

# 2021-2027年中国运动服装 市场分析与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国运动服装市场分析与投资战略咨询报告》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/W918947ZNT.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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分析与投资战略咨询报告》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 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.abaogao.com/b/fuzhuang/W918947ZNT.html>