2021-2027年中国运动服装行业研究与发展前景报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国运动服装行业研究与发展前景报告》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.chinairr.org/report/R12/R1202/202011/24-374018.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

运动服是指专用于体育运动竞赛的服装。广义上还包括从事户外体育活动所穿用的服装。运动服通常是按照运动项目的特定要求设计制作。

运动服主要分为田径服、球类服、水上服、冰上服、举重服、摔跤服、体操服、登山服、击剑服9类。

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国运动服装行业研究与发展前景报告》共十四章。首先介绍了运动服装行业市场发展环境、运动服装整体运行态势等，接着分析了运动服装行业市场运行的现状，然后介绍了运动服装市场竞争格局。随后，报告对运动服装做了重点企业经营状况分析，最后分析了运动服装行业发展趋势与投资预测。您若想对运动服装产业有个系统的了解或者想投资运动服装行业，本报告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 运动服装行业相关概述
1.1 运动服装行业定义及特点
1.1.1 运动服装的定义
1.1.2 运动服装产品分类
1.1.3 运动服装产品特点
1、运动服装的服务特性
2、运动服装的功能性
1.2 运动服装行业经营模式分析
1.2.1 生产模式
1.2.2 采购模式
1.2.3 销售模式

第二章 运动服装行业市场特点概述
2.1 行业市场概况
2.1.1 行业市场特点
2.1.2 行业市场化程度

2.2 进入本行业的主要障碍
一、品牌障碍
二、产品设计、研发障碍
三、供应链管理能力壁垒
四、管理及人才壁垒
2.3 行业的周期性、区域性
2.3.1 行业周期分析
2.3.2 行业的区域性
2.4 行业与上下游行业的关联性
2.4.1 行业产业链概述
2.4.2 上游产业分布
2.4.3 下游产业分布

第三章 2015-2019年中国运动服装行业发展环境分析
3.1 运动服装行业法律环境
3.1.1 《国家纺织产品基本安全技术规范》
3.1.2 《关于加快纺织行业结构调整促进产业升级若干意见的通知》
3.1.3 《针织行业“十三五”发展规划》
3.1.4 政策环境对行业的影响
3.2 运动服装行业经济环境分析
3.2.1 宏观经济形势分析
3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析
3.3 运动服装行业社会环境分析
3.3.1 运动服装产业社会环境
3.3.2 社会环境对行业的影响
3.4 运动服装行业技术环境
3.4.1 运动服装技术分析
3.4.2 运动服装技术发展水平
3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球运动服装行业发展概述
4.1 2015-2019年全球运动服装行业发展情况概述

4.1.1 全球运动服装发展现状
4.1.2 全球运动服装发展特征
4.2 2015-2019年全球主要地区运动服装行业发展状况
4.2.1 欧洲
4.2.2 美国
4.2.3 英国
4.2.4 韩国
4.3 2021-2027年全球运动服装行业发展前景预测
4.3.1 全球运动服装行业发展前景
4.3.2 全球运动服装行业发展趋势
4.4 全球运动服装行业重点企业发展动态分析
4.4.1 耐克Nike
4.4.2 阿迪达斯Adidas
4.4.3 茵宝UMBRO
4.4.4 彪马PUMA
4.4.5 锐步Reebok

第五章 中国运动服装行业发展概述
5.1 中国运动服装行业发展状况分析
5.1.1 中国运动服装行业发展总体概况
1、我国运动服装业所处的发展阶段
2、新时期经济大背景下的运动服装业
5.1.2 中国运动服装行业发展特性
1、劳动密集型产业
2、运动服设计专业性
3、运动服需求时尚性
4、运动服需求季节性
5、运动服品牌效应化
6、运动服产品雷同化
5.2 2015-2019年运动服装行业发展现状
5.2.1 2015-2019年中国运动服装行业市场规模
5.2.2 2015-2019年中国运动服装行业发展分析

5.2.3 2015-2019年中国运动服装企业发展分析
5.3 2021-2027年中国运动服装行业面临的困境消费制约
5.3.1 运动服装行业如何突破渠道困境
5.3.2 制约城市居民运动服装消费的诸因素分析
1、人们的经济收入
2、生活方式的改变
3、服装多样化
4、价格
5、地理活动空间对居民体育消费行为的影响

第六章 中国运动服装所属行业市场运行分析
6.1 2015-2019年中国运动服装行业总体规模分析
6.1.1 企业数量结构分析
6.1.2 人员规模状况分析
6.1.3 行业资产规模分析
6.2 2015-2019年中国运动服装行业市场供需分析
6.2.1 中国运动服装行业供给分析
6.2.2 中国运动服装行业需求分析
6.2.3 中国运动服装行业供需平衡
6.3 中国运动服行业消费群体分析
6.3.1 青少年运动服市场需求分析
1、消费结构
2、消费理念
3、品牌意识
4、接触媒体
6.3.2 中老年人运动服市场需求分析
1、中年运动服市场需求分析
2、老年运动服市场需求分析
6.3.3 大学生运动服品牌需求心理调查分析
1、调查对象与方法
2、大学生体育消费情况
3、大学生运动服品牌选择及比较

4、影响大学生运动服品牌需求心理因素
5、调查结论分析及建议
6.4 2015-2019年中国运动服装所属行业财务指标总体分析
6.4.1 行业盈利能力分析
6.4.2 行业偿债能力分析
6.4.3 行业营运能力分析
6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国运动服装行业细分市场分析
7.1 运动服装行业细分市场概况
7.1.1 市场细分充分程度
7.1.2 市场细分发展趋势
7.1.3 市场细分战略研究
7.1.4 细分市场结构分析
7.2 篮球服市场发展分析
7.2.1 市场发展现状概述
7.2.2 行业市场需求
7.2.3 产品市场潜力
7.3 足球服市场发展分析
7.3.1 市场发展现状概述
7.3.2 行业市场需求
7.3.3 产品市场潜力
7.4 田径服市场发展分析
7.4.1 市场发展现状概述
7.4.2 行业市场需求
7.4.3 产品市场潜力
7.5 建议
7.5.1 细分市场研究结论
7.5.2 细分市场建议

第八章 中国运动服行业市场营销分析
8.1 运动服行业营销渠道分析

8.1.1 行业营销渠道类型

1、大型商场/百货公司

2、普通商场及服装店

3、专卖店

4、仓储商超及连锁店

5、批发市场

6、网上销售

8.1.2 行业零售渠道格局

1、百丽国际

2、宝盛道吉

3、劲浪体育

4、国美锐动

8.1.3 行业外销转内销的渠道升级策略

1、产品策略

2、价格策略

3、渠道策略

4、促销策略

8.1.4 行业营销渠道发展趋势

1、网络购物

2、网上支付

8.2 运动服行业营销策略分析

8.2.1 行业战略营销策略

1、知名品牌战略营销策略

2、运动服企业战略营销建议

8.2.2 行业品牌营销策略

1、行业品牌建设现状

2、行业品牌建设策略

8.2.3 行业网络营销策略

1、网络产品策略

2、网络定价策略

3、网络分销策略

4、网络促销策略

8.2.4 行业展会营销策略
1、行业展会的筛选策略
2、参展企业的备战策略
3、参展企业的招商策略
8.2.5 体育赛事营销策略
1、体育赛事营销内涵
2、体育赛事营销新手段
3、体育赛事营销现状
4、体育赛事营销优势
5、体育赛事营销建议
8.2.6 行业营销策略新动向
1、体育本位营销
2、植入式体育营销

第九章 中国运动服装行业市场竞争格局分析
9.1 中国运动服装行业竞争格局
9.1.1 运动服装行业区域分布格局
9.1.2 运动服装行业企业规模格局
9.1.3 运动服装行业企业性质格局
9.2 中国运动服装行业竞争五力分析
9.2.1 上游议价能力
9.2.2 下游议价能力
9.2.3 新进入者威胁
9.2.4 替代产品威胁
9.2.5 现有企业竞争
9.3 中国运动服装行业投资兼并重组整合
9.3.1 投资兼并重组现状
9.3.2 投资兼并重组案例
9.4 中国运动服装行业重点企业竞争策略

第十章 中国运动服装行业领先企业竞争力分析
10.1 贵人鸟股份有限公司

10.1.1 企业发展基本情况
10.1.2 企业主要产品
10.1.3 企业竞争优势
10.1.4 企业经营状况
10.1.5 企业发展战略
10.2 安踏体育用品有限公司
10.2.1 企业发展基本情况
10.2.2 企业主要产品
10.2.3 企业竞争优势
10.2.4 企业经营状况
10.2.5 企业发展战略
10.3 广州康威集团体育用品股份有限公司
10.3.1 企业发展基本情况
10.3.2 企业主要产品
10.3.3 企业竞争优势
10.3.4 企业经营状况
10.3.5 企业发展战略
10.4 探路者控股集团股份有限公司
10.4.1 企业发展基本情况
10.4.2 企业主要产品
10.4.3 企业竞争优势
10.4.4 企业经营状况
10.4.5 企业发展战略
10.5 特步（中国）有限公司
10.5.1 企业发展基本情况
10.5.2 企业主要产品
10.5.3 企业竞争优势
10.5.4 企业经营状况
10.5.5 企业发展战略
10.6 乔丹体育股份有限公司
10.6.1 企业发展基本情况
10.6.2 企业主要产品

10.6.3 企业竞争优势
10.6.4 企业经营状况
10.6.5 企业发展战略
10.7 鸿星尔克体育用品有限公司
10.7.1 企业发展基本情况
10.7.2 企业主要产品
10.7.3 企业竞争优势
10.7.4 企业经营状况
10.7.5 企业发展战略
10.8 青岛双星名人实业股份有限公司
10.8.1 企业发展基本情况
10.8.2 企业主要产品
10.8.3 企业竞争优势
10.8.4 企业经营状况
10.8.5 企业发展战略
10.9 福建喜得龙体育用品有限公司
10.9.1 企业发展基本情况
10.9.2 企业主要产品
10.9.3 企业竞争优势
10.9.4 企业经营状况
10.9.5 企业发展战略
10.10 三六一度国际有限公司
10.10.1 企业发展基本情况
10.10.2 企业主要产品
10.10.3 企业竞争优势
10.10.4 企业经营状况
10.10.5 企业发展战略
10.11 领先企业市场份额及预测

第十一章 2021-2027年中国运动服装行业发展趋势与前景分析
11.1 2021-2027年中国运动服装市场发展前景
11.1.1 2021-2027年运动服装市场发展潜力

11.1.2 2021-2027年运动服装细分行业发展前景分析
1、传统品类向户外装束偏移
2、多功能产品成为运动装主流
4、时尚印花元素引领运动装潮流
11.2 2021-2027年中国运动服装市场发展趋势预测
11.2.1 2021-2027年运动服装行业发展趋势
11.2.2 2021-2027年运动服装市场规模预测
11.2.3 2021-2027年运动服装行业应用趋势预测
11.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测

第十二章 2021-2027年中国运动服装行业投资前景
12.1 运动服装行业投资特性分析
12.1.1 运动服装行业进入壁垒分析
1、品牌壁垒
2、技术壁垒
3、贸易壁垒
4、人才壁垒
12.1.2 运动服装行业盈利模式分析
1、品牌+设计+终端
2、OEM
12.1.3 运动服装行业盈利因素分析
1、下游需求产业的发展
2、对成本的控制
3、市场竞争程度决定行业盈利
12.2 运动服装行业投资机会分析
12.2.1 产业链投资机会
12.2.2 细分市场投资机会
12.2.3 重点区域投资机会
12.3 运动服装行业投资风险分析
12.3.1 运动服装行业政策风险
12.3.2 宏观经济风险
12.3.3 市场竞争风险

12.3.4 关联产业风险
12.3.5 产品结构风险
12.3.6 技术研发风险
12.3.7 其他投资风险

第十三章 2021-2027年中国运动服装企业战略规划策略分析
13.1 战略综合规划
13.2 技术开发战略
13.3 区域战略规划
13.4 产业战略规划
13.5 营销品牌战略
13.6 竞争战略规划

第十四章 研究结论及建议
14.1 研究结论
14.2 建议
14.2.1 行业发展策略建议
1、项目投资注意事项
2、生产开发注意事项
3、产品销售注意事项
14.2.2 行业投资方向建议
14.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表 1：运动服装产业链分析
图表 2：2015-2019年中国国内生产总值统计分析
图表 3：2015-2019年全国居民消费价格上涨情况
图表 4：2015-2019年全国居民人均可支配收入及其增长速度
图表 5：2019年中国社会固定资产投资分析
图表 6：2015-2019年中国进出口贸易总额
图表 7：2015-2019年间运动服行业专利申请量分布图
图表 8：2015-2019年中国运动服装行业市场规模分析

图表 9：2019年中国运动服装行业企业数量结构分析
图表 10：2019年中国运动服装行业人员规模状况分析
图表 11：2015-2019年中国运动服装行业资产规模分析
图表 12：2015-2019年中国运动服装行业供给分析
图表 13：2015-2019年中国运动服装行业需求分析
图表 14：2015-2019年中国运动服装行业供需平衡分析
图表 15：2015-2019年中国青少年运动服消费结构分析
图表 16：2019年大学生体育消费支出情况分析
图表 17：2015-2019年中国运动服装行业盈利能力分析
图表 18：2015-2019年中国运动服装行业偿债能力分析
图表 19：2015-2019年中国运动服装行业营运能力分析
图表 20：2015-2019年中国运动服装行业发展能力分析
图表 21：2019年中国运动服装细分市场结构分析
图表 22：2015-2019年中国篮球服市场需求规模分析
图表 23：2021-2027年中国篮球服市场潜力预测
图表 24：2015-2019年中国足球服市场需求规模分析
图表 25：2021-2027年中国足球服市场潜力预测
图表 26：2015-2019年中国田径服市场需求规模分析
图表 27：2021-2027年中国田径服市场潜力预测
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/202011/24-374018.html