

2016-2022年中国高端品牌 运动鞋市场深度调查与投资可行性报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国高端品牌运动鞋市场深度调查与投资可行性报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/6684770T37.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 2012-2016年国际高端品牌运动鞋市场运行环境分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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

第二章 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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

第三章2012-2016年中国高端品牌运动鞋市场运行环境解析

第一节2012-2016年中国经济环境发展分析

- 一、中国国民经济持续发展
- 二、城市化水平和人民生活水平不段提高
- 三、国内原材料价格上涨，成本增加

第二节2012-2016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

第四章2012-2016年中国高端品牌运动鞋市场规模和结构分析

第一节2012-2016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2012-2016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 2012-2016年中国重点运动鞋生产基地运行分析

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、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2012-2016年中国高端品牌运动鞋市场供给分析

第一节2012-2016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2012-2016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2012-2016年中国高端品牌运动鞋市场需求态势分析

第一节2012-2016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、2012-2016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 2012-2016年中国高端品牌运动鞋市场营销分析

第一节 2012-2016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、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 2012-2016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2012-2016年中国高端品牌运动鞋行业市场竞争格局分析

第一节2012-2016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2012-2016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 2012-2016年高端品牌运动鞋行业国外企业案例专家点评

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外企业案例调查分析

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 2012-2016年中国高端品牌运动鞋顶尖企业运行关键性竞指标分析（企业可自选）

第一节 耐克（中国驰名商标）

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第二节 阿迪达斯（中国驰名商标）

（1）企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第三节 李宁(中国驰名商标)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第四节 安踏(中国驰名商标)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第五节 特步(中国驰名商标)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第六节 匹克(中国驰名商标)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第七节 361度(中国驰名商标)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第十三章 2016-2022年中国品牌运动鞋发展预测

第一节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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

第十四章 2016-2022年中国高端运动鞋行业投资价值与投资策略(ZY WZY)

第一节 2012-2016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 2016-2022年中国高端运动鞋行业投资现状

一、VC投资运动鞋行业分析

二、基金们投资运动鞋市场分析

三、运动鞋企抄底风险分析

四、一线运动鞋企业研发及扩张分析

第三节 2016-2022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 2016-2022年中国高端运动鞋投资风险预警

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 专家投资建议

图表目录：

图表：2005-2016年中国GDP总量及增长趋势图
图表：2016年前二季度中国三产业增加值结构图
图表：2009-2016年中国CPI、PPI月度走势图
图表：2005-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图
图表：2005-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图
图表：1978-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表
图表：1978-2015中国城乡居民恩格尔系数走势图
图表：2005-2016年中国工业增加值增长趋势图
图表：2009-2016年我国工业增加值分季度增速
图表：2005-2016年我国全社会固定资产投资额走势图
图表：2005-2016年我国城乡固定资产投资额对比图
图表：2005-2016年我国财政收入支出走势图
图表：2009年1月-2016年7月人民币兑美元汇率中间价
图表：2009-2016年中国货币供应量统计表 单位：亿元
图表：2009-2016年中国货币供应量月度增速走势图
图表：2001-2016年中国外汇储备走势图
图表：2005-2016年中国外汇储备及增速变化图
图表：中国人民银行利率调整表
图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表
图表：2005-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图
图表：2005-2016年我国货物进出口总额走势图
图表：2005-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图
图表：2005-2016年中国就业人数走势图
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/6684770T37.html>