

2020-2026年中国运动鞋行业 发展分析及前景策略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国运动鞋行业发展分析及前景策略研究报告》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.cction.com/report/201912/146815.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2016年我国运动鞋市场规模约940亿元，同比2015年的780亿元增长了20.5%，近几年我国运动鞋市场规模情况如下图所示： 2010-2016年中国运动鞋行业市场规模情况 资料来源：公开资料整理

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国运动鞋行业发展分析及前景策略研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 运动鞋行业发展环境分析 1

第一章 运动鞋行业发展综述 1

第一节 运动鞋行业定义及分类 1

一、行业定义 1

二、行业主要产品分类 1

三、行业特性及在国民经济中的地位 4

第二节 运动鞋行业统计标准 5

一、统计部门和统计口径 5

二、行业主要统计方法介绍 5

三、行业涵盖数据种类介绍 8

第三节 最近3-5年中国运动鞋行业经济指标分析 12

一、赢利性 12

二、成长速度 12

三、附加值的提升空间 13

四、进入壁垒 / 退出机制 13

五、风险性 13

六、行业周期 13

七、竞争激烈程度指标	13
八、行业及其主要子行业成熟度分析	14
第四节 运动鞋行业产业链分析	14
一、产业链结构分析	14
二、主要环节的增值空间	14
三、与上下游行业之间的关联性	14
四、行业产业链上游相关行业分析	15
五、行业下游产业链相关行业分析	15
六、上下游行业影响及风险提示	15

第二章 运动鞋行业市场环境及影响分析（PEST） 17

第一节 运动鞋行业政治法律环境（P） 17

一、行业管理体制分析	17
二、行业主要法律法规	17
三、运动鞋行业标准	18
四、行业相关发展规划	19
五、政策环境对行业的影响	20

第二节 行业经济环境分析（E） 20

一、宏观经济形势分析	20
1、国际宏观经济形势分析	20
2、国内宏观经济形势分析	34
3、产业宏观经济环境分析	54
二、宏观经济环境对行业的影响分析	56
1、经济复苏对行业的影响	56
2、货币政策对行业的影响	57
3、区域规划对行业的影响	57

第三节 行业社会环境分析（S） 57

一、运动鞋产业社会环境	57
1、人口环境分析	57
2、教育环境分析	59
3、文化环境分析	62
4、中国城镇化率	65

二、社会环境对行业的影响	66
三、运动鞋产业发展对社会发展的影响	66
第四节 行业技术环境分析（T）	66
一、运动鞋技术分析	66
1、技术水平总体发展情况	66
2、我国运动鞋行业新技术研究	68
二、运动鞋技术发展水平	69
三、2019年运动鞋技术发展分析	69
四、行业主要技术发展趋势	69
五、技术环境对行业的影响	70

第二部分 运动鞋行业深度透视 71

第三章 国际运动鞋行业发展分析及经验借鉴 71

第一节 全球运动鞋市场总体情况分析 71

一、全球运动鞋行业的发展特点	71
二、2019年全球运动鞋市场结构	77
三、2019年全球运动鞋行业发展分析	77
四、2019年全球运动鞋行业竞争格局	78
五、2019年全球运动鞋市场区域分布	79
六、2019年国际重点运动鞋企业运营分析	80
1、索康尼（Saucony）	80
2、新百伦（NewBalance）	80
3、爱斯克斯（Asics）	80
4、布克（Brooks）	81
5、耐克（Nike）	81
6、阿迪达斯（Adidas）	81
7、锐步（Reebok）	82
8、彪马（Puma）	82

第二节 全球主要国家（地区）市场分析 82

一、欧洲	82
1、欧洲运动鞋行业发展概况	82
2、2019年欧洲运动鞋市场结构及产销情况	83

3、2020-2026年欧洲运动鞋行业发展前景预测 85

二、美国 86

1、美国运动鞋行业发展概况 86

2、2019年美国运动鞋市场结构及产销情况 86

3、2020-2026年美国运动鞋行业发展前景预测 89

三、日本 89

1、日本运动鞋行业发展概况 89

2、2019年日本运动鞋市场结构及产销情况 90

3、2020-2026年日本运动鞋行业发展前景预测 92

四、韩国 93

1、韩国运动鞋行业发展概况 93

2、2019年韩国运动鞋市场结构及产销情况 93

3、2020-2026年韩国运动鞋行业发展前景预测 96

五、其他国家地区 96

1、印度尼西亚 96

2、越南 99

第四章 中国运动鞋行业的国际比较分析 102

第一节 中国运动鞋行业的国际比较分析 102

一、中国运动鞋行业经济指标国际比较分析 102

二、运动鞋行业国际竞争力比较 102

1、生产要素 102

2、需求条件 103

3、支援与相关产业 104

4、企业战略、结构与竞争状态 105

5、政府的作用 106

第二节 全球运动鞋行业市场需求分析 106

一、市场规模现状 106

二、中国运动鞋行业竞争力指标分析 107

三、需求结构分析 108

四、重点需求客户 108

五、市场前景展望 109

第三节 全球运动鞋行业市场供给分析 109

一、生产规模现状 109

二、产能规模分布 110

三、市场价格走势 110

四、重点厂商分布 111

第五章 我国运动鞋行业运行现状分析 112

第一节 我国运动鞋行业发展状况分析 112

一、我国运动鞋行业发展阶段 112

二、我国运动鞋行业发展总体概况 113

三、我国运动鞋行业发展特点分析 113

四、我国运动鞋行业商业模式分析 114

第二节 2019年运动鞋行业发展现状 115

一、2019年我国运动鞋行业市场规模 115

2016年我国运动鞋市场规模约940亿元，同比2015年的780亿元增长了20.5%，近几年我国运动鞋市场规模情况如下图所示： 2010-2016年中国运动鞋行业市场规模情况 资料来源：公开资料整理

二、2019年我国运动鞋行业发展分析 115

三、2019年中国运动鞋企业发展分析 116

我国品牌李宁、特步、361度、匹克等市占率较为接近，维持在3-5%左右，竞争相对激烈。此外，Nike和Adidas等关注中高端市场，而我国品牌切入大众运动鞋服市场，主攻二三线城市。 2015-2019年中国主要运动鞋企业品牌现状 资料来源：公开资料整理

第三节 2019年运动鞋市场情况分析 116

一、2019年中国运动鞋市场总体概况 116

二、2019年中国运动鞋产品市场发展分析 117

第四节 我国运动鞋市场价格走势分析 118

一、运动鞋市场定价机制组成 118

二、运动鞋市场价格影响因素 119

三、2019年运动鞋产品价格走势分析 120

四、2020-2026年运动鞋产品价格走势预测 121

第六章 我国运动鞋行业整体运行指标分析 122

第一节 2015-2019年中国运动鞋行业总体规模分析 122

一、企业数量结构分析 122

二、人员规模状况分析 122

三、行业资产规模分析 123

第二节 2015-2019年中国运动鞋行业产销情况分析 123

一、我国运动鞋行业工业总产值 123

二、我国运动鞋行业工业销售产值 123

三、我国运动鞋行业产销率 124

第三节 2015-2019年中国运动鞋行业财务指标总体分析 124

一、行业盈利能力分析 124

1、我国运动鞋行业总资产利润率 124

2、我国运动鞋行业成本费用利润率 125

3、我国运动鞋行业产值利税率 125

二、行业偿债能力分析 126

1、我国运动鞋行业资产负债比率 126

2、我国运动鞋行业流动比率 126

3、我国运动鞋行业速动比率 127

三、行业营运能力分析 127

1、我国运动鞋行业总资产周转率 127

2、我国运动鞋行业流动资产周转率 127

四、行业发展能力分析 128

1、我国运动鞋行业总资产增长率 128

2、我国运动鞋行业利润总额增长率 128

3、我国运动鞋行业主营业务收入增长率 129

第三部分 运动鞋行业发展形势 130

第七章 2020-2026年我国运动鞋市场供需形势分析 130

第一节 运动鞋行业生产分析 130

一、产品及原材料进口、自有比例 130

二、国内产品及原材料生产基地分布 141

三、产品及原材料产业集群发展分析 143

四、2019年原材料产能情况分析 144

第二节 我国运动鞋市场供需分析 145

一、2019年我国运动鞋行业供给情况 145

1、我国运动鞋行业供给分析 145

2、我国运动鞋行业产品产量分析 146

3、重点企业产能及占有份额 146

二、2019年我国运动鞋行业需求情况 147

1、运动鞋行业需求市场 147

2、运动鞋行业客户结构 149

3、运动鞋行业需求的地区差异 149

三、2019年我国运动鞋行业供需平衡分析 150

第三节 运动鞋产品市场应用及需求预测 150

一、运动鞋产品应用市场总体需求分析 150

1、运动鞋产品应用市场需求特征 150

2、运动鞋产品应用市场需求总规模 151

二、2020-2026年运动鞋行业领域需求量预测 152

1、2020-2026年运动鞋行业领域需求产品功能预测 152

2、2020-2026年运动鞋行业领域需求产品市场格局预测 153

三、重点行业运动鞋产品需求分析预测 153

第八章 运动鞋行业进出口结构及面临的机遇与挑战 154

第一节 运动鞋行业进出口市场分析 154

一、运动鞋行业进出口综述 154

1、中国运动鞋进出口的特点分析 154

2、中国运动鞋进出口地区分布状况 155

3、中国运动鞋进出口的贸易方式及经营企业分析 155

4、中国运动鞋进出口政策与国际化经营 156

二、运动鞋行业出口市场分析 156

1、2015-2019年行业出口整体情况 156

2、2015-2019年行业出口总额分析 157

3、2015-2019年行业出口产品结构 157

三、运动鞋行业进口市场分析 158

1、2015-2019年行业进口整体情况 158

2、2015-2019年行业进口总额分析 158

3、2015-2019年行业进口产品结构 159

第二节 中国运动鞋出口面临的挑战及对策 159

一、中国运动鞋出口面临的挑战 159

二、中国运动鞋行业未来出口展望 160

三、中国运动鞋产品出口对策 161

1、市场定位 161

2、价值主张 161

3、供应链 161

4、核心能力 162

四、运动鞋行业进出口前景及建议 162

第九章 运动鞋行业产业结构分析 164

第一节 运动鞋产业结构分析 164

一、市场细分充分程度分析 164

二、各细分市场领先企业排名 164

1、耐克Nike 164

2、阿迪达斯Adidas 165

3、李宁Lining 166

4、安踏Anta 167

5、特步XTEP 168

6、361度 169

7、匹克PEAK 170

8、彪马PUMA 171

9、新百伦NewBalance 172

10、鸿星尔克ERKE 173

三、各细分市场占总市场的结构比例 174

四、领先企业的结构分析（所有制结构） 175

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 175

一、产业价值链的构成 175

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 176

第三节 产业发展策略建议 177

一、运动鞋的网络营销 177

1、运动鞋的网络营销现状 177

2、运动鞋网络营销的SWOT分析 178

二、大学生品牌运动鞋消费需求分析 181

1、大学生运动鞋消费调查 181

2、需求特点分析 183

3、大学生运动鞋品牌建设的建议 183

三、中国运动鞋行业参与国际竞争的策略 184

1、品牌赛事营销策略 184

2、品牌网络营销策略 185

3、品牌明星代言策略 187

4、品牌文化精神推广策略 188

5、品牌国际化升级策略 189

6、品牌合作与并购策略 190

7、品牌价格吸引策略 191

四、市场细分在运动鞋市场开发中运用的建议和对策 192

第十章 我国运动鞋细分市场分析及预测 193

第一节 中国运动鞋行业细分市场结构分析 193

一、运动鞋行业市场结构现状分析 193

二、运动鞋行业细分市场发展概况 193

三、运动鞋行业市场结构变化趋势 194

第二节 细分市场分析预测 194

一、篮球鞋市场分析预测 194

1、技术发展进程 194

2、市场竞争格局 196

3、市场趋势预测 197

二、网球鞋市场分析预测 197

1、技术发展进程 197

2、市场竞争格局 199

三、足球鞋市场分析预测 200

1、技术发展进程 200

2、市场竞争格局 201

四、慢跑鞋市场分析预测 202

1、技术发展进程 202

2、市场竞争格局 203

五、帆布鞋市场分析预测 204

1、技术发展进程 204

2、市场规模分析 206

3、市场竞争格局 206

六、休闲运动鞋市场分析预测 207

1、技术发展进程 207

2、市场规模分析 209

3、市场竞争格局 209

4、市场趋势预测 210

第四部分 运动鞋行业发展策略建议 211

第十一章 我国运动鞋行业营销趋势及策略分析 211

第一节 运动鞋行业销售渠道分析 211

一、营销分析与营销模式推荐 211

1、渠道构成 211

2、销售贡献比率 212

3、覆盖率 213

4、销售渠道效果 213

5、价值流程结构 214

6、渠道建设方向 216

二、营销渠道发展趋势与策略 216

第二节 运动鞋行业营销策略分析 217

一、中国运动鞋营销概况 217

二、运动鞋营销策略探讨 218

1、中国运动鞋产品营销策略浅析 218

2、运动鞋新产品的市场推广策略 218

3、运动鞋细分产品营销策略分析 218

第三节 运动鞋营销的发展趋势 218

一、未来运动鞋市场营销的出路 218

二、中国运动鞋营销的趋势预测 219

第十二章 运动鞋行业产业集群及区域市场分析 220

第一节 中国运动鞋产业集群发展特色分析 220

一、长江三角洲运动鞋产业发展特色分析 220

1、长三角地区运动鞋产业发展概况 220

2、长三角地区运动鞋产业地位分析 220

3、长三角地区运动鞋产业发展趋势分析 221

二、珠江三角洲运动鞋产业发展特色分析 221

1、珠江三角洲运动鞋产业发展概况 221

2、珠江三角洲运动鞋产业发展特征 222

3、珠江三角洲运动鞋产业发展趋势 222

三、闽南地区运动鞋产业发展特色分析 223

1、闽南地区运动鞋产业发展概况 223

2、闽南地区运动鞋产业发展特征 223

3、闽南地区运动鞋产业发展趋势 224

四、西部地区运动鞋产业发展特色分析 224

1、西部地区运动鞋产业发展概况 224

2、西部地区运动鞋产业发展特征 225

3、西部地区运动鞋产业发展趋势 226

第二节 中国运动鞋重点区域市场分析预测 226

一、行业总体区域结构特征及变化 226

1、行业区域结构总体特征 226

2、行业区域集中度分析 227

二、运动鞋区域市场分析 227

1、广东省运动鞋市场分析 227

2、浙江省运动鞋市场分析 228

3、江苏省运动鞋市场分析 228

4、四川省运动鞋市场分析 229

5、福建省运动鞋市场分析 229

三、运动鞋区域市场前景及趋势 230

第十三章 2019年运动鞋行业竞争形势及策略 231

第一节 行业总体市场竞争状况分析 231

一、运动鞋行业竞争结构分析 231

1、现有企业间竞争 231

2、潜在进入者分析 232

3、替代品威胁分析 232

4、供应商议价能力 233

5、客户议价能力 234

二、运动鞋行业企业间竞争格局分析 235

三、运动鞋行业集中度分析 235

1、市场集中度分析 235

2、区域集中度分析 237

3、集中度变化趋势 237

四、运动鞋行业SWOT分析 238

1、运动鞋行业优势分析 238

2、运动鞋行业劣势分析 239

3、运动鞋行业机会分析 239

4、运动鞋行业威胁分析 240

第二节 2015-2019年运动鞋行业竞争格局分析 240

一、2015-2019年国内外运动鞋竞争分析 240

二、2015-2019年我国运动鞋市场竞争分析 241

三、2015-2019年我国运动鞋市场集中度分析 242

四、2015-2019年国内主要运动鞋企业动向 242

第三节 运动鞋行业并购重组分析 243

一、本土企业投资兼并与重组分析 243

二、行业投资兼并与重组趋势分析 244

第四节 运动鞋市场竞争策略分析 244

一、成本控制策略 244

二、技术创新策略 245

三、营销推广策略 245

第十四章 2015年运动鞋行业领先企业经营形势分析 247

第一节 中国运动鞋企业总体发展状况分析 247

一、运动鞋企业主要类型 247

二、运动鞋企业创新及品牌建设 247

三、运动鞋行业企业排名分析 247

第二节 中国领先运动鞋企业经营形势分析 248

一、耐克体育（中国）有限公司 248

1、企业发展简况分析 248

2、主要经济指标分析 249

3、企业发展能力分析 250

4、企业产品结构及新产品动向 250

5、企业销售渠道与网络 251

6、企业市场竞争力分析 251

7、企业最新发展动向分析 253

二、阿迪达斯（中国）有限公司 253

1、企业发展简况分析 253

2、主要经济指标分析 254

3、企业发展能力分析 255

4、企业产品结构及新产品动向 255

5、企业销售渠道与网络 256

6、企业市场竞争力分析 256

7、企业最新发展动向分析 257

三、李宁（中国）体育用品有限公司 258

1、企业发展简况分析 258

2、主要经济指标分析 258

3、企业发展能力分析 262

4、企业产品结构及新产品动向 262

5、企业市场竞争力分析 263

6、企业最新发展动向分析 263

四、安踏（中国）有限公司 264

1、企业发展简况分析	264
2、主要经济指标分析	265
3、企业发展能力分析	268
4、企业产品结构及新产品动向	268
5、企业销售渠道与网络	269
6、企业市场竞争力分析	272
7、企业最新发展动向分析	273
五、特步（中国）有限公司	274
1、企业发展简况分析	274
2、主要经济指标分析	274
3、企业发展能力分析	278
4、企业产品结构及新产品动向	278
5、企业销售渠道与网络	278
6、企业市场竞争力分析	279
7、企业最新发展动向分析	279
六、三六一度（中国）有限公司	280
1、企业发展简况分析	280
2、主要经济指标分析	280
3、企业发展能力分析	284
4、企业产品结构及新产品动向	284
5、企业销售渠道与网络	285
6、企业市场竞争力分析	285
7、企业最新发展动向分析	285
七、匹克体育用品有限公司	285
1、企业发展简况分析	285
2、主要经济指标分析	286
3、企业产品结构及新产品动向	287
4、企业销售渠道与网络	287
5、企业市场竞争力分析	287
八、彪马（上海）商贸有限公司	288
1、企业发展简况分析	288
2、主要经济指标分析	289

- 3、企业产品结构及新产品动向 290
- 4、企业市场竞争力分析 290
- 5、企业最新发展动向分析 290
- 九、新百伦贸易（中国）有限公司 291
- 1、企业发展简况分析 291
- 2、主要经济指标分析 291
- 3、企业发展能力分析 292
- 4、企业产品结构及新产品动向 293
- 5、企业市场竞争力分析 294
- 十、鸿星尔克体育用品有限公司 294
- 1、企业发展简况分析 294
- 2、公司经营情况 295
- 3、企业销售渠道与网络 295
- 4、企业发展战略分析 295

第六部分 运动鞋行业投资发展策略 297

第十五章 2020-2026年运动鞋行业前景及趋势预测 297

第一节 2020-2026年运动鞋市场发展前景 297

- 一、2020-2026年运动鞋市场发展潜力 297
- 二、2020-2026年运动鞋市场发展前景展望 298
- 三、2020-2026年运动鞋细分行业发展前景分析 298

第二节 运动鞋行业“十三五”总体规划研究 299

- 一、运动鞋行业“十三五”产业布局 299
- 二、运动鞋行业“十三五”市场趋势 299
- 三、运动鞋行业“十三五”规划主要目标 301

第三节 2020-2026年运动鞋市场发展趋势预测 301

- 一、2020-2026年运动鞋行业发展趋势 301
- 1、技术发展趋势分析 301
- 2、产品发展趋势分析 303
- 3、产品应用趋势分析 304
- 二、2020-2026年运动鞋市场规模预测 304
- 三、2020-2026年细分市场发展趋势预测 304

第四节 2020-2026年中国运动鞋行业供需预测 305

一、2020-2026年中国运动鞋行业供给预测 305

二、2020-2026年中国运动鞋行业产量预测 306

三、2020-2026年中国运动鞋市场销量预测 306

四、2020-2026年中国运动鞋行业需求预测 307

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势 307

一、市场整合成长趋势 307

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 308

三、科研开发趋势及替代技术进展 308

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势 309

第十六章 2020-2026年运动鞋行业投资价值评估分析 311

第一节 运动鞋行业投资特性分析 311

一、运动鞋行业进入壁垒分析 311

二、运动鞋行业盈利因素分析 312

三、运动鞋行业盈利模式分析 312

第二节 2020-2026年运动鞋行业发展的影响因素 312

一、有利因素 312

二、不利因素 313

第三节 2020-2026年运动鞋行业投资价值评估分析 314

一、行业投资效益分析 314

二、投资回报率比较高的投资方向 314

三、新进入者应注意的障碍因素 315

第十七章 2020-2026年运动鞋行业投资机会与风险防范 316

第一节 运动鞋行业投融资情况 316

一、行业资金渠道分析 316

二、固定资产投资分析 316

三、兼并重组情况分析 317

四、运动鞋行业投资现状分析 318

1、运动鞋产业投资经历的阶段 318

2、2015-2019年中国运动鞋行业投资状况 319

第二节 2020-2026年运动鞋行业投资机会 320

一、细分市场投资机会	320
二、重点区域投资机会	320
四、运动鞋行业投资机遇	321
第三节 2020-2026年运动鞋行业投资风险及防范	322
一、政策风险及防范	322
二、技术风险及防范	322
三、供求风险及防范	323
四、宏观经济波动风险及防范	323
五、关联产业风险及防范	323
六、产品结构风险及防范	324
七、其他风险及防范	324
第四节 中国运动鞋行业投资建议	325
一、运动鞋行业未来发展方向	325
二、运动鞋行业主要投资建议	326
三、中国运动鞋企业融资分析	327
1、中国运动鞋企业IPO融资分析	327
2、中国运动鞋企业再融资分析	328

第十八章 2020-2026年运动鞋行业面临的困境及对策 329

第一节 运动鞋行业面临的困境	329
一、中国运动鞋行业发展的主要困境	329
二、国际经济分析	330
第二节 运动鞋企业面临的困境及对策	330
一、重点运动鞋企业面临的困境及对策	330
二、中小运动鞋企业发展困境及策略分析	331
三、国内运动鞋企业的出路分析	332
第三节 中国运动鞋行业存在的问题及对策	332
一、中国运动鞋行业存在的问题	332
二、运动鞋行业发展的建议对策	333
三、市场的重点客户战略实施	335
1、实施重点客户战略的必要性	335
2、合理确立重点客户	336

3、重点客户战略管理 336

4、重点客户管理功能 337

第十九章 运动鞋行业发展战略研究 338

第一节 运动鞋行业发展战略研究 338

一、战略综合规划 338

二、技术开发战略 338

三、业务组合战略 340

四、区域战略规划 341

五、产业战略规划 341

六、营销品牌战略 342

七、竞争战略规划 343

第二节 对我国运动鞋品牌的战略思考 343

一、运动鞋品牌的重要性 343

二、运动鞋实施品牌战略的意义 344

三、运动鞋企业品牌的现状分析 345

四、我国运动鞋企业的品牌战略 346

五、运动鞋品牌战略管理的策略 347

第三节 运动鞋经营策略分析 347

一、运动鞋市场细分策略 347

二、运动鞋市场创新策略 347

三、品牌定位与品类规划 348

四、运动鞋新产品差异化战略 348

第四节 运动鞋行业投资战略研究 348

一、2019年运动鞋行业投资战略 348

二、2020-2026年运动鞋行业投资战略 349

三、2020-2026年细分行业投资战略 351

第二十章 研究结论及发展建议 352

第一节 运动鞋行业研究结论及建议 352

第二节 运动鞋行业研究结论及建议 352

第三节 运动鞋行业发展建议 353——

一、行业发展策略建议 353

二、行业投资方向建议 354

三、行业投资方式建议 355

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201912/146815.html>