

2024-2029年登山鞋行业市场调研和投资分析报告

报告简介

在20世纪80年代中后期的中国，穿着各类运动鞋日益成为流行的时尚，然后军靴也加入其中。这时运动鞋被称为“旅游鞋”成为旅行者们的选择对象，军靴则成为那些酷爱野外生存和户外运动者的首选用品。其实无论是运动鞋(主要是慢跑鞋或网球鞋)还是军靴都不是非常适合户外运动的，从上个世纪开始欧洲就已开始流行专门为爬山和旅行而设计制造的专业登山鞋。

早期的登山鞋皆属皮革制品，制鞋技术已改革许多，轻便的徒步鞋与塑胶鞋已加入登山行列，虽然皮革制品的鞋子依然是登山者的优先选择，但鞋子必须硬度够能抗拒岩石的刮磨，硬度能将硬雪踢出台阶，徒步亦能相当舒服，单日活动过程可能会面对溯溪、烂泥、岩屑地、倒木、硬雪与陡峭岩壁。选择合适的登山鞋是相当重要的，从外观与鞋底设计和消费者自认的登山计划目的如何使用，在器材店试穿数分钟，感觉足部的适应程度：有无不舒服的接缝线，感到会摺到脚让脚筋感到太紧。脚后跟可以紧贴于鞋内，固定于空间内，而脚趾有多余的空间摆动不会让你攀登前进脚趾紧塞于前端，鞋子太紧会引发血液循环不良，造成脚太冷而出现冻伤，若鞋子太松会引起水泡。

理想的登山鞋开口须足够的空间，即使是潮湿或雪地亦能穿脱容易。鞋舌须足以防水侵入。缝合线距需窄能避免水入侵。脚趾与脚后跟需2~3层的皮革或织品保护。脚趾前端较硬，不会因穿著冰爪扣带而挤压或踢踏硬冰雪造成脚趾受伤。脚后跟比较硬增加行进期间，脚的稳定度，雪期下坡才能踩出立足点。登山鞋的用途与选择考量保持平衡、支撑身躯、软垫的缓冲能力、坚硬的鞋底、抗水性、鞋的适合重量、如轻便鞋合适行走于传统路线的轻便之路，而非传统路线会蹒行于树林或攀岩须选择较硬点的鞋，一般而言，轻便的鞋无法提供足够的平稳度于背负较重的背包，同时行走于困难地形更须要保护自己的脚踝、脚后跟与脚趾的支撑力。

在欧洲阿尔卑斯山周边国家，登山和户外运动成为年轻人生活中必不可少的一部分，在这些山区的小镇上往往有许多生产和加工登山鞋的小作坊，他们通过精湛的手艺和自身对户外运动的了解生产出了许多经典的登山鞋，直到今天许多经典的登山鞋式样和一个世纪前并没有太大的变化。本世纪下半时期这些小作坊日益发展成为许多知名的国际品牌。绝大部分的著名户外鞋生产商都在法国、意大利和奥地利的阿尔卑斯山区的中小城市。

防水性是现代登山鞋的首要功能。很多专业背包族选择购买登山鞋也正是看中了登山鞋的这一功能，这是运动鞋或普通旅游鞋所无法比拟的。一般旅游者大都比较注意鞋的舒适性，而对鞋的防水透气性关注较少。据专业测试，一双湿脚散热的时间(在冬季)约是干脚的23倍，而且在户外，一双湿脚很容易冻伤或受到其他伤害。一双湿鞋也很重，为行走增加负担。传统的工艺是通过油浸皮革达到防水效果，但这严重影响了鞋的透气性能而且还影响了鞋的外观。后来又出现了喷在鞋上的拨水剂，水滴上鞋表面时，会像水珠一样滑落，但如果水浸时间过长或表面受到压力，水还是会渗进去，所以并不防水。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国登山鞋行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国登山鞋行业发展状

况和特点，以及中国登山鞋行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球登山鞋行业发展态势作了详细分析，并对登山鞋行业进行了趋向研判，是登山鞋生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前登山鞋行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分产业环境透视

第一章 2019-2023年中国登山鞋行业发展环境分析

第一节 2019-2023年中国登山鞋行业政策环境

一、中国登山鞋行业监管体制分析

二、中国登山鞋行业主要法律法规

三、中国登山鞋行业政策走势解读

第二节 中国登山鞋行业在国民经济中地位分析

第三节 中国登山鞋行业进入壁垒/退出机制分析

一、中国登山鞋行业进入壁垒分析

二、中国登山鞋行业退出机制分析

第四节 中国登山鞋行业技术环境分析

一、专利技术增长形式

二、专利申请人分析

三、专利分类分析

第二部分行业深度分析

第二章 全球登山鞋行业发展分析

第一节 世界登山鞋行业发展分析

一、2019-2023年世界登山鞋行业发展分析

二、2019-2023年世界登山鞋行业发展分析

第二节 全球登山鞋市场分析

一、2019-2023年全球登山鞋需求分析

二、2019-2023年欧美登山鞋需求分析

三、2019-2023年中外登山鞋市场对比

第三节 2019-2023年主要国家或地区登山鞋行业发展分析

一、2019-2023年美国登山鞋行业分析

二、2019-2023年日本登山鞋行业分析

三、2019-2023年欧洲登山鞋行业分析

第三章 2019-2023年中国登山鞋行业规模与经济效益

第一节 2019-2023年中国登山鞋行业总体规模分析

一、中国登山鞋行业企业数量分析

二、中国登山鞋行业资产规模分析

三、中国登山鞋行业销售收入分析

四、中国登山鞋行业利润总额分析

第二节 2019-2023年中国登山鞋行业经营效益分析

一、中国登山鞋行业偿债能力分析

二、中国登山鞋行业盈利能力分析

三、中国登山鞋行业的毛利率分析

四、中国登山鞋行业运营能力分析

第三节 2019-2023年中国登山鞋行业成本费用分析

一、中国登山鞋行业销售成本分析

二、中国登山鞋行业销售费用分析

三、中国登山鞋行业管理费用分析

四、中国登山鞋行业财务费用分析

第四节 2019-2023年行业运行形势

一、2019-2023年行业运行状况

二、2019-2023年行业运行数据

1、产销、营收、利润数据分析

2、同比增长情况分析

三、2019-2023年行业运行下面对的新问题分析

第五节 2019-2023年中国登山鞋市场需求状况分析

第四章 2019-2023年中国登山鞋行业重点区域发展分析

第一节 华北地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第二节 东北地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第三节 华东地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第四节 华南地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第五节 华中地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第六节 西南地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第七节 西北地区

一、整体区域现状及规模分析

二、重点市场发展情况

三、区域龙头企业分析

四、2024-2029年发展前景及投资规划

第五章 2019-2023年中国登山鞋产业链构成分析

第一节 中国登山鞋行业产业链构成分析

第二节 中国登山鞋行业上游产业供应能力分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业供应能力分析

三、2024-2029年上游产业供应能力预测

第三节 中国登山鞋行业下游产业市场需求能力分析

一、下游产业发展现状

二、下游产业供应能力分析

三、2024-2029年下游产业市场需求能力预测

第四节 登山鞋企业产业链延伸策略研究

一、产业链延伸的定义与优势

二、登山鞋企业产业链延伸策略的方向分析

三、登山鞋企业产业链延伸策略的建议

第六章 2019-2023年中国登山鞋行业渠道及模式分析

第一节 2019-2023年中国登山鞋行业盈利及经营模式分析

一、2019-2023年中国登山鞋行业盈利模式分析

1、2019-2023年中国登山鞋行业盈利模式分析

2、2019-2023年影响中国登山鞋行业盈利的因素分析

二、2019-2023年中国登山鞋行业经营模式分析

第二节 2019-2023年中国登山鞋行业渠道结构分析

一、2019-2023年中国登山鞋行业渠道结构分析

二、现有渠道的优劣势对比

三、渠道选择建议

第三部分竞争格局分析

第七章 2019-2023年中国登山鞋行业企业综合排名分析

第一节 2019-2023年中国登山鞋行业企业十强排名

一、中国登山鞋行业企业资产规模十强企业

二、中国登山鞋行业企业销售收入十强企业

三、中国登山鞋行业企业利润总额十强企业

第二节 2019-2023年中国登山鞋行业不同类型企业排名

一、中国登山鞋行业民营主要企业

二、中国登山鞋行业外资主要企业

第八章 2024-2029年规划中国登山鞋行业重点企业分析

第一节 探路者控股集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第二节 哥伦比亚运动服装商贸(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第三节 上海联亚商业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第四节 广东骆驼服饰有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业销售网络分析
- 四、企业产品价格分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第五节 威富服饰(中国)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业销售网络分析
- 四、企业产品价格分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第六节 南京边城体育用品股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业销售网络分析
- 四、企业产品价格分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第七节 新百丽鞋业(深圳)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析

三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第八节 迪卡侬(上海)体育用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第九节 亚玛芬体育用品贸易(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第十节 新丽运动用品(珠海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业销售网络分析

四、企业产品价格分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第四部分行业投资分析

第九章 2024-2029年中国登山鞋行业规划投资环境分析

第一节 2024-2029年经济环境预判

一、2024-2029年国民经济增长形势预测

二、2024-2029年工业经济发展形势分析

三、2024-2029年社会固定资产投资形势

四、2024-2029年社会消费品零售额预测

第二节 2024-2029年重点领域环境分析

一、2024-2029年金融环境预判

二、2024-2029年资源环境预判

三、2024-2029年生态环境预判

第三节 2024-2029年中国登山鞋行业社会环境分析

一、2024-2029年人口规模与结构

二、2024-2029年城镇化趋势与进程

三、2024-2029年居民收入增长预测

第十章 2024-2029年中国登山鞋行业投资前景策略分析

第一节 2024-2029年中国登山鞋行业规划发展前景预测

一、中国登山鞋行业投资前景预测分析

二、中国登山鞋行业需求规模预测分析

三、中国登山鞋行业市场前景预测分析

第二节 2024-2029年中国登山鞋行业投资风险分析

一、产业政策风险

二、原料市场风险

三、市场竞争风险

四、技术研发风险

五、其他方面风险

第三节 2024-2029年中国登山鞋行业投资策略

一、区域投资策略分析

二、投资方向及建议

第十一章 2024-2029年中国登山鞋行业前景发展分析

第一节 2024-2029年中国登山鞋行业前景SWOT分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机遇分析

四、威胁分析

第二节 2024-2029年中国登山鞋行业前景数据预测

一、中国登山鞋行业企业数量预测

二、中国登山鞋行业资产规模预测

三、中国登山鞋行业销售收入预测

四、中国登山鞋行业利润总额预测

第三节 2024-2029年中国登山鞋行业经营效益预测

一、中国登山鞋行业偿债能力预测

二、中国登山鞋行业盈利能力预测

三、中国登山鞋行业的毛利率预测

四、中国登山鞋行业运营能力预测

第五部分 投资规划及战略

第十二章 十四五投资规划分析

第一节 2024-2029年行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

第二节 2024-2029年行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第三节 2024-2029年中国农业机械行业投资建议

- 一、中国登山鞋行业未来发展方向
- 二、中国登山鞋行业主要投资建议
- 三、中国登山鞋企业融资分析

第四节 2024-2029年投资规划建议

第十三章 2024-2029年登山鞋企业战略规划策略分析

第一节 2024-2029年企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业做大做强的需要
- 三、企业可持续发展需要

第二节 2024-2029年企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第三节 2024-2029年规划企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

图表目录

图表：中国登山鞋行业生命周期

图表：全球登山鞋进出口增长情况

图表：全球登山鞋进出口区域分布

图表：2019-2023年我国GDP增长率变化

图表：2019-2023年我国居民消费水平增长变化

图表：2019-2023年我国固定资产投资增长变化

图表：2019-2023年我国人口数量增长情况

图表：华南地区中国登山鞋行业市场规模

图表：东地区中国登山鞋行业市场规模

图表：华北地区中国登山鞋行业市场规模

图表：华中地区中国登山鞋行业市场规模

图表：2019-2023年我国中国登山鞋行业市场规模

图表：2019-2023年我国中国登山鞋行业年销量

图表：2019-2023年我国登山鞋价格走势

图表：2024-2029年我国登山鞋价格走势预测

图表：2019-2023年我国登山鞋进出口统计

图表：2024-2029年中国登山鞋行业企业数量预测

图表：2024-2029年中国登山鞋行业资产规模预测

图表：2024-2029年中国登山鞋行业销售收入预测

图表：2024-2029年中国登山鞋行业利润总额预测

图表：2024-2029年中国登山鞋行业偿债能力预测

图表：2024-2029年中国登山鞋行业盈利能力预测

图表：2024-2029年中国登山鞋行业的毛利率预测

图表：2024-2029年中国登山鞋行业运营能力预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170613/83309.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)