

2022年中国运动内衣市场分析报告- 行业全景调查与发展动向预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2022年中国运动内衣市场分析报告-行业全景调查与发展动向预测》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202112/563738.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

运动时，若不穿内衣，胸部的震动容易造成乳房下垂。运动型内衣是针对人们在进行运动时的特点所设计的，能较好的在运动中保护胸部安全，以满足人们日常的运动需求。

近年来我国民众对体育运动的参与度显著提高，运动服饰行业呈现上升趋势，市场规模由2015年1904亿元增长至2020年的3150亿元。随着人们对运动体验感和舒适感要求提高，运动服饰细分品类运动内衣需求快速增多。有46%的95后表示会将运动内衣纳入日常购买的商品清单，运动内衣成为运动服饰市场又一增长点。

2016-2020年我国运动服饰市场规模及增速

数据来源：观研天下数据中心整理

95后将运动内衣作为日常购买商品人群的比例

数据来源：观研天下数据中心整理

运动内衣销售具有季节性，一般情况下，冬季运动人数减少，运动内衣需求降低。进入春季后，运动内衣销售随运动人群增长而复苏。此外，随着运动次数增加，运动内衣耗损增加，消费者年均消费频次在2-4次。随着更多的女性多频次参与运动刺激消费，我国运动内衣市场发展潜力巨大。

数据显示，2020年H1运动内衣销售收入约为2.5亿元。目前有国际影响力的品牌占据我国运动内衣主要市场，如Nike、李宁、LORNA JANE，均保持天猫200+万/月销售额。

品牌	价格区间	产品名称/货号
Nike	100-350	SWOOSH CN5263 VICTORYAJ5220 DRI-FIT CZ4497
李宁	100-400	李宁AUCP028 李宁AUBR182-1 李宁AUBR006-1
LORNA JANE	200-600元	LORNA JANE112154 LORNA JANE102133 LORNA JANEE0203

资料来源：天猫、观研天下整理

运动内衣消费者会关注到时尚动感的款式设计、专业的功能设计、智能化设计、较高的可外穿性，但由于运动内衣需要在运动时贴身穿着，消费者最重视的是运动内衣的舒适性。数据显示，吸汗排湿效果、舒适性、产品材质在消费人群购买运动内衣考虑的因素中排名前三。

因此长期趋势而言，面料功能仍是主要趋势。具有面料舒适性的运动内衣品牌在市场上必然有较强竞争力，如Lululemon与领先的面料供应商合作开发专有面料，包括主打速干的Everlux、主打柔软的Nulu及Nulux等，过去十年营收CAGR达到19.8%。

消费人群购买运动内衣考虑的因素

数据来源：观研天下数据中心整理

Lululemon核心面料科技 面料特征 热销产品系列 Everlux 独特双面针织面料，NEXT-LEVE

L吸湿,速干,双编织结构,轻巧,覆盖率高,超级弹力,适用于对透气性要求高的场合
Wunder Train系列 Luon 核心面料,高弹力、透气、舒适。衍生面料包括SERIOUSLY
LIGHTIM LUON (轻薄版,适用于酷热、高强度的运动环境)、LIGHT
LUONR (超轻版,适合温暖、出汗环境)、FULL-ONR
LUON (密织版,紧身、提供支撑和覆盖) Wunder Under系列 Luxtreme 速干、强支撑性
、高贴合度、宛如二层皮肤,适合中高强度的运动环境。衍生面料包括LIGHT LUXTREME
R (轻质版,体感凉爽)、FULL-ONLUXTREMER (密织版,排汗、提供支撑与覆盖) wunder
Under系列Speed Up系列 Nulu
亲肤裸感,如黄油般的柔软感,轻盈,排汗,超级弹力,多场景适用 Align系列 Nulux
柔软,光滑,快干,手感凉爽,轻量级覆盖更塑形效果 Fast and Free系列 Swift
轻薄强韧、防水排汗透气。衍生面料包括SwiftUltra和Swift Ultra Light wanderer系列 Rulu
柔软、吸湿排汗、适用于寒冷环境下出汗的运动场景 Ready To Rulu系列 Silverescent
健康风格、抗菌&防臭,采用X-STATIC思科技 Swiftly 系列 warpstreme
柔软塑形、四面弹力、强延展性、经久耐用 ABC系列

资料来源:观研天下整理

2020-2023年Lululemon总营业收入、增速及预测

数据来源:观研天下数据中心整理(zlj)

观研报告网发布的《2022年中国运动内衣市场分析报告-行业全景调查与发展动向预测》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势,洞悉行业竞争格局,规避经营和投资风险,制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构,拥有资深的专家团队,多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告,客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业,并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国运动内衣行业发展概述

第一节 运动内衣行业发展情况概述

- 一、运动内衣行业相关定义
- 二、运动内衣行业基本情况介绍
- 三、运动内衣行业发展特点分析
- 四、运动内衣行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、运动内衣行业需求主体分析

第二节 中国运动内衣行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、运动内衣行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国运动内衣行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国运动内衣行业生命周期分析

- 一、运动内衣行业生命周期理论概述
- 二、运动内衣行业所属的生命周期分析

第四节 运动内衣行业经济指标分析

- 一、运动内衣行业的赢利性分析
- 二、运动内衣行业的经济周期分析
- 三、运动内衣行业附加值的提升空间分析

第五节 中国运动内衣行业进入壁垒分析

- 一、运动内衣行业资金壁垒分析
- 二、运动内衣行业技术壁垒分析
- 三、运动内衣行业人才壁垒分析
- 四、运动内衣行业品牌壁垒分析
- 五、运动内衣行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球运动内衣行业市场发展现状分析

第一节 全球运动内衣行业发展历程回顾

第二节 全球运动内衣行业市场区域分布情况

第三节 亚洲运动内衣行业地区市场分析

- 一、亚洲运动内衣行业市场现状分析
- 二、亚洲运动内衣行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲运动内衣行业市场前景分析

第四节 北美运动内衣行业地区市场分析

- 一、北美运动内衣行业市场现状分析
- 二、北美运动内衣行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美运动内衣行业市场前景分析

第五节 欧洲运动内衣行业地区市场分析

- 一、欧洲运动内衣行业市场现状分析
- 二、欧洲运动内衣行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲运动内衣行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界运动内衣行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球运动内衣行业市场规模预测

第三章 中国运动内衣产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国运动内衣行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国运动内衣产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国运动内衣行业运行情况

第一节 中国运动内衣行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国运动内衣行业市场规模分析

第三节 中国运动内衣行业供应情况分析

第四节 中国运动内衣行业需求情况分析

第五节 我国运动内衣行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国运动内衣行业供需平衡分析

第七节 中国运动内衣行业发展趋势分析

第五章 中国运动内衣所属行业运行数据监测

第一节 中国运动内衣所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国运动内衣所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国运动内衣所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章2018-2022年中国运动内衣市场格局分析

第一节 中国运动内衣行业竞争现状分析

- 一、中国运动内衣行业竞争情况分析
- 二、中国运动内衣行业主要品牌分析

第二节 中国运动内衣行业集中度分析

- 一、中国运动内衣行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国运动内衣行业市场集中度分析

第三节 中国运动内衣行业存在的问题

第四节 中国运动内衣行业解决问题的策略分析

第五节 中国运动内衣行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章2018-2022年中国运动内衣行业需求特点与动态分析

第一节 中国运动内衣行业消费市场动态情况

第二节 中国运动内衣行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 运动内衣行业成本结构分析

第四节 运动内衣行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国运动内衣行业价格现状分析

第六节 中国运动内衣行业平均价格走势预测

- 一、中国运动内衣行业价格影响因素
- 二、中国运动内衣行业平均价格走势预测
- 三、中国运动内衣行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国运动内衣行业区域市场现状分析

第一节 中国运动内衣行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区运动内衣市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区运动内衣市场规模分析
- 四、华东地区运动内衣市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区运动内衣市场规模分析
- 四、华中地区运动内衣市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区运动内衣市场规模分析
- 四、华南地区运动内衣市场规模预测

第五节 华北地区运动内衣市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区运动内衣市场规模分析
- 四、华北地区运动内衣市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区运动内衣市场规模分析
- 四、东北地区运动内衣市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析

三、西部地区运动内衣市场规模分析

四、西部地区运动内衣市场规模预测

第九章2018-2022年中国运动内衣行业竞争情况

第一节 中国运动内衣行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国运动内衣行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国运动内衣行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 运动内衣行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章2022-2027年中国运动内衣行业发展前景分析与预测

第一节 中国运动内衣行业未来发展前景分析

一、运动内衣行业国内投资环境分析

二、中国运动内衣行业市场机会分析

三、中国运动内衣行业投资增速预测

第二节 中国运动内衣行业未来发展趋势预测

第三节 中国运动内衣行业市场发展预测

一、中国运动内衣行业市场规模预测

二、中国运动内衣行业市场规模增速预测

三、中国运动内衣行业产值规模预测

四、中国运动内衣行业产值增速预测

五、中国运动内衣行业供需情况预测

第四节 中国运动内衣行业盈利走势预测

一、中国运动内衣行业毛利润同比增速预测

二、中国运动内衣行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国运动内衣行业投资风险与营销分析

第一节 运动内衣行业投资风险分析

- 一、运动内衣行业政策风险分析
- 二、运动内衣行业技术风险分析
- 三、运动内衣行业竞争风险分析
- 四、运动内衣行业其他风险分析

第二节 运动内衣行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2022-2027年中国运动内衣行业发展战略及规划建议

第一节 中国运动内衣行业品牌战略分析

- 一、运动内衣企业品牌的重要性
- 二、运动内衣企业实施品牌战略的意义
- 三、运动内衣企业品牌的现状分析
- 四、运动内衣企业的品牌战略
- 五、运动内衣品牌战略管理的策略

第二节 中国运动内衣行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国运动内衣行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章2022-2027年中国运动内衣行业发展策略及投资建议

第一节 中国运动内衣行业产品策略分析

- 一、服务/产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国运动内衣行业营销渠道策略

一、运动内衣行业渠道选择策略

二、运动内衣行业营销策略

第三节 中国运动内衣行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国运动内衣行业重点投资区域分析

二、中国运动内衣行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202112/563738.html>