

2021年中国运动服装产业分析报告- 产业现状调查与发展战略规划

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《2021年中国运动服装产业分析报告-产业现状调查与发展战略规划》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/fuzhuang/529628529628.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

【报告大纲】

第一章 运动服装的基本情况

第一节 运动服装介绍

- 一、运动服装的定义
- 二、运动服装的种类
- 三、运动服装的特性

第二节 运动服装行业基本特征

- 一、行业形态
- 二、行业的周期性
- 三、行业的地域性
- 四、行业的季节性
- 五、行业发展阶段

第三节 运动服装行业产业链

- 一、产业链上游情况
- 二、产业链下游情况

第二章 2017-2020年中国运动服装行业发展环境分析

第一节 经济发展环境

- 一、世界经济形势与展望
- 二、中国宏观经济现况
- 三、中国宏观经济展望

第二节 社会发展环境

- 一、人口环境情况
- 二、居民消费情况
- 三、社会消费品零售情况
- 四、城镇化推进情况
- 五、国民健身意愿情况

第三节 体育产业发展环境

- 一、体育产业产值分析
- 二、体育消费市场分析
- 三、体育赛事发展情况

第四节 技术发展环境

- 一、技术创新动态
- 二、专利申请情况
- 三、研发经费投入
- 四、企业研发情况
- 五、行业技术标准

第三章 2017-2020年运动服装行业政策发展分析

第一节 中国宏观政策情况

- 一、货币政策
- 二、财政政策
- 三、产业政策

第二节 国家体育总局体育消费政策

- 一、扩大体育用地
- 二、刺激消费规模
- 三、创新产品服务
- 四、全国体育场地
- 五、消费政策布局

第三节 服装产业发展政策

- 一、行业主管部门
- 二、行业法律法规
- 三、行业产业政策

第四章 2017-2020年中国服装产业发展分析

第一节 中国服装行业运行状况

- 一、服装行业现状分析
- 二、服装行业女装分析
- 三、服装行业男装分析
- 四、服装行业童装分析

第二节 中国服装消费市场发展分析

- 一、服装消费市场运行情况
- 二、服装消费的影响因素
- 三、服装消费市场特点

第三节 中国服装产业智能+生态分析

- 一、服装产业智能+定义
- 二、服装产业智能+背景

三、服装产业智能+产业链

四、服装产业智能化展望

第四节 中国服装电子商务发展分析

一、服装行业电商发展现状

二、服装行业电商主要特点

三、服装行业电商发展展望

第五节 新冠疫情对中国服装行业的影响

一、疫情下服装行业情况

二、对服装行业消费的影响

三、新常态下购物模式

四、对比非典疫情时期情况

五、直播带货消费情况

第五章 2017-2020年全球运动服装产业发展分析

第一节 全球运动服装产业综述

一、全球运动服装品牌介绍

二、全球运动服装市场规模

三、全球体育运动参与人数

四、全球运动服装行业市占率

第二节 国际运动服装行业多元对比

一、运动行业对比

二、细分赛道对比

三、发展模式对比

第三节 国际运动品牌崛起经验

一、品牌发展历程

二、品牌战略规划

三、品牌产品研发

四、品牌营销资源

五、品牌线上销售

第六章 中国运动服装所属行业市场指标分析

第一节 中国运动服装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 中国运动服装所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 中国运动服装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

第七章 2017-2020年中国运动服装消费市场发展分析

第一节 运动服装消费力分析

- 一、当前中国体育消费力
- 二、体育消费力提升路径
- 三、四线城市消费力分析
- 四、95后消费力分析

第二节 运动服装消费者行为分析

- 一、市场消费者群像
- 二、消费心理分析
- 三、消费行为分析
- 四、运动消费趋势

第三节 疫情期运动服装消费状况

- 一、线上销售情况
- 二、线上集中度情况
- 三、高低端品牌销售情况
- 四、总体零售情况

第八章 2017-2020年运动服装细分市场发展分析

第一节 运动鞋市场

- 一、运动鞋市场概况
- 二、国内运动鞋市场规模
- 三、国内运动鞋销售情况
- 四、国内运动鞋消费者分析
- 五、全球运动鞋市场规模

第二节 户外用品市场

- 一、户外用品市场发展概况
- 二、户外用品市场驱动因素
- 三、户外用品品牌发展状况
- 四、户外用品渠道发展特征
- 五、户外用品行业机遇与挑战

第三节 儿童运动服装市场

- 一、儿童服装市场概况
- 二、运动品牌进军童装市场
- 三、儿童运动服装市场格局
- 四、儿童运动服装策略分析
- 五、品牌儿童运动服装分析

第九章 中国运动服进出口数据分析

第一节 中国棉制针织或钩编的运动服进出口数据分析

- 一、进出口总量数据分析
- 二、主要贸易国进出口情况分析
- 三、主要省市进出口情况分析

第二节 中国合成纤维制针织或钩编的运动服进出口数据分析

- 一、进出口总量数据分析
- 二、主要贸易国进出口情况分析
- 三、主要省市进出口情况分析

第三节 中国针织或钩编的滑雪服进出口数据分析

- 一、进出口总量数据分析
- 二、主要贸易国进出口情况分析
- 三、主要省市进出口情况分析

第四节 中国其他纺织材料制针织或钩编的运动服进出口数据分析

- 一、进出口总量数据分析
- 二、主要贸易国进出口情况分析
- 三、主要省市进出口情况分析

第十章 2017-2020年运动服装行业竞争格局分析

第一节 中国企业竞争格局分析

一、企业发展情况

二、企业市场份额

三、企业类型格局

第二节 中国运动服装行业竞争结构分析

一、进入退出壁垒

二、潜在进入者

三、替代产品

四、下游议价能力

五、上游议价能力

第三节 运动服装行业竞争问题及策略分析

一、行业竞争主要问题

二、行业竞争策略分析

三、提升核心竞争力对策

第四节 国内外运动服装市场竞争对比

一、国际市场竞争情况

二、中国市场竞争情况

三、国际品牌vs.本土品牌竞争情况

四、中国市场未来竞争格局

第十一章 2017-2020年运动服装营销模式分析

第一节 运动服装品牌行业营销模式

一、运动品牌市场发展概述

二、运动品牌现状原因分析

三、零售终端现有营销模式分析

四、零售终端营销模式发展趋势

五、新型营销模式发展分析

第二节 中国运动品牌营销组合策略探讨

一、产品策略

二、价格策略

三、体育促销策略

四、体育营销分销渠道选择策略

第三节 国际主要品牌营销策略分析

一、Nike的营销策略分析

二、Adidas品牌营销策略

三、Under Armour营销策略

四、Lululemon营销增长策略

第四节 国内主要品牌营销策略分析

一、李宁品牌营销策略分析

二、安踏品牌营销策略分析

三、特步品牌营销策略分析

第十二章 2017-2020年运动服装渠道分析

第一节 主要销售渠道

一、百货商店

二、超级市场

三、品牌专卖店

四、体育用品卖场

五、电商销售平台

第二节 运动服装行业渠道分析

一、错位布局+零售导向

二、渠道结构升级

三、渠道效率优化

四、强化渠道管理

第三节 运动服装行业渠道现状

一、线下渠道分析

二、线上渠道分析

第四节 主要品牌渠道分析

一、耐克

二、阿迪达斯

三、李宁

四、安踏

五、特步

第十三章 国际运动服装行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 耐克

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 阿迪达斯

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 露露柠檬

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 彪马

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 卡帕

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十四章 中国运动服装行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 运动服装行业上市公司运行状况分析

一、运动服装行业上市公司规模

二、运动服装行业上市公司分布

第二节 李宁

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 安踏

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 特步

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 361度

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十五章 2017-2020年运动服装行业投资分析及风险预警

第一节 体育产业投资机会

一、体育项目投融资情况

二、体育项目投资机会

三、体育行业数字化进程分析

四、体育用品业发展和转型升级

第二节 运动服装行业景气分析

一、品牌端销售情况

二、OEM & ODM端接单情况

三、长期景气分析

第三节 重点公司投资机会

一、李宁

二、安踏体育

三、申洲国际

第四节 运动服装行业投资风险

一、纺织行业生产力风险

二、服装行业需求风险

三、汇率波动风险

四、中美贸易关系风险

五、棉花价格风险

第十六章 2017-2020年运动服装前景分析及趋势预测

第一节 体育产业发展前景分析

- 一、体育产业发展方向
- 二、体育服务业情况
- 三、体育制造业情况
- 四、体育贸易业情况

第二节 运动服装行业发展趋势

- 一、行业流行趋势
- 二、行业消费趋势
- 三、行业发展方向

第三节 运动服装行业各领域发展前景分析

- 一、运动服装行业
- 二、女性运动市场
- 三、服装消费市场

第四节 2021-2026年中国运动服装行业预测分析

- 一、2021-2026年中国运动服装行业影响因素分析
- 二、2021-2026年运动服装市场整体规模预测分析
- 三、2021-2026年主要本土品牌运动服装销售规模预测分析

第十七章 研究结论及发展建议

第一节 运动服装行业研究结论及建议

第二节 运动服装细分需求领域研究结论及建议

第三节 运动服装行业发展建议

- 一、促进运动服装行业发展的主要措施
- 二、中国运动服装发展的政策建议
- 三、增强中国运动服装产业综合实力的对策
- 四、中国运动服装产业可持续发展的建议

图表目录

图表：运动服装产业链龙头

图表：2020年主要公司自产比率下降

图表：2021-2026年世界经济展望增长预测

图表：2017-2020年国内生产总值及其增长速度

图表：2017-2020年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表：2020年中国GDP初步核算数据

图表：2017-2020年中国GDP同比增长速度

图表：2017-2020年GDP环比增长速度

图表：2020年中国经济展望

图表详见报告正文 (GYDS)

【简介】

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年中国运动服装产业分析报告-产业现状调查与发展战略规划》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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/529628529628.html>