好进行分析）

- 1、华北地区
- 2、东北地区
- 3、华东地区
- 4、华中地区
- 5、华南地区
- 6、西南地区
- 七、西北地区

#### 二、各线城市分析

- 1、一线城市--北京、上海、天津、广州、深圳
- 2、二线城市--长沙、南昌、石家庄
- 3、前景城市（县级地域）

## 第八章 2011-2012年中国高端品牌运动鞋市场营销分析

### 第一节 2011-2012年中国高端品牌运动鞋营销策略分析

#### 一、营销策略的转变

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

#### 二、关于营销策略的几点建议

- 1、加强渠道建设
- 2、细分市场
- 3、加强品牌建设
- 4、选好经销商

### 第二节 2011-2012年中国高端品牌运动鞋营销模式分析

#### 一、现阶段营销模式

- 1、零售模式
- 2、销售代理模式
- 3、供应链管理

#### 二、未来理想营销模式

- 1、复合营销网络
- 2、品牌经营
- 3、直销或网销
- 4、与零售业结成联盟

## 第九章 2011-2012年中国高端品牌运动鞋行业市场竞争格局分析

### 第一节 2011-2012年中国高端品牌运动鞋市场垄断集中度分析

- 一、高端品牌运动鞋行业主要企业和主要品牌
- 二、运动鞋市场垄断集中度分析
- 三、新进企业优势

### 第二节 2011-2012年高端品牌运动鞋行业的"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

- 1、高端品牌的竞争
- 2、中低端品牌的竞争
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

## 第十章 2011-2012年高端品牌运动鞋行业国外企业案例分析

### 第一节 阿迪达斯 ( ADIDAS ) ---impossible is nothing

- 一、企业基本状况
- 二、近5年经营业绩
- 三、竞争优势
- 四、营销网络
- 五、品牌战略 ( 奥运赞助商 )
- 六、技术研发投入

### 第二节 耐克 ( NIKE ) --- Just do it

- 一、企业基本状况
- 二、近5年经营业绩
- 三、竞争优势
- 四、营销网络
- 五、品牌战略
- 六、技术研发投入

### 第三节 锐步 ( REEBOK ) ---I am what I am

- 一、企业基本状况
- 二、近5年经营业绩
- 三、竞争优势
- 四、营销网络
- 五、品牌战略
- 六、技术研发投入

### 第四节 背靠背 ( KAPPA ) ---He who loves me follows me

- 一、企业基本状况
- 二、近5年经营业绩
- 三、竞争优势
- 四、营销网络



五、品牌战略

六、技术研发投入

## 第十一章 高端品牌运动鞋行业国内企业案例调查分析

### 第一节 李宁--体操王子变为国内运动服饰的旗手

一、企业基本状况

二、近5年经营业绩

三、竞争优势

四、营销网络

五、品牌战略

六、技术研发投入

七、国际化程度

### 第二节 安踏---运动与时尚联姻，香港成功上市

一、企业基本状况

二、近5年经营业绩

三、竞争优势

四、营销网络

五、品牌战略

六、技术研发投入

七、国际化程度

### 第三节 匹克--携手NBA,大步走向国际化

一、企业基本状况

二、近5年经营业绩

三、竞争优势

四、营销网络

五、品牌战略

六、技术研发投入

七、国际化程度

### 第四节 361度---灾难面前,勇敢做自己

一、企业基本状况

二、近5年经营业绩

三、竞争优势

四、营销网络

五、品牌战略

六、技术研发投入

七、国际化程度

第五节 回力---没落的贵族，回天乏力

一、往昔对比 风光不再

二、没落的原因分析

三、回力留给中国运动鞋企业的启示

第十二章 2011-2012年中国高端品牌运动鞋顶尖企业竞争力分析

第一节 耐克（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 阿迪达斯（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 李宁(中国驰名商标)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 安踏（中国驰名商标）

- 一、企业概况
  - 二、企业主要经济指标分析
  - 三、企业盈利能力分析
  - 五、企业偿债能力分析
  - 四、企业运营能力分析
  - 六、企业成长能力分析
- 第五节 特步（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 匹克（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第七节 361度（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八节 略&hellip;&hellip;

第十三章 2013-2018年中国高端运动鞋行业投资价值与投资策略

第一节 2011-2012年中国高端运动鞋投资概况

- 一、高端运动鞋产业投资特性

## 二、高端运动鞋产业投资环境分析

### 第二节 2013-2018年中国高端运动鞋行业投资概况

### 第三节 2013-2018年中国高端运动鞋行业投资机会分析

- 一、投资潜力分析--需求很大、潜在市场巨大
- 二、盈利水平分析--利润较低中端产品更丰厚
- 三、外部环境分析-奥运商机，国家产业政策的扶持
- 四、自有成本优势

### 第四节 2013-2018年中国高端运动鞋投资风险分析

- 一、反倾销政策对制鞋行业的影响
- 二、人民币升值对出口影响渐增
- 三、环保政策对皮革工业的影响
- 四、人才匮乏对制鞋产业的影响
- 五、科技水平滞后的瓶颈
- 六、同质化竞争的影响
- 七、经营理念落后的束缚

### 第五节 中国高端运动鞋行业发展建议及投资策略分析

## 第十四章 2013-2018年中国高端品牌运动鞋发展趋势预测分析

### 第一节 2013-2018年中国鞋业发展趋势

- 一、鞋业发展趋势
- 二、中国鞋业发展前景
- 三、中国鞋业品牌发展动向

### 第二节 2013-2018年中国运动鞋本身发展趋势

- 一、产品环境的友好化和无害化
- 二、运动鞋的时尚化与正装化
- 三、运动鞋的个性化与专业化
- 四、运动鞋的文化内涵
- 五、运动鞋的标准化
- 六、运动鞋的科技含量

### 第三节 2013-2018年中国运动鞋市场发展及流行趋势

- 一、春夏运动鞋流行趋势
- 二、秋冬非竞技类运动鞋流行趋势

#### 第四节 2010&mdash;2015年中国高度运动鞋市场规模预测

图表目录：（部分）

图表：2008-2012年国内生产总值及其增长速度

图表：2012年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2012年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2012年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2008-2012年城镇新增就业人数

图表：2008-2012年年末国家外汇储备及其增长速度

图表：2008-2012年公共财政收入及其增长速度

图表：2008-2012年粮食产量及其增长速度

图表：2012年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008-2012年建筑业增加值及其增长速度

图表：2007-2012年固定资产投资历史变动轨迹

图表：2012年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度：亿元

图表：2012年固定资产投资新增主要生产能力

图表：国际高端品牌运动鞋品牌分布格局

图表：中国高端品牌运动鞋品牌分布格局

图表：不同收入人群高端品牌运动鞋消费量占比表

图表：世界各主要高端产鞋国鞋类产品产量及出口量统计表

图表：中低端运动鞋市场品牌竞争特点

图表：高端品牌运动鞋市场品牌竞争特点

图表：国内运动品牌的渠道链图示

图表：知名运动鞋企业广告语一览表

图表：国内各运动鞋品牌及其代言人

图表：耐克产品销售构成图

图表：NIKE公司产品组合一览表

图表：NIKE品牌形象

图表：NIKE的品牌认同

图表：美国运动鞋产品细分（按年龄分类）

图表：美国运动鞋市场前十大供货商

图表：安踏海内外销售网络分布情况表

图表：安踏专卖店类型

图表：耐克主要经济指标走势图

图表：耐克经营收入走势图

图表：耐克盈利指标走势图

图表：耐克负债情况图

图表：耐克负债指标走势图

图表：耐克运营能力指标走势图

图表：耐克成长能力指标走势图

图表：阿迪达斯主要经济指标走势图

图表：阿迪达斯经营收入走势图

图表：阿迪达斯盈利指标走势图

图表：阿迪达斯负债情况图

图表：阿迪达斯负债指标走势图

图表：阿迪达斯运营能力指标走势图

图表：阿迪达斯成长能力指标走势图

图表：李宁主要经济指标走势图

图表：李宁经营收入走势图

图表：李宁盈利指标走势图

图表：李宁负债情况图

图表：李宁负债指标走势图

图表：李宁运营能力指标走势图

图表：李宁成长能力指标走势图

图表：安踏主要经济指标走势图

图表：安踏经营收入走势图

图表：安踏盈利指标走势图

图表：安踏负债情况图

图表：安踏负债指标走势图

图表：安踏运营能力指标走势图

图表：安踏成长能力指标走势图

图表：特步主要经济指标走势图

图表：特步经营收入走势图

图表：特步盈利指标走势图

图表：特步负债情况图  
图表：特步负债指标走势图  
图表：特步运营能力指标走势图  
图表：特步成长能力指标走势图  
图表：匹克主要经济指标走势图  
图表：匹克经营收入走势图  
图表：匹克盈利指标走势图  
图表：匹克负债情况图  
图表：匹克负债指标走势图  
图表：匹克运营能力指标走势图  
图表：匹克成长能力指标走势图  
图表：361度主要经济指标走势图  
图表：361度经营收入走势图  
图表：361度盈利指标走势图  
图表：361度负债情况图  
图表：361度负债指标走势图  
图表：361度运营能力指标走势图  
图表：361度成长能力指标走势图  
图表：略&hellip;&hellip;  
更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/233032.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。