

# 2022-2028年中国运动服饰 产业发展现状与发展前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

# 一、报告报价

《2022-2028年中国运动服饰产业发展现状与发展前景报告》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.cction.com/report/202112/255475.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

根据各项运动的特点、比赛规定、运动员体型等因素以及有利于竞技的要求而制做的服装以及相关装饰物品。包括服装、鞋、帽子、袜子、手套、围巾、提包、发饰、手环、遮阳伞等。运动服饰有多种分类，并且从19世纪发展到21世纪以来，有了多种品牌，是日常生活中的必备生活用品之一。

随着我国制造加工业的成熟发展我国运动服饰生产规模一直保持高规模增长，2018年全国运动服饰产量57784.7万套，同比提升5.04%，2015年开始我国运动服饰产业规模加速提升，到2018年全国运动服装市场规模1125亿元，占比46.26%。2016-2018年中国运动服饰行业市场规模及产量走势

中企顾问网发布的《2022-2028年中国运动服饰产业发展现状与发展前景报告》共九章。首先介绍了中国运动服饰行业市场发展环境、运动服饰整体运行态势等，接着分析了中国运动服饰行业市场运行的现状，然后介绍了运动服饰市场竞争格局。随后，报告对运动服饰做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国运动服饰行业发展趋势与投资预测。您若想对运动服饰产业有个系统的了解或者想投资中国运动服饰行业，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 运动服饰行业的相关概述1.1 运动服装的概述1.1.1 运动服装的概念1.1.2 运动服装的分类1.1.3 运动服饰的演变1.2 运动鞋的概述1.2.1 运动鞋的概述1.2.2 运动鞋的种类1.2.3 运动鞋技术发展趋势1.3 运动服装行业概况1.3.1 运动服饰行业界定1.3.2 运动服饰行业特点1.3.3 行业经营模式分析1.3.4 运动服饰产业链分析 第二章 2019年中国运动服饰行业发展环境分析2.1 宏观经济环境2.1.1 2019年中国宏观经济总体运行情况2.1.2 2019年中国经济运行情况2.1.3 2019年中国经济总体发展形势2.2 政策法规环境2.2.1 运动服饰行业的监管体制2.2.2 运动服饰行业主要法律法规2.2.3 运动服饰行业发展相关政策2.3 产业发展环境2.3.1 2019年中国服装行业发展概况2.3.2 2019年中国服装消费市场状况

2018年中国限额以上服装类商品零售额累计增长8.5%，增速较2017年提高0.5%。限额以上服装零售延续了2017年以来的增速加快趋势。2018年1-12月服装行业规模以上企业累计实现主营业务收入107106.6亿元，同比增长4.1%，利润总额1006.8亿元，同比增长10.8%。截至2019年上半年，服装类商品零售额达到4749.7亿元。2010-2019年H1中国服装类商品零售额及增长走势2.3.3 2019年服装所属行业经济运行分析2.3.4 2019年国内服装销售市场情况2.4 市场环境分析2.4.1 2019年中国的城市人口与城市化进程2.4.2 2019年居民家庭人均可支配收入状况2.4.3

2019年居民衣着服装类消费支出情况2.4.4 中国零售市场可持续增长主要推动力 第三章

2015-2019年中国运动服装所属行业市场状况3.1 2019年中国运动服饰市场分析3.1.1 2019年中国运动服饰市场规模分析3.1.2 2019年中国运动服饰市场产品结构3.1.3 中国运动服饰行业增长推动力分析3.2 中国运动服饰品牌竞争分析3.2.1 2019年中国运动服饰品牌竞争格局3.2.2 2019年中外运动服饰品牌市场份额3.2.3 国内运动服饰与国际品牌差距分析3.3 中国运动服装产业概述3.3.1 中国运动服装产业发展现状3.3.2 中国运动服装企业构成情况3.3.3 中国运动服装产业分布状况3.4 中国运动服装市场状况3.4.1 运动服装市场的需求多样化3.4.2 运动服装层次需求与影响因素3.4.3 青少年运动服装消费增长迅速3.4.4 女性运动服装消费增长不容忽视3.4.5 中国运动服装市场的发展对策3.5 中国运动服装消费者分析3.5.1 运动服装行业主要消费群体情况3.5.2 影响消费者购买运动服装的因素3.5.3 消费者购买运动服装的偏好分析3.5.4 消费者购买运动服装的渠道分析 第四章 2015-2019年中国运动鞋市场分析4.1 中国运动鞋产业规模分析4.1.1 中国运动鞋产业发展概况4.1.2 中国运动鞋企业构成情况4.1.3 中国运动鞋行业地区分布4.1.4 中国运动鞋行业规模统计4.2 2015-2019年运动鞋产业发展分析4.2.1 2019年中国品牌运动鞋成绩飘红4.2.2 2019年中国运动鞋产业困境分析4.2.3 2019年中国运动鞋产业呈现回暖4.2.4 2019年一线运动鞋企业订单情况4.3 晋江运动鞋产业分析4.3.1 晋江运动鞋产业发展概况4.3.2 晋江运动鞋企开拓国内市场4.3.3 晋江运动鞋企渠道竞争分析4.3.4 晋江运动鞋企掀海外上市潮4.4 中国运动鞋市场竞争分析4.4.1 中国运动鞋市场竞争现状4.4.2 运动鞋企业夺战高端资源争4.4.3 品牌运动鞋业竞争迈进童鞋市场4.4.4 国内运动鞋品牌进军农村市场4.5 中国运动鞋企营销策略分析4.5.1 中国运动鞋体育营销策略分析4.5.2 中国品牌运动鞋定位营销分析4.5.3 品牌运动鞋企业试水营销新模式4.5.4 运动鞋企的营销策略4.6 运动鞋行业发展问题与对策4.6.1 国产运动鞋品牌面对的四大僵局4.6.2 中国运动鞋产业与国外的差距4.6.3 中国运动鞋企发展策略4.6.4 对国内运动鞋行业的发展建议 第五章 中国运动服饰网购分析5.1 服装网购概述5.1.1 服装网购的定义5.1.2 服装网购网站的分类5.1.3 服装网购的优势概述5.2 2019年中国服装网购分析5.2.1 2019年中国网民与网购规模分析5.2.2 2019年中国服装网购市场规模分析5.2.3 2019年中国服装网购消费群体分析5.2.4 中国服装网络零售现状与趋势分析5.2.5 中国服装网购行业成长空间巨大5.3 中国运动服饰网购分析5.3.1 运动休闲服饰网购调查分析5.3.2 运动服饰企业网络营销布局5.3.3 361°网络营销燃渠道新火5.3.4 李宁携手快钱拓展网上业务 第六章 国外运动服饰重点品牌运营分析6.1 耐克Nike6.1.1 耐克公司简介6.1.2 耐克公司经营情况分析6.1.3 耐克公司市场细分情况6.1.4 耐克公司发展动态6.2 阿迪达斯Adidas6.2.1 阿迪达斯公司简介6.2.2 阿迪达斯公司经营情况分析6.2.3 阿迪达斯公司经营情况分析6.2.4 阿迪达斯公司发展动态6.3 彪马PUMA6.3.1 彪马公司简介6.3.2 彪马公司经营情况6.3.3 彪马公司发展动态6.4 美津浓Mizuno6.4.1 日本美津浓株式会社简介6.4.2 日本美津浓株式会社经营分析6.4.3 日本美津浓株式会社发展动态 第七章 中国运动服饰品牌经

营分析7.1 李宁 Li-Ning7.1.1 李宁简介7.1.2 公司经营情况分析7.1.3 公司发展战略分析7.2 安踏 ANTA7.2.1 安踏简介7.2.2 公司经营情况分析7.2.3 公司发展战略分析7.3 特步 Xtep7.3.1 特步简介7.3.2 公司经营情况分析7.3.3 公司发展战略分析7.4 361°7.4.1 361°简介7.4.2 公司经营情况分析7.4.3 公司发展战略分析7.5 鸿星尔克 ERKE7.5.1 鸿星尔克简介7.5.2 公司经营情况分析7.5.3 公司发展战略分析7.6 中国动向7.6.1 中国动向简介7.6.2 公司经营情况分析7.6.3 公司发展战略分析 第八章 中国运动服饰企业发展策略分析8.1 运动服饰企业营销策略分析8.1.1 运动服饰企业营销的战略转型8.1.2 运动服饰企业营销的发展趋势8.1.3 运动服饰企业营销战略和策略8.2 运动服饰企业竞争策略分析8.2.1 领先者市场竞争策略8.2.2 挑战者市场竞争策略8.2.3 追随者市场竞争策略8.2.4 补缺者市场竞争策略8.3 运动服饰企业资本市场的运作建议8.3.1 运动服饰企业的兼并及收购建议8.3.2 运动服饰企业的融资方式选择建议8.3.3 运动服饰企业海外资本市场的运作建议 第九章 2022-2028年中国运动服饰行业投资前景分析( )9.1 中国运动服饰行业发展前景9.1.1 中国体育用品产业发展前景分析9.1.2 中国体育运动服饰市场前景广阔9.1.3 中国户外运动服饰产品前景分析9.2 2022-2028年运动服饰行业投资风险9.2.1 产业政策风险9.2.2 市场竞争风险9.2.3 行业经营风险9.2.4 成本上升风险9.3 2022-2028年运动服饰市场规模预测9.3.1 2022-2028年中国运动服饰行业市场预测9.3.2 2022-2028年中国运动服市场规模预测( )9.3.3 2022-2028年中国运动鞋市场规模预测 图表目录：图表 1 2015-2019年中国运动服饰行业市场规模统计图表 2 2015-2019年中国运动服饰行业市场规模趋势图图表 3 2015-2019年中国运动服市场规模增长趋势图图表 4 2015-2019年中国运动鞋市场规模增长趋势图图表 5 2019年全球人均运动服饰消费情况及增长趋势表图表 6 2015-2019年中国运动服饰产品结构趋势图表 7 2019年中国运动服饰市场产品结构图图表 8 2015-2019年中国体育赛事情况表图表 9 2019年中国运动服饰市场份额前十品牌情况图表 10 2019年中国运动服饰市场份额前十品牌图图表 11 2019年中国零售门店数量前五大运动服饰品牌情况表图表 12 2019年中国运动服饰品牌收益增长率前五情况表图表 13 2019年中国运动服饰市场国内外品牌份额对比表图表 14 2019年中国运动服饰市场国内外品牌份额对比图图表 15 2015-2019年度中国运动服企业规模构成情况表图表 16 2015-2019年度中国运动服行业企业性质构成情况图表 17 2015-2019年度中国主要省区服装企业数量分布情况图表 18 2015-2019年度中国服装企业数量分布状况图表 19 2015-2019年度中国主要省区运动服行业销售收入所占份额更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/255475.html>