

2021-2027年中国运动服装 市场发展趋势与投资战略研究报告

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

《2021-2027年中国运动服装市场发展趋势与投资战略研究报告》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.abaogao.com/b/fuzhuang/114382VBMM.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

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。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国运动服装市场发展趋势与投资战略研究报告》共七章。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 2015-2019年运动服装产业发展分析

1.1 运动服装概念、分类及历史沿革

1.1.1 简介

1.1.2 分类

1.1.3 特点

1.1.4 兴起与发展

1.2 全球运动服装产业发展综述

1.2.1 全球运动服装市场规模分析

1.2.2 全球主要运动服装品牌介绍

1.2.3 国外高性能运动服装的发展

1.2.4 全球运动服装市场前景及趋势

1.3 全球主要国家运动服装产业发展状况

1.3.1 主要国家运动服进口状况

1.3.2 美国运动服饰市场销售分析

1.3.3 德国运动服装市场销售情况

- 1.3.4 韩国运动服装市场发展状况
- 1.3.5 日本运动服装企业的业务重点
- 1.4 中国运动服装产业发展综述
 - 1.4.1 建国以来中国运动服装发展之路
 - 1.4.2 中国运动服装行业发展规模分析
 - 1.4.3 中国运动服装产业立足标准化发展
 - 1.4.4 中国运动服行业的最新政策动态
 - 1.4.5 中国运动服装行业面临转型
 - 1.4.6 时装化逐渐融入运动服装设计中
- 1.5 中国运动服装行业发展面临的问题及对策
 - 1.5.1 中国运动服装产业结构存在的问题
 - 1.5.2 制约中国本土运动品牌发展的瓶颈
 - 1.5.3 提升中国运动服装行业竞争力的对策
 - 1.5.4 中国本土运动服装品牌的塑造策略
 - 1.5.5 中国运动服装企业快速发展的建议

第二章 2015-2019年中国运动服装市场分析

- 2.1 中国运动服装市场发展现状
 - 2.1.1 中国运动服装市场规模情况
 - 2.1.2 2019年中国运动服装市场发展状况
 - 2.1.3 2019年中国运动服装品牌发展状况
 - 2.1.4 2019年一季度中国运动服装品牌运营状况
 - 2.1.5 中国运动服装市场规模制胜时代结束
 - 2.1.6 运动服装产品的时尚化发展动向
- 2.2 2015-2019年中国运动服装市场销售格局
 - 2.2.1 2019年中国运动服装市场销售状况
 - 2.2.2 2019年中国运动服装市场品牌格局
 - 2.2.3 2019年中国运动服装市场品牌格局
- 2.3 2015-2019年中国运动服装网络用户关注格局
 - 2.3.1 2016年中国运动服装市场用户关注状况
 - 2.3.2 2017年中国运动服装市场用户关注状况
 - 2.3.3 2019年中国运动服装市场用户关注状况

- 2.3.4 2019年中国运动服装市场用户关注状况
- 2.4 中国运动服装出口状况分析
 - 2.4.1 近几年中国运动服的出口情况
 - 2.4.2 中国运动服出口海外市场分析
 - 2.4.3 主要地区运动服出口分析
 - 2.4.4 运动服出口特点及发展形势分析
- 2.5 户外运动服装市场发展分析
 - 2.5.1 中国户外运动用品市场趋热
 - 2.5.2 户外运动服装面料的若干特征
 - 2.5.3 2019年中国户外运动用品市场销售情况
 - 2.5.4 2019年中国户外运动用品市场发展分析
 - 2.5.5 2019年中国户外运动用品市场发展态势
 - 2.5.6 户外运动品牌在中国市场的竞争格局
 - 2.5.7 中国户外运动服装的主要销售渠道
- 2.6 儿童运动服装市场发展分析
 - 2.6.1 童装市场成为运动品牌新目标
 - 2.6.2 中国童装运动品牌的发展状况
 - 2.6.3 中国童装运动品牌的竞争态势
 - 2.6.4 运动品牌进军童装市场的策略分析
 - 2.6.5 运动品牌进军童装市场需找准定位

第三章 2015-2019年运动服装营销探讨

- 3.1 运动服装营销模式及渠道分析
 - 3.1.1 体育赞助(ZY XH)
 - 3.1.2 时尚营销
 - 3.1.3 迅速推新
 - 3.1.4 明星效应
 - 3.1.5 网络营销
 - 3.1.6 销售方式与销售渠道简析
- 3.2 运动服装主要营销策略分析
 - 3.2.1 运动服装产品的定位及营销策略简述
 - 3.2.2 三级市场凭借价格营销取得良好发展

- 3.2.3 运动服装品牌草根营销风头正健
- 3.2.4 运动服装品牌的营销动向分析
- 3.2.5 中国运动品牌营销的问题及对策
- 3.3 中国运动品牌体育营销组合策略探讨
 - 3.3.1 产品策略
 - 3.3.2 价格策略
 - 3.3.3 体育促销策略
 - 3.3.4 体育营销分销渠道选择策略
- 3.4 运动服装“纵向切割”营销模式分析
 - 3.4.1 运动服装“横向切割”发展之路
 - 3.4.2 “横向切割”模式的弊端分析
 - 3.4.3 实施“纵向切割”实现品牌突围
- 3.5 主要国际运动服装品牌营销模式分析
 - 3.5.1 阿迪达斯
 - 3.5.2 彪马
 - 3.5.3 Kappa
 - 3.5.4 美津浓
- 3.6 国内主要运动服装品牌营销策略解析
 - 3.6.1 李宁
 - 3.6.2 安踏
 - 3.6.3 匹克
 - 3.6.4 361度
 - 3.6.5 特步

第四章 运动服装行业竞争分析

- 4.1 中国体育用品国际竞争力分析
 - 4.1.1 中国体育用品行业的发展状况
 - 4.1.2 中国体育用品国际竞争力状况剖析
 - 4.1.3 影响中国体育用品产业国际竞争力的因素
 - 4.1.4 提升中国体育用品产业国际竞争力的战略
- 4.2 中国运动服装市场竞争状况分析
 - 4.2.1 国际运动服装品牌竞争优势显著

- 4.2.2 国内外运动服装品牌对比分析
- 4.2.3 运动服装品牌细分市场激烈
- 4.2.4 国内外运动服装品牌竞争新动向
- 4.2.5 中国运动服装线上市场竞争加剧
- 4.3 中国运动服装行业的竞争格局
 - 4.3.1 进入退出壁垒
 - 4.3.2 潜在进入者
 - 4.3.3 替代产品
 - 4.3.4 下游议价能力
 - 4.3.5 上游议价能力
- 4.4 主要运动服装品牌对比竞争状况
 - 4.4.1 耐克与阿迪达斯在女性市场的竞争
 - 4.4.2 阿迪达斯与彪马竞争状况分析
 - 4.4.3 李宁与安踏财务竞争力的比拼
 - 4.4.4 李宁与探路者竞争状况分析
 - 4.4.5 本土主要运动品牌零售网点比较
- 4.5 运动服装企业供应链竞争力分析及提升对策
 - 4.5.1 运动服装企业供应链的特性分析
 - 4.5.2 运动服装企业供应链比较研究的指标选取
 - 4.5.3 耐克与李宁供应链定性比较分析
 - 4.5.4 耐克与李宁供应链定量比较分析
 - 4.5.5 提升企业供应链竞争力的启示与建议

第五章 主要国际运动服装企业

- 5.1 耐克
 - 5.1.1 公司简介
 - 5.1.2 耐克经营状况
- 5.2 阿迪达斯
 - 5.2.1 公司简介
 - 5.2.2 阿迪达斯经营状况
- 5.3 彪马
 - 5.3.1 公司简介

- 5.3.2 彪马经营状况
- 5.4 日本美津浓株式会社
 - 5.4.1 公司简介
 - 5.4.2 美津浓经营状况
- 5.5 卡帕
 - 5.5.1 公司简介
 - 5.5.2 Kappa进入中国市场的发展历程
 - 5.5.3 Kappa赢取市场的成功经验
 - 5.5.4 Kappa中国电商渠道的发展剖析
 - 5.5.5 近年Kappa中国市场运营状况分析

第六章 中国主要运动服装企业分析

- 6.1 李宁体育用品有限公司
 - 6.1.1 公司简介
 - 6.1.2 李宁经营状况分析
- 6.2 安踏体育用品有限公司
 - 6.2.1 公司简介
 - 6.2.2 安踏经营状况分析
- 6.3 三六一度国际有限公司
 - 6.3.1 企业简介
 - 6.3.2 361度经营状况分析
- 6.4 特步（中国）有限公司
 - 6.4.1 公司简介
 - 6.4.2 特步国际经营状况分析
- 6.5 福建泉州匹克（集团）公司
 - 6.5.1 公司简介
 - 6.5.2 匹克体育经营状况分析

第七章 中国运动服装未来发展前景及趋势展望

- 7.1 体育用品发展趋势及前景
 - 7.1.1 中国体育用品市场发展形势展望
 - 7.1.2 中国体育用品市场发展空间大

- 7.1.3 体育用品网购趋势分析
- 7.2 运动服装发展前景与趋势分析
 - 7.2.1 中国运动服装发展前景广阔
 - 7.2.2 运动服装的未来发展方向浅析
 - 7.2.3 高性能运动服装发展的三大趋势
 - 7.2.4 2021-2027年中国运动服装行业预测分析

部分图表目录：

- 图表 英国运动服进口来源分布
 - 图表 美国运动服进口来源分布
 - 图表 德国运动服进口来源分布
 - 图表 法国运动服进口来源分布
 - 图表 意大利运动服进口来源分布
 - 图表 日本运动服进口来源分布
 - 图表 美国消费者穿着运动服饰从事其他活动调查
 - 图表 美国消费者购买运动服饰最普遍的渠道
 - 图表 美国消费者对35%具有功能性运动服饰吸湿整理功能的关注度
 - 图表 中国运动服行业企业数量增长情况
 - 图表 中国运动品牌企业数量分布的区域结构图
 - 图表 中国运动服行业固定资产增长情况
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/114382VBMM.html>