

# 2021年中国运动服饰市场分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国运动服饰市场分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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://baogao.chinabaogao.com/fushi/536833536833.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

运动服饰即是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。我国运动服饰行业经过40多年的发展，到现在处于整合升级阶段，进入了一个全民体育消费时代。行业市场内新一轮洗牌开始，整体格局分化加剧。

中国运动服饰行业发展阶段

数据来源：公开资料整理

据统计，我国运动装在整体服饰中市场占比呈增长趋势，在2018年达到12.7%；预计到2020年中国运动装在整体服饰中占比将达到12%，到2023年将达到16.1%，行业整体发展向好。

2018-2023年中国运动装在整体服饰中占比走势及预测

数据来源：公开资料整理

近年来我国运动服饰人均支出有所提升，但与发达国家相比，我国运动服饰人均支出仍然偏低。到2019年我国人均运动鞋服支出达到32.4美元/人，较2018年的28.9美元/人同比增长12.2%，但距离全球人均支出水平仍相差12.3美元，更是远低于美国（357.1美元/人）、英国（169.1美元/人）、德国（153.7美元/人）、日本（110.6美元/人）等国家，市场还有较大提升空间。

2019年全球各地区市场人均运动服饰花费

数据来源：公开资料整理

自2012年来，我国运动服饰生产规模呈现先下降后上升的趋势，近年来更是快速增长，到2017年全国运动服饰产量达到55013.8万套，同比增长8.54%；2018年中国运动服饰产量达到57784.7万套，同比增长5.04%；2019年中国运动服饰产量为\*\*万套。

2012-2019年全国运动服饰产量

数据来源：公开资料整理

随着产量与人均消费水平的提高，我国运动服饰行业市场呈现逐年增长态势，行业规模从2015年的1669.1亿元增长至2018年的2647.6亿元，复合年增长率达到16.62%；2019年中国运动服饰行业规模为2941.1亿元，同比增长11.09%；预计到2020年，中国运动服饰行业规模将达到3263亿元，到2022年将达到3965.6亿元。

2015-2022年中国运动服饰行业规模及预测

数据来源：公开资料整理

政策方面，我国运动服饰行业与体育行业息息相关，近年来国家对于体育产业的重视程度显著上升，频繁出台相关政策。2019年7月国务院、国家卫生健康委发布的《健康中国行动（2019-2030年）》，提出到2022年和2030年，学校体育场地设施开放率超过70%和90%，农村行政村体育设施覆盖率基本实现全覆盖和覆盖率100%。个人层面，鼓励每周进行

3次以上、每次30分钟以上中等强度运动，或者累计150分钟中等强度或75分钟高强度身体活动。日常生活中要尽量多动，达到每天6000~10000步的身体活动量。

中国近年重要体育政策

年份

机构

政策

摘要

2014年10月

国务院

《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》

把全民健身上升为国家战略，把增强人民体质、提高健康水平作为根本目标，把体育产业作为绿色产业、朝阳产业进行扶持，强调向改革要动力，向市场要活力，力争到2025年，体育产业总规模超过5万亿元，成为推动经济社会持续发展的重要力量。

2016年7月

国家体育总局

《体育产业发展“十三五”规划》

提出要在坚持改革引领、市场主导、创新驱动和协调发展的基本原则下，到2020年实现体育产业总规模超过3万亿，从业人员数超过600万人、体育服务业增加值占比超过30%；建设50个国家体育产业示范基地、100个国家体育产业示范单位，100个国家体育产业示范项目、体育消费额占人均居民可支配收入比例超过2.5%等目标。

2016年10月

国务院办公厅

《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》

目标到2025年，基本形成布局合理、功能完善、门类齐全的健身休闲产业发展格局。市场机制日益完善，消费需求愈加旺盛，产业环境不断优化，产业结构日趋合理，产品和服务供给更加丰富，服务质量和水平明显提高，同其他产业融合发展更为紧密，健身休闲产业总规模达到3万亿元。

2016年12月

国家旅游局、国家体育总局

《关于大力发展体育旅游的指导意见》

提出发展目标，到2020年将在全国建成100个具有重要影响力的体育旅游目的地，建成100家国家级体育旅游示范基地，推出100项体育旅游精品赛事，体育旅游总人数达到10亿人次，占旅游总人数的15%，体育旅游总消费规模突破1万亿元。

2019年1月

国家体育总局联合国家发改委

### 《进一步促进体育消费的行动计划（2019-2020年）》

提出到2020年，全国体育消费总规模达1.5万亿元，并指出要大力发展健身休闲消费，重点支持消费引领性强的健身休闲项目发展，推动水上运动、山地户外、航空运动、汽摩运动、马拉松、自行车、击剑等运动项目产业发展规划的细化落实，形成新的体育消费热点。

2019年7月

国务院、国家卫生健康委

### 《健康中国行动（2019-2030年）》

国务院成立健康中国行动推进委员会，负责统筹推进《健康中国行动（2019-2030年）》组织实施、监测和考核相关工作。到2022年和2030年，学校体育场地设施开放率超过70%和90%，农村行政村体育设施覆盖率基本实现全覆盖和覆盖率100%。个人层面，鼓励每周进行3次以上、每次30分钟以上中等强度运动，或者累计150分钟中等强度或75分钟高强度身体活动。日常生活中要尽量多动，达到每天6,000~10,000步的身体活动量。

数据来源：公开资料整理（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国运动服饰市场分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。

它是业内企业、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。

### 【报告大纲】

#### 第一章 2017-2020年中国运动服饰行业发展概述

## 第一节 运动服饰行业发展情况概述

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

## 第二节 中国运动服饰行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、运动服饰行业产业链条分析
- 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、中国运动服饰行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

## 第三节 中国运动服饰行业生命周期分析

- 一、运动服饰行业生命周期理论概述
- 二、运动服饰行业所属的生命周期分析

## 第四节 运动服饰行业经济指标分析

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

## 第五节 中国运动服饰行业进入壁垒分析

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

## 第二章 2017-2020年全球运动服饰行业市场发展现状分析

### 第一节 全球运动服饰行业发展历程回顾

### 第二节 全球运动服饰行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲运动服饰行业地区市场分析

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

### 第四节 北美运动服饰行业地区市场分析

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

### 第五节 欧洲运动服饰行业地区市场分析

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

### 第六节 2021-2026年世界运动服饰行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球运动服饰行业市场规模预测

## 第三章 中国运动服饰产业发展环境分析

### 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、全社会消费品运动服饰总额
- 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 中国运动服饰行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国运动服饰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 中国运动服饰行业运行情况

### 第一节 中国运动服饰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 中国运动服饰行业市场规模分析

### 第三节 中国运动服饰行业供应情况分析

### 第四节 中国运动服饰行业需求情况分析

### 第五节 我国运动服饰行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

#### 三、其它细分市场

### 第六节 中国运动服饰行业供需平衡分析

### 第七节 中国运动服饰行业发展趋势分析

## 第五章 中国运动服饰所属行业运行数据监测

### 第一节 中国运动服饰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 中国运动服饰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 中国运动服饰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 2017-2020年中国运动服饰市场格局分析

### 第一节 中国运动服饰行业竞争现状分析

#### 一、中国运动服饰行业竞争情况分析

#### 二、中国运动服饰行业主要品牌分析

### 第二节 中国运动服饰行业集中度分析

#### 一、中国运动服饰行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国运动服饰行业市场集中度分析

### 第三节 中国运动服饰行业存在的问题

### 第四节 中国运动服饰行业解决问题的策略分析



## 第五节 中国运动服饰行业钻石模型分析

- 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 2017-2020年中国运动服饰行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国运动服饰行业消费市场动态情况

### 第二节 中国运动服饰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 运动服饰行业成本结构分析

### 第四节 运动服饰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 中国运动服饰行业价格现状分析

### 第六节 中国运动服饰行业平均价格走势预测

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

## 第八章 2017-2020年中国运动服饰行业区域市场现状分析

### 第一节 中国运动服饰行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区运动服饰市场分析

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

### 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、华中地区运动服饰市场规模分析

#### 四、华中地区运动服饰市场规模预测

##### 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、华南地区运动服饰市场规模分析

###### 四、华南地区运动服饰市场规模预测

#### 第九章 2017-2020年中国运动服饰行业竞争情况

##### 第一节 中国运动服饰行业竞争结构分析（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 中国运动服饰行业SCP分析

###### 一、理论介绍

###### 二、SCP范式

###### 三、SCP分析框架

##### 第三节 中国运动服饰行业竞争环境分析（PEST）

###### 一、政策环境

###### 二、经济环境

###### 三、社会环境

###### 四、技术环境

#### 第十章 运动服饰行业企业分析（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 2021-2026年中国运动服饰行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国运动服饰行业未来发展前景分析

#### 一、运动服饰行业国内投资环境分析

#### 二、中国运动服饰行业市场机会分析

#### 三、中国运动服饰行业投资增速预测

### 第二节 中国运动服饰行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国运动服饰行业市场发展预测

#### 一、中国运动服饰行业市场规模预测

#### 二、中国运动服饰行业市场规模增速预测

#### 三、中国运动服饰行业产值规模预测

#### 四、中国运动服饰行业产值增速预测

#### 五、中国运动服饰行业供需情况预测

### 第四节 中国运动服饰行业盈利走势预测

#### 一、中国运动服饰行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国运动服饰行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国运动服饰行业投资风险与营销分析

### 第一节 运动服饰行业投资风险分析

一、运动服饰行业政策风险分析

二、运动服饰行业技术风险分析

三、运动服饰行业竞争风险分析

四、运动服饰行业其他风险分析

第二节 运动服饰行业应对策略

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 2021-2026年中国运动服饰行业发展战略及规划建议

第一节 中国运动服饰行业品牌战略分析

一、运动服饰企业品牌的重要性

二、运动服饰企业实施品牌战略的意义

三、运动服饰企业品牌的现状分析

四、运动服饰企业的品牌战略

五、运动服饰品牌战略管理的策略

第二节 中国运动服饰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 中国运动服饰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

第四节 运动服饰行业竞争力提升策略

一、运动服饰行业产品差异性策略

二、运动服饰行业个性化服务策略

三、运动服饰行业的促销宣传策略

四、运动服饰行业信息智能化策略

五、运动服饰行业品牌化建设策略

## 六、运动服饰行业专业化治理策略

### 第十四章 2021-2026年中国运动服饰行业发展策略及投资建议

#### 第一节 中国运动服饰行业产品策略分析

##### 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 中国运动服饰行业营销渠道策略

##### 一、运动服饰行业渠道选择策略

##### 二、运动服饰行业营销策略

#### 第三节 中国运动服饰行业价格策略

#### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

##### 一、中国运动服饰行业重点投资区域分析

##### 二、中国运动服饰行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/536833536833.html>