

2019年中国运动服行业分析报告- 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

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国运动服行业分析报告-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/391997391997.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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。

一、发展现状

运动鞋服具有功能性与专业性的标签，近十年来随着全球运动时尚之风愈演愈烈，消费者对于运动服饰的认识不断刷新，从而形成广义的“运动风”，对运动服饰的消费偏好加剧，再加以中国为主的新兴市场运动鞋服渗透率提升，以及众多有影响力的赛事不断推动，运动鞋服成为服装行业中增长最为亮眼的品类之一。

2013-2017年我国运动鞋服市场规模情况

数据来源：商务委

2012-2017年，我国运动鞋服行业CR5由58.6%升至68.9%，CR10由47.4%升至53.9%，行业集中度明显高于服装整体及细分领域，且仍在提升。

2013-2017年我国运动鞋服市场CR5与CR10情况

数据来源：商务委

二、行业未来发展趋势

1、市场集中度将进一步提高。

近年来，随着行业内一些大品牌的上市，成立了国家级实验室，其总体竞争优势大幅提高，一二线品牌与三四线品牌的操作差距、技术差距逐渐拉大。2016年，运动服行业主要上市公司运动服销售已达165.68亿元。因此，在产业链整合方面，一二线品牌所占有的市场份额将会相对集中，三四线品牌的生存发展将会受到极大的压迫。

2、经销商群体将进一步分化。

当前，很多经销商同时代理着不同品牌的运动服产品，而在未来，经销商的专业性将增强，该现象将会大大减少。有实力的经销商将承载起市场推广和渠道运作，以及售后服务的功能，从而成为超级经销商；另一部分经销商将会成为厂家指定的专业资金平台和物流承

包商；其他没有资金和网络的经销商将不可避免面临退市的命运。

3、渠道和品牌服务商成为主流

目前，由于连锁业态的发展，不少经销商跨区域经营，而由于区域消费的差异和复杂的物流现状，未来的经销商将以区域性经营为主。同时，未来运动服品牌代理商将成为渠道和品牌的服务商角色。由于资金平台的逐步淡化，经销商的概念和职能将会被逐步的淡化，日渐突出的是作为分销渠道、厂家及消费者三者的服务桥梁。拥有品牌的经销商将会在与运动服厂家的合作中享受更多的资源，而没有品牌的经销商将会错失更多的发展机遇，并且两者之间的差距将会不断加大。（XY）

【报告大纲】

第一章 中国运动服行业发展背景分析

1.1 运动服行业产业链及下游需求分析

1.1.1 行业产业链结构

1.1.2 行业产业链价值环节

1.2 运动服行业发展环境分析

1.2.1 行业政策环境分析

（1）行业主管部门与监管体制

（2）行业相关政策动向

（3）行业相关标准分析

（4）行业发展规划

1.2.2 行业经济环境分析

（1）国外宏观经济走势分析

（2）国内宏观经济走势分析

1.2.3 行业贸易环境分析

（1）行业贸易环境发展现状

（2）行业贸易环境发展趋势

1.2.4 行业消费环境分析

（1）人口总量及结构

（2）城镇居民消费支出

（3）居民消费行为特征分析

1.2.5 行业技术环境分析

（1）行业技术活跃程度分析

（2）行业技术领先企业分析

(3) 行业热门技术分析

(4) 行业技术发展趋势

第二章 运动服行业发展状况分析

2.1 国际运动服行业发展状况分析

2.1.1 国际运动服行业发展概况

2.1.2 重点国家运动服行业发展概况

(1) 美国运动服行业发展现状分析

(2) 法国运动服行业发展现状分析

(3) 加拿大运动服行业发展现状分析

(4) 德国运动服行业发展现状分析

(5) 英国运动服行业发展现状分析

(6) 意大利运动服行业发展现状分析

(7) 日本运动服行业发展现状分析

2.1.3 国际运动服行业发展趋势分析

2.2 中国运动服行业发展状况分析

2.2.1 运动服行业发展现状分析

2.2.2 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

2.2.3 运动服行业市场状况分析

(1) 人均运动服支出情况

(2) 运动服市场规模分析

2.3 中国运动服行业消费群体分析

2.3.1 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

2.3.2 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

2.3.3 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

2.3.4 大学生运动服品牌需求心理调查分析

(1) 调查对象与方法

(2) 大学生体育消费情况

(3) 大学生运动服品牌选择及比较

(4) 影响大学生运动服品牌需求心理因素

(5) 调查结论分析及建议

2.3.5 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

2.4 中国运动服行业进出口市场调研

2.4.1 运动服行业进出口状况综述

2.4.2 运动服行业出口市场调研

(1) 行业出口整体情况

(2) 行业出口产品结构分析

2.4.3 运动服行业进口市场调研

(1) 行业进口整体情况

(2) 行业进口产品结构

2.4.4 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

2.5 中国运动服行业趋势预测分析

2.5.1 运动服行业发展的驱动因素分析

2.5.2 运动服行业发展的障碍因素分析

2.5.3 运动服行业发展趋势分析

2.5.4 运动服行业趋势预测分析

第三章 运动服行业市场竞争状况分析

3.1 国际运动服行业市场竞争状况分析

- 3.1.1 国际运动服市场竞争现状
- 3.1.2 国际运动服市场竞争格局
- 3.1.3 国际运动服市场竞争趋势
- 3.2 运动服行业跨国公司竞争力分析
 - 3.2.1 美国耐克（NIKE）公司竞争力分析
 - (1) 企业发展简介
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业运动服产品发展情况
 - (4) 企业市场区域及行业地位分析
 - (5) 企业在中国市场投资布局情况
 - 3.2.2 德国阿迪达斯（ADIDAS）公司竞争力分析
 - (1) 企业发展简介
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业运动服产品发展情况
 - (4) 企业市场区域及行业地位分析
 - (5) 企业在中国市场投资布局情况
 - 3.2.3 意大利卡帕（KAPPA）公司竞争力分析
 - (1) 企业发展简介
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业运动服产品发展情况
 - (4) 企业市场区域及行业地位分析
 - (5) 企业在中国市场投资布局情况
 - 3.2.4 德国彪马（PUMA）集团竞争力分析
 - (1) 企业发展简介
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业运动服产品发展情况
 - (4) 企业市场区域及行业地位分析
 - (5) 企业在中国市场投资布局情况
 - 3.2.5 日本美津浓（MIZUNO）株式会社竞争力分析
 - (1) 企业发展简介
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业运动服产品发展情况
 - (4) 企业市场区域及行业地位分析
 - (5) 企业在中国市场投资布局情况
- 3.3 国内运动服行业市场竞争状况分析

3.3.1 运动服行业议价能力分析

3.3.2 运动服行业潜在威胁分析

(1) 新进入者威胁

(2) 替代品威胁

3.3.3 运动服行业集中度分析

(1) 区域集中情况

(2) 所有制构成

3.3.4 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

第四章 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) 篮球球迷市场调研

(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) 足球球迷市场调研

(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) 田径爱好者市场调研

(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 其他运动服市场调研

(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

第五章 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 行业营销策略新动向

(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

第六章 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 运动服行业企业规模

6.1.2 运动服行业工业产值状况

6.1.3 运动服行业销售收入和利润

6.2 运动服行业领先企业个案分析

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

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

6.2.3 耐克体育（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

6.2.4 阿迪达斯（苏州）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

6.2.5 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

6.2.6 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

6.2.7 三六一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

6.2.8 中国动向（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

6.2.9 匹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

6.2.10 特步（中国）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

6.2.11 贵人鸟股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

6.2.12 福建德尔惠体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

6.2.13 福建喜得龙体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

第七章 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 运动服行业投资前景分析

- (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

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 4：2018年以来纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%）

图表 5：减免出入境检验检疫的出口纺织服装产品目录

图表 6：服装行业认证标准

图表 7：美国失业率及产能利用率情况（单位：%）

图表 8：2015-2018年美国经济数据（单位：%）

图表详见报告正文……（css）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2019年中国运动服行业分析报告-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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/391997391997.html>