

2024-2030年中国运动服行业前景展望与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国运动服行业前景展望与投资战略报告》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/202405/457516.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

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。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国运动服行业前景展望与投资战略报告》共七章。首先介绍了运动服行业市场发展环境、运动服整体运行态势等，接着分析了运动服行业市场运行的现状，然后介绍了运动服市场竞争格局。随后，报告对运动服做了重点企业经营状况分析，最后分析了运动服行业发展趋势与投资预测。您若想对运动服产业有个系统的了解或者想投资运动服行业，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1章：中国运动服行业发展背景分析

1.1 运动服行业界定及分类

1.1.1 行业界定

1.1.2 行业属性

（1）行业所处的生命周期

（2）行业对经济周期的反应

1.2 运动服行业产业链及下游需求分析

1.2.1 行业产业链结构

1.2.2 行业产业链价值环节

1.3 运动服行业发展环境分析

1.3.1 行业政策环境分析

（1）行业标准与法规

（2）行业主管部门与监管体制

（3）行业主管部门与监管体制

1.3.2 行业经济环境分析

(1) 中国宏观经济概况

(2) 中国贸易情况分析

(3) 城市化进程分析

1.3.3 行业社会环境分析

1.3.4 行业技术环境分析

(1) 行业技术活跃程度分析

(2) 行业技术重点企业分析

(3) 行业热门技术分析

(4) 行业技术发展趋势

第2章：国际运动服行业发展状况分析

2.1 国际运动服行业发展现状分析

2.1.1 国际运动服行业发展概况

2.1.2 国际运动服行业市场规模分析

2.1.3 国际运动服行业竞争格局分析

2.1.4 国际运动服行业产品结构分析

2.1.5 国际运动服行业区域分布情况

2.2 国际主要运动服企业发展分析

2.2.1 美国耐克 (NIKE)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业运动服产品发展情况

(4) 企业销售网络分布

(5) 企业在华业务布局

2.2.2 德国阿迪达斯 (ADIDAS)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业运动服产品发展情况

(4) 企业销售网络分布

(5) 企业在华业务布局

2.2.3 德国彪马 (PUMA)

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业运动服产品发展情况
- (4) 企业销售网络分布
- (5) 企业在华业务布局

2.2.4意大利卡帕 (KAPPA)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业运动服产品发展情况
- (4) 企业销售网络分布
- (5) 企业在华业务布局

2.2.5美国安德玛 (Under Armour)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业运动服产品发展情况
- (4) 企业销售网络分布
- (5) 企业在华业务布局

2.3 运动服行业发展前景预测

2.3.1运动服行业发展趋势

- (1) 产品趋势分析
- (2) 市场趋势分析

2.3.2运动服市场前景预测

第3章：中国运动服行业发展状况分析

3.1 中国运动服行业发展现状分析

3.1.1运动服行业发展现状分析

3.1.2运动服行业发展特性分析

- (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

3.1.3运动服行业市场状况分析

3.2 中国运动服行业消费群体分析

3.2.1运动服消费群体特征分析

- (1) 运动服目标消费群体范围
- (2) 运动服消费群体性别结构
- (3) 运动服消费群体年龄结构
- (4) 运动服消费群体城乡差别

3.2.2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

3.2.3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

3.2.4大学生运动服消费调查分析

- (1) 调查对象与方法
- (2) 大学生基本消费信息现状调查与分析
- (3) 大学生体育用品消费现状查与分析
- (4) 高校学生体育用品消费的影响因素调查与分析
- (5) 调查结论分析及建议

3.2.5运动服需求影响因素

- (1) 消费者自身因素
- (2) 社会因素
- (3) 企业和产品因素

3.3 中国运动服所属行业进出口市场分析

3.3.1运动服所属行业进出口状况综述

3.3.2运动服行业出口市场分析

- (1) 行业出口整体情况
- (2) 行业出口产品结构分析

3.3.3运动服行业进口市场分析

- (1) 行业进口整体情况

(2) 行业进口产品结构

3.3.4运动服行业进出口前景及建议

(1) 运动服行业出口前景及建议

(2) 运动服行业进口前景及建议

3.4 国内运动服行业市场竞争状况分析

3.4.1运动服行业议价能力分析

(1) 上游议价能力分析

(2) 下游议价能力分析

3.4.2运动服行业潜在威胁分析

(1) 新进入者威胁

(2) 替代品威胁

3.4.3运动服行业集中度分析

(1) 区域集中情况

(2) 所有制构成

3.4.4运动服行业竞争状况分析

(1) 品牌竞争格局

(2) 门店竞争格局

(3) 营销竞争分析

(4) 技术竞争分析

3.5 中国运动服行业发展前景分析

3.5.1运动服行业发展的驱动因素分析

(1) 国家鼓励消费和扩大内需

(2) 国内市场需求推动运动服消费升级

(3) 零售百货业蓬勃发展销售终端创造市场环境

3.5.2运动服行业发展的障碍因素分析

(1) 运动服出口不利因素逐渐增多

(2) 粗放的增长方式及低水平扩张降低了行业的发展质量

3.5.3运动服行业发展趋势分析

(1) 运动服装功能的复合化

(2) 运动服装的科技化

(3) 运动服装的时尚化

(4) 运动服装产品的环保化

3.5.4 2024-2030年运动服行业发展前景预测

第4章：中国运动服行业细分市场潜力分析

4.1 运动服行业产品定义及分类

4.1.1运动服行业产品定义

4.1.2运动服行业产品分类

4.2 各类运动服市场发展分析

4.2.1各类运动服行业市场概况

（1）市场定位分析

（2）市场发展概况

4.2.2篮球服市场发展分析

（1）篮球服市场概况

（2）篮球球迷市场分析

（3）篮球服市场需求分析

（4）篮球服市场需求趋势

4.2.3足球服市场发展分析

（1）足球服市场概况

（2）足球球迷市场分析

（3）足球服市场需求分析

（4）足球服市场需求趋势

4.2.4田径服市场发展分析

（1）田径服市场概况

（2）田径爱好者市场分析

（3）田径服市场需求分析

（4）田径服市场需求趋势

4.2.5户外运动服市场发展分析

（1）户外运动服市场需求规模

（2）户外运动服消费群体分析

（3）户外运动服企业经营模式

（4）户外运动服市场展望

4.2.6其他运动服市场分析

（1）网球服市场发展状况

(2) 羽毛球服市场发展状况

(3) 跆拳道服市场发展状况

4.3 游泳服市场发展分析

4.3.1 游泳服市场发展概况

4.3.2 游泳服市场竞争情况

4.3.3 夏季游泳服关注度分析

(1) 游泳服内容搜索情况

(2) 游泳服品牌关注排行

(3) 游泳服网民性别分布

(4) 游泳服网民年龄分布

(5) 游泳服网民地区分布

4.3.4 游泳服市场发展趋势分析

4.4 滑雪服市场发展分析

4.4.1 滑雪服市场现状分析

4.4.2 滑雪服市场发展对策

4.4.3 滑雪服产品设计趋势

(1) 功能性设计

(2) 色彩设计

(3) 其它细节设计

4.4.4 滑雪装备的发展趋势

(1) 女式滑雪装备流行趋势

(2) 男式滑雪装备流行趋势

第5章：中国运动服行业市场营销分析

5.1 运动服行业营销渠道分析

5.1.1 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

5.1.2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

5.1.3行业外销转内销的渠道升级策略

5.1.4行业营销渠道发展趋势

5.2 运动服行业营销策略分析

5.2.1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

5.2.2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

5.2.3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

5.2.4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

5.2.5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

5.2.6行业营销策略解析

- (1) 体育本位营销
- (2) 植入式体育营销

(3) 品牌推广三“势”;

(4) 整合传播三剑客

第6章：中国运动服行业主要企业生产经营分析

6.1 运动服企业发展总体状况分析

6.1.1 运动服行业企业总体分析

6.1.2 运动服行业上市企业销售收入

6.1.3 运动服行业上市企业利润总额

6.2 运动服行业重点企业个案分析

6.2.1 李宁（中国）体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

6.2.2 安踏体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

6.2.3 中国动向（集团）有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

6.2.4 361度国际有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

6.2.5 鸿星尔克体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

6.2.6 探路者控股集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

6.2.7 贵人鸟（福建）鞋塑有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

6.2.8 特步国际控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

6.2.9福建匹克集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

6.2.10乔丹体育股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

第7章：中国运动服行业投资分析及预测（）

7.1 运动服行业及细分市场吸引力评价

7.1.1运动服行业吸引力评价

7.1.2运动服行业细分市场吸引力评价

7.2 运动服行业投资特性分析

7.2.1运动服行业进入壁垒分析

(1) 品牌壁垒

(2) 技术壁垒

(3) 贸易壁垒

(4) 人才壁垒

7.2.2运动服行业盈利模式分析

7.2.3运动服行业盈利因素分析

7.3 运动服行业投资兼并分析

7.3.1运动服行业投资兼并动态分析

7.3.2运动服行业投资兼并趋势分析

7.4 运动服行业投资建议分析

7.4.1运动服行业投资机会分析

7.4.2运动服行业投资风险分析

(1) 政策风险

(2) 技术风险

(3) 供求风险

(4) 关联产业风险

(5) 产品结构风险

7.4.3运动服行业投资建议 ()

部分

图表目录：

图表1：纺织服装行业产业链简要示意图

图表2：运动服行业产业链简要示意图

图表3：运动服行业产业链价值体现

图表4：运动服装行业认证标准

图表5：运动服行业主管部门与管理职责

图表6：运动服行业主要法律法规

图表7：运动服行业主要法律法规

图表8：2018-2023年中国货物进出口总额情况（单位：万亿元人民币）

图表9：2018-2023年中国居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）

图表10：2018-2023年我国运动服相关专利申请数量变化图（单位：个）

图表11：2018-2023年我国运动服相关技术专利公开数量变化图（单位：个）

图表12：截至2020年运动服相关技术专利申请人TOP10（单位：个）

图表13：截至2020年中国运动服相关技术专利分布领域TOP10（单位：个）

图表14：2018-2023年国际运动服市场规模增长情况（单位：亿美元，%）

图表15：2020年全球运动服行业市场格局（单位：%）

图表16：2020年全球运动服行业产品结构（单位：%）

图表17：2020年全球运动鞋行业区域分布（单位：%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202405/457516.html>