

2022-2027年中国运动服装行业市场发展现状及投资前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国运动服装行业市场发展现状及投资前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/clothing/756741.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

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：

第一部分 运动服装行业发展分析

第一节 行业界定

一、运动服装行业定义及分类

二、运动服装行业经济特性

三、运动服装行业产业链简介

第二节 运动服装行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 运动服装行业经营模式分析

第四节 运动服装行业相关产业动态

第二章 运动服装行业发展现状

第一节 中国运动服装行业发展现状

第二节 中国运动服装市场发展分析

第三节 2021年本土运动品牌的发展情况

第四节 2021年运动品牌进入童装市场分析

一、运动品牌纷纷进入童装市场

二、运动品牌借童装寻找新的利润增长点

三、体育用品延伸至儿童用品市场将成为发展方向

第三章 关联行业发展情况分析

第一节 体育产业发展分析

一、2021年体育产业发展现状分析

二、2021年体育用品业发展现状分析

第二节 服装行业发展分析

一、2021年服装行业运行情况

- 二、2021年服装行业运行情况
- 三、2021年服装行业发展分析
- 四、2021年服装产品生产情况
- 五、2021年纺织服装制造主要经济指标分析
- 六、2021年纺织服装出口情况
- 七、2021年服装行业面临的成本压力
- 八、2021年服装行业出口形势
- 第三节 缝制设备行业发展分析
 - 一、2021年缝制机械行业运行分析
 - 二、2021年纺织机械经济分析
 - 三、2021年缝制机械行业形势分析
 - 五、“十四五”缝制机械行业发展预测
- 第四节 服装面料行业发展分析
- 第五节 户外运动用品行业发展分析
- 第二部分 运动服装行业竞争格局分析
- 第四章 运动服装市场竞争分析
 - 第一节 中国运动服装行业竞争格局
 - 一、行业企业竞争格局
 - 二、行业技术竞争格局
 - 三、行业区域竞争格局
 - 第二节 中国运动服装行业竞争力分析
 - 一、上游议价能力分析
 - 二、下游议价能力分析
 - 三、行业内企业竞争分析
 - 四、替代品威胁分析
 - 五、潜在进入者分析
 - 六、行业市场竞争总结
 - 第三节 中国运动服装行业集中度分析
- 第五章 国际知名运动服装品牌分析
 - 第一节 耐克体育用品有限公司（NIKE）
 - 一、企业简介
 - 二、企业经营状况
 - 三、企业竞争力分析
 - 四、企业发展战略
 - 第二节 阿迪达斯公司（ADIDAS）

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第三节 彪马公司 (PUMA)

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第四节 背靠背 (KAPPA)

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第六章 中国优势运动服装企业分析

第一节 李宁有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第二节 安踏体育

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第三节 特步国际

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第四节 中国动向

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第五节 361度有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第六节 匹克体育

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第七节 美克国际

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第三部分 运动服装行业发展趋势预测

第七章 2022-2027年运动服装市场发展趋势预测

第一节 2022-2027年我国运动服装市场展望

- 一、运动服装面料的趋势
- 二、运动服装的功能性趋势分析
- 三、中国运动服饰的发展方向

第二节 2022-2027年运动服装发展趋势分析

- 一、2021年运动服生命周期
- 二、2021年秋冬运动服流行趋势
- 三、2016- 2021年运动服装流行色及流行趋势
- 四、2022-2027年全球运动服装市场预测

第四部分 运动服装行业发展战略探讨

第八章 2022-2027年运动服装发展战略探讨

第一节 运动服装消费者市场

- 一、学生购买运动服装的消费行为
- 二、我国体育消费现状的研究与分析
- 三、我国知识女性体育消费情况分析
- 四、高校学生体育消费特征分析

第二节 运动服饰告别疯狂扩张战略分析

- 一、减速

二、收缩

三、去库存

四、新的领域

第三节 2021年启动品牌化营销新战略

第四节 国内运动品牌提升策略

一、运动品牌需提升店效

二、差异化发展

三、新营销策略

第九章 2022-2027年运动服装销售及营销策略探讨

第一节 中国运动服装的营销方式

一、大型商场百货公司

二、普通商场服装店

三、户外运动服装专卖店

四、商场、超市及连锁店

五、批发市场

六、邮购

七、网上销售

第二节 2021年中国运动服装品牌渠道存在的问题

一、李宁渠道模式分析

二、安踏渠道模式分析

三、晋江模式分析

四、晋江模式的罪与罚

第三节 全面剖析体育用品品牌化营销新战略

一、中国体育用品市场的发展现状

二、我国体育用品企业营销存在的问题

三、我国体育用品品牌化市场营销战略分析

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/clothing/756741.html>