



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国运动鞋产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国运动鞋产业发展现状及市场监测报告》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/277480.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

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，有的还能防止脚踝受伤，所以，在进行体育运动时，大都要穿运动鞋，如：篮球，跑步等。

从区域集中度来看，中国运动鞋的产业集群主要位于广东、福建、浙江、四川等地。国内规模以上运动鞋生产企业中，浙江、福建、广东三省的数量最多，这三个地区产量之和占全国规模以上运动鞋企业产量的60%以上。其中，福建省的运动鞋企业主要分布在泉州和晋江，广东省主要分布在东莞，浙江省主要分布在温州。

我国运动鞋行业工业总产值逐年增加，且增速均在10%以上。尤其是2014年，工业总产值同比增幅达24.20%，达到1471.48亿元，成为近五年中增速最快的年份。 2010-2014年我国运动鞋工业总产值（单位：亿元） 数据来源：艾凯咨询网整理

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 运动鞋行业定义及外部影响因素分析

1.1 运动鞋行业界定和分类

1.1.1 行业界定

1.1.2 行业分类

- (1) 按行业生命周期分类
- (2) 按对经济周期的反应分类

1.2 运动鞋行业产业链分析

1.2.1 行业产业链结构及价值环节

- (1) 行业产业链结构
- (2) 行业产业链价值环节

1.2.2 行业上游供应分析

- (1) 帮面材料
- (2) 大底材料

(3) 制鞋辅料

1.2.3 行业下游需求分析

(1) 人口总量及结构

(2) 城镇居民消费支出

(3) 居民消费行为特征分析

1.3 运动鞋行业外部影响因素分析

1.3.1 行业政策环境分析

(1) 行业主管部门与监管体制

(2) 行业相关政策动向

(3) 行业发展规划

1.3.2 国内外宏观经济走势分析

(1) 国外宏观经济走势分析

(2) 国内宏观经济走势分析

1.3.3 行业贸易环境分析

(1) 行业贸易环境发展现状

(2) 行业贸易环境发展趋势

1.3.4 行业社会环境分析

(1) 新《劳动合同法》对行业发展的影响

(2) 行业发展面临的产业升级与转移问题

1.3.5 行业消费环境分析

(1) 运动鞋消费特征分析

(2) 运动鞋消费趋势分析

1.3.6 行业产品技术环境分析

(1) 主要技术研究成果

(2) 国际知名品牌技术现

(3) 国内技术研究动态

(4) 行业技术趋势

1.4 报告研究单位与研究方法

1.4.1 研究单位介绍

1.4.2 研究方法概述

第二章 运动鞋行业发展现状及前景预测

- 2.1 运动鞋行业发展现状分析
 - 2.1.1 运动鞋行业发展总体概况
 - 2.1.2 运动鞋行业发展主要特点
 - 2.1.3 运动鞋行业规模及财务指标分析
 - (1) 运动鞋行业规模分析
 - (2) 运动鞋行业盈利能力分析
 - (3) 运动鞋行业运营能力分析
 - (4) 运动鞋行业偿债能力分析
 - (5) 运动鞋行业发展能力分析
- 2.2 运动鞋行业经济指标分析
 - 2.2.1 运动鞋行业主要经济效益影响因素
 - 2.2.2 运动鞋行业经济指标分析
 - 2.2.3 不同规模企业主要经济指标比重变化情况分析
 - 2.2.4 不同性质企业主要经济指标比重变化情况分析
 - 2.2.5 不同地区企业经济指标分析
- 2.3 运动鞋行业供需平衡分析
 - 2.3.1 全国运动鞋行业供给情况分析
 - (1) 全国运动鞋行业总产值分析
 - (2) 全国运动鞋行业产成品分析
 - 2.3.2 全国运动鞋行业需求情况分析
 - (1) 全国运动鞋行业销售产值分析
 - (2) 全国运动鞋行业销售收入分析
 - 2.3.3 全国运动鞋行业产销率分析
- 2.4 运动鞋行业进出口市场分析
 - 2.4.1 运动鞋行业进出口状况综述
 - 2.4.2 运动鞋行业出口市场分析
 - (1) 行业出口整体情况
 - (2) 行业出口产品结构分析
 - (3) 行业内外销比例分析
 - 2.4.3 运动鞋行业进口市场分析
 - (1) 行业进口整体情况
 - (2) 行业进口产品结构

(3) 国内市场内外供应比例分析

2.4.4 运动鞋行业进出口前景及建议

(1) 运动鞋行业出口前景及建议

(2) 运动鞋行业进口前景及建议

1) 2015-2020年中国运动鞋行业发展前景预测

2.4.5 运动鞋行业发展的驱动因素分析

2.4.6 运动鞋行业发展的障碍因素分析

2.4.7 运动鞋行业发展趋势

(1) 2015-2020年运动鞋行业发展前景预测

1) 行业规模预测

2) 行业经营情况预测

3) 行业进出口情况预测

第三章 运动鞋行业市场竞争格局及集中度分析

3.1 运动鞋行业竞争结构波特五力模型分析

3.1.1 现有竞争者之间的竞争

3.1.2 关键要素的供应商议价能力分析

3.1.3 消费者议价能力分析

3.1.4 行业潜在进入者分析

3.1.5 替代品风险分析

3.2 运动鞋行业国际竞争格局分析

3.2.1 国际运动鞋市场发展状况

3.2.2 国际运动鞋制造商竞争状况分析

3.2.3 国际运动鞋市场发展趋势分析

3.2.4 跨国公司在中国市场的投资布局及销售分析

(1) 美国耐克 (NIKE) 公司

(2) 德国阿迪达斯 (ADIDAS) 公司

(3) 英国锐步 (REEBOK) 公司

(4) 德国彪马 (PUMA) 集团

(5) 美国匡威 (Converse) 公司

3.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析

3.3 运动鞋行业国内竞争格局分析

3.3.1 国内运动鞋行业市场规模分析

3.3.2 国内运动鞋行业竞争现状分析

(1) 品牌竞争分析

(2) 广告竞争分析

(3) 渠道竞争分析

(4) 营销竞争分析

3.3.3 国内运动鞋行业竞争格局及一线品牌分析

3.4 运动鞋行业集中度分析

3.4.1 行业销售收入集中度分析

3.4.2 行业利润集中度分析

3.4.3 行业工业总产值集中度分析

第四章 运动鞋行业细分市场潜力分析

4.1 运动鞋行业产品定义及分类

4.1.1 运动鞋行业产品定义

4.1.2 运动鞋行业产品分类

4.2 按产品分类运动鞋行业细分市场潜力分析

4.2.1 篮球鞋市场潜力分析

(1) 篮球鞋市场发展现状

(2) 篮球鞋市场容量预测

(3) 篮球鞋市场潜力分析

4.2.2 网球鞋市场潜力分析

(1) 网球鞋市场发展现状

(2) 网球鞋市场容量预测

(3) 网球鞋市场潜力分析

4.2.3 足球鞋市场潜力分析

(1) 足球鞋市场发展现状

(2) 足球鞋市场容量预测

(3) 足球鞋市场潜力分析

4.2.4 慢跑鞋市场潜力分析

(1) 慢跑鞋市场发展现状

(2) 慢跑鞋市场容量预测

(3) 慢跑鞋市场潜力分析

4.2.5 帆布鞋市场潜力分析

(1) 帆布鞋市场发展现状

(2) 帆布鞋市场容量预测

(3) 帆布鞋市场潜力分析

4.2.6 休闲运动鞋市场潜力分析

(1) 休闲运动鞋市场发展现状

(2) 休闲运动鞋市场容量预测

(3) 休闲运动鞋市场潜力分析

4.3 按地理区域分类运动鞋行业细分市场潜力分析

4.3.1 一线城市运动鞋市场潜力分析

(1) 一线城市运动鞋市场发展现状

(2) 一线城市运动鞋市场容量预测

(3) 一线城市运动鞋市场潜力分析

4.3.2 二、三线城市运动鞋市场潜力分析

(1) 二、三线城市运动鞋市场发展现状

(2) 二、三线城市运动鞋市场容量预测

(3) 二、三线城市运动鞋市场潜力分析

第五章 运动鞋行业销售渠道及营销策略分析

5.1 运动鞋行业销售渠道分析

5.1.1 运动鞋行业销售模式

5.1.2 运动鞋行业销售渠道

(1) 大型商场及百货公司

(2) 普通商场及鞋服店

(3) 专卖店及旗舰店

(4) 仓储商超及连锁店

(5) 批发市场

(6) 网上销售

5.1.3 运动鞋行业终端销售趋势

5.2 运动鞋行业营销策略分析

5.2.1 运动鞋营销策略分析

- (1) 产品策略
- (2) 价格策略
- (3) 渠道策略
- (4) 促销策略

5.2.2 运动鞋品牌营销策略分析

- (1) 品牌塑造策略
- (2) 运动明星策略
- (3) 体育赞助策略

第六章 运动鞋行业重点区域市场发展情况分析

6.1 行业总体区域结构特征分析

- 6.1.1 行业区域结构总体特征
- 6.1.2 行业区域集中度分析
- 6.1.3 行业区域分布特点分析
- 6.1.4 行业规模指标区域分布分析
- 6.1.5 行业效益指标区域分布分析
- 6.1.6 行业企业数的区域分布分析

6.2 珠三角地区运动鞋行业重点省市发展分析

- 6.2.1 广东省运动鞋行业总体发展分析
 - (1) 广东省运动鞋行业发展环境分析
 - (2) 广东省运动鞋行业规模分析
 - (3) 广东省运动鞋行业品牌建设情况
 - (4) 广东省运动鞋行业发展趋势分析
- 6.2.2 东莞市运动鞋行业发展分析
 - (1) 东莞市运动鞋产业集聚情况分析
 - (2) 东莞市运动鞋企业渠道竞争分析
 - (3) 东莞市运动鞋行业营销策略分析
 - (4) 东莞市运动鞋行业发展趋势分析

6.3 长三角地区运动鞋行业重点省市发展分析

- 6.3.1 浙江省运动鞋行业总体发展分析
 - (1) 浙江省运动鞋行业发展环境分析
 - (2) 浙江省运动鞋行业规模分析

(3) 浙江省运动鞋行业品牌建设情况

(4) 浙江省运动鞋行业发展趋势分析

6.3.2 温州市运动鞋行业发展分析

(1) 温州市运动鞋产业集聚情况分析

(2) 温州市运动鞋企业渠道竞争分析

(3) 温州市运动鞋行业营销策略分析

(4) 温州市运动鞋行业发展趋势分析

6.4 闽南地区运动鞋行业重点省市发展分析

6.4.1 福建省运动鞋行业总体发展分析

(1) 福建省运动鞋行业发展环境分析

(2) 福建省运动鞋行业规模分析

(3) 福建省运动鞋行业品牌建设情况

(4) 福建省运动鞋行业发展趋势分析

6.4.2 晋江市运动鞋行业发展分析

(1) 晋江市运动鞋上市情况分析

(2) 晋江市运动鞋企业渠道竞争分析

(3) 晋江市运动鞋产业创新情况分析

(4) 晋江市运动鞋产业营销策略分析

(5) 晋江市运动鞋行业发展趋势分析

6.4.3 泉州市运动鞋行业发展分析

(1) 泉州市运动鞋产业集聚情况分析

(2) 泉州市运动鞋企业渠道竞争分析

(3) 泉州市运动鞋产业营销策略分析

(4) 泉州市运动鞋行业发展趋势分析

6.5 西部地区运动鞋行业重点省市发展分析

6.5.1 四川省运动鞋行业总体发展分析

(1) 四川省运动鞋行业发展环境分析

(2) 四川省运动鞋行业规模分析

(3) 四川省运动鞋行业品牌建设情况

(4) 四川省运动鞋行业发展趋势分析

6.5.2 成都市运动鞋行业发展分析

(1) 成都市运动鞋行业发展环境分析

- (2) 成都市运动鞋产业集聚情况分析
- (3) 成都市运动鞋产业营销策略分析
- (4) 成都市运动鞋行业发展趋势分析

第七章 运动鞋行业领先制造商生产经营分析

7.1 运动鞋行业制造商排名分析

7.1.1 运动鞋行业制造商工业总产值排名

7.1.2 运动鞋行业制造商销售收入排名

7.1.3 运动鞋行业制造商利润总额排名

7.2 运动鞋行业领先制造商生产经营分析

7.2.1 李宁有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况SWOT分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.2 安踏体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向

- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况SWOT分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.3 中国动向（集团）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况SWOT分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.4 特步国际控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况SWOT分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.5 匹克体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况SWOT分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.6 度国际有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况SWOT分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.7 鸿星尔克体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析

- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况SWOT分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.8 美克国际控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况SWOT分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.9 飞克国际控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况SWOT分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.10 青岛双星名人实业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.11 贵人鸟股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.12 福建乔丹体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.13 德尔惠股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.14 福建喜得龙体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.15 广州康威集团体育用品股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.16 福建金莱克体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.17 清远市广硕鞋业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.18 中山市宝元制造厂经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.19 广州荣诚鞋业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.20 青岛昌新鞋业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

第八章 运动鞋行业投资分析及预测

8.1 运动鞋行业及细分市场吸引力评价

8.1.1 运动鞋行业吸引力评价

8.1.2 运动鞋行业细分市场吸引力评价

8.2 运动鞋行业投资特性分析

8.2.1 运动鞋行业进入壁垒分析

8.2.2 运动鞋行业盈利模式分析

8.2.3 运动鞋行业盈利因素分析

8.3 运动鞋行业投资兼并分析

8.3.1 运动鞋行业投资兼并动态分析

8.3.2 运动鞋行业投资兼并趋势分析

8.4 运动鞋行业投资机会与投资风险分析

8.4.1 运动鞋行业投资机会分析

8.4.2 运动鞋行业投资风险分析

8.5 运动鞋行业投资建议

8.5.1 运动鞋行业投资价值

8.5.2 运动鞋行业可投资方向

8.5.3 运动鞋行业投资方式建议

图表目录：

图表 1：运动鞋行业产业链示意图

图表 2：2014-2015年运动鞋行业规模分析（单位：家，人，万元）

图表 3：2014-2015年中国运动鞋行业盈利能力分析（单位：%）

图表 4：2014-2015年中国运动鞋行业运营能力分析（单位：次）

图表 5：2014-2015年中国运动鞋行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表 6：2014-2015年中国运动鞋行业发展能力分析（单位：%）

图表 7：2014-2015年运动鞋行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 8：2013-2015年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表 9：2013-2015年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表 10：2013-2015年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表 11：2013-2015年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表 12：2013-2015年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表 13：2013-2015年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表 14：2013-2015年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表 15：2013-2015年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表 16：2015年居前的10个省市销售收入统计表（单位：万元，%）

图表 17：2015年居前的10个省市销售收入比重图（单位：%）

图表 18：2015年居前的10个省市资产总额统计表（单位：万元，%）

图表 19：2015年居前的10个省市资产总额比重图（单位：%）

图表 20：2015年居前的10个省市负债统计表（单位：万元，%）

图表 21：2015年居前的10个省市负债比重图（单位：%）

图表 22：2015年居前的10个省市销售利润统计表（单位：万元，%）

图表 23：2015年居前的10个省市销售利润比重图（单位：%）

图表 24：2015年居前的10个省市利润总额统计表（单位：万元，%）

图表 25：2015年居前的10个省市利润总额比重图（单位：%）

图表 26：2015年居前的10个省市产成品统计表（单位：万元，%）

图表 27：2015年居前的10个省市产成品比重图（单位：%）

图表 28：2015年居前的10个省市单位数及亏损单位数统计表（单位：家）

图表 29：2015年居前的10个省市企业单位数比重图（单位：%）

图表 30：2015年居前的10个亏损省市亏损总额统计表（单位：万元，%）

图表 31：2015年居前的10个亏损省市亏损总额比重图（单位：%）

图表 32：2013-2015年运动鞋行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表 33：2013-2015年运动鞋行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表 34：2013-2015年运动鞋行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表 35：2013-2015年运动鞋行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表 36：2013-2015年全国运动鞋行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表 37：2014-2015年中国运动鞋行业进出口状况表（单位：万美元）

图表 38：2014-2015年运动鞋行业产品出口月度金额走势图（单位：万美元）

图表 39：2015年中国运动鞋行业出口产品（单位：万只，万台，万个，吨，万美元）

图表 40：2013年运动鞋行业出口产品结构（单位：%）

图表 41：2014-2015年运动鞋行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元）

图表 42：2015年中国运动鞋行业进口产品（单位：万台，万只，万个，只，台，吨，万美元）

图表 43：运动鞋行业进口产品结构（单位：%）

图表 44：中国运动鞋行业市场规模变化趋势图（单位：亿元）

图表 45：运动鞋行业出口交货值变化情况（单位：万元，%）

图表 46：中国运动鞋市场竞争格局（单位：%）

图表 47：2013-2015年中国运动鞋行业区域市场情况（单位：家，亿元）

图表 48：2013-2015年中国运动鞋行业各区域企业数量情况（单位：%）

图表 49：2013-2015年中国运动鞋行业各区域销售收入情况（单位：%）

图表 50：2013-2015年中国运动鞋行业各区域资产总计情况（单位：%）

图表 51：2013-2015年中国运动鞋行业前二十地区销售收入排名情况（单位：亿元）

图表 52：2013-2015年中国运动鞋行业销售收入按地区累计百分比（单位：%）

图表 53：2013-2015年中国运动鞋行业销售收入靠前的五地区占比情况（单位：%）

图表 54：2013-2015年中国运动鞋行业前五地区销售收入比例标准差占比情况（单位：%）

图表 55：2013-2015年运动鞋行业资产和收入地区分布（单位：亿元，%）

图表 56：2013-2015年运动鞋行业效益状况地区分布（单位：亿元，%）

图表 57：2013-2015年运动鞋行业企业数量区域分布（单位：家，%）

图表 58：2015年中国运动鞋行业制造商工业总产值（现价）排名前十位（单位：万元）

图表 59：2015年中国运动鞋行业制造商销售收入排名前十位（单位：万元）

图表 60：2015年中国运动鞋行业制造商利润总额排名前十位（单位：万元）

图表 61：2013-2015年李宁有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 62：2013-2015年李宁有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 63：2013-2015年李宁有限公司运营能力分析（单位：次）

图表 64：2013-2015年李宁有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表 65：2013-2015年李宁有限公司发展能力分析（单位：%）

图表 66：李宁有限公司SWOT分析

图表 67：2013-2015年安踏体育用品有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 68：2013-2015年安踏体育用品有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 69：2013-2015年安踏体育用品有限公司运营能力分析（单位：次）

图表 70：2013-2015年安踏体育用品有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表 71：2013-2015年安踏体育用品有限公司发展能力分析（单位：%）

图表 72：安踏体育用品有限公司SWOT分析

图表 73：2013-2015年中国动向（集团）有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 74：2013-2015年中国动向（集团）有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 75：2013-2015年中国动向（集团）有限公司运营能力分析（单位：次）

图表 76：2013-2015年中国动向（集团）有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表 77：2013-2015年中国动向（集团）有限公司发展能力分析（单位：%）

图表 78：中国动向（集团）有限公司SWOT分析

图表 79：2013-2015年特步国际控股有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 80：2013-2015年特步国际控股有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 81：2013-2015年特步国际控股有限公司运营能力分析（单位：次）

图表 82：2013-2015年特步国际控股有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表 83：2013-2015年特步国际控股有限公司发展能力分析（单位：%）

图表 84：特步国际控股有限公司SWOT分析

图表 85：2013-2015年匹克体育用品有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 86：2013-2015年匹克体育用品有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 87：2013-2015年匹克体育用品有限公司运营能力分析（单位：次）

图表 88：2013-2015年匹克体育用品有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表 89：2013-2015年匹克体育用品有限公司发展能力分析（单位：%）

图表 90：匹克体育用品有限公司SWOT分析

图表 91：2013-2015年三六一度国际有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 92：2013-2015年三六一度国际有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 93：2013-2015年三六一度国际有限公司运营能力分析（单位：次）

图表 94：2013-2015年三六一度国际有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表 95：2013-2015年三六一度国际有限公司发展能力分析（单位：%）

图表 96：三六一度国际有限公司SWOT分析

图表 97：2013-2015年鸿星尔克体育用品有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 98：2013-2015年鸿星尔克体育用品有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 99：2013-2015年鸿星尔克体育用品有限公司运营能力分析（单位：次）

图表 100：2013-2015年鸿星尔克体育用品有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表 101：2013-2015年鸿星尔克体育用品有限公司发展能力分析（单位：%）

图表 102：鸿星尔克体育用品有限公司SWOT分析

图表 103：2013-2015年美克国际控股有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 104：2013-2015年美克国际控股有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 105：2013-2015年美克国际控股有限公司运营能力分析（单位：次）
图表 106：2013-2015年美克国际控股有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）
图表 107：2013-2015年美克国际控股有限公司发展能力分析（单位：%）
图表 108：美克国际控股有限公司SWOT分析
图表 109：2013-2015年飞克国际控股有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表 110：2013-2015年飞克国际控股有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表 111：2013-2015年飞克国际控股有限公司运营能力分析（单位：次）
图表 112：2013-2015年飞克国际控股有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）
图表 113：2013-2015年飞克国际控股有限公司发展能力分析（单位：%）
图表 114：飞克国际控股有限公司SWOT分析
图表 115：青岛双星名人实业股份有限公司优劣势分析
图表 116：贵人鸟股份有限公司优劣势分析
图表 117：福建乔丹体育用品有限公司优劣势分析
图表 118：德尔惠股份有限公司优劣势分析
图表 119：福建喜得龙体育用品有限公司优劣势分析
图表 120：广州康威集团体育用品有限公司优劣势分析
略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277480.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。