

2022年中国瑜伽服饰行业分析报告- 行业发展格局与投资潜力评估

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2022年中国瑜伽服饰行业分析报告-行业发展格局与投资潜力评估》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/202201/567191.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

瑜伽的动作都比较柔软，而且幅度都比较大。太贴身的衣物，对于动作的伸展性并不好。所以裤子以宽松、休闲舒适自然为主。一身宽松，舒适的衣服让身体可以自由的活动，避免你的身体、呼吸受到限制，让身心放松，感觉良好，更加快速的进入到瑜伽状态。

近年来，随着“她经济”和悦己观念的兴起，掀起新一股女性健身风潮，而瑜伽作为女性健身运动的重要新增细分市场，市场发展前景看好。根据数据显示，2020年，我国超六成的女性运动健身爱好者参与过瑜伽练习。

数据来源：观研天下整理

同时，根据相关数据显示，2016年至2020年，我国瑜伽用品消费市场规模从82亿元增长至187亿元，四年期间增长超过百亿，预计2020年市场规模将破百亿，为208亿元，2023年将达到218亿元，所以该领域也被称为是高速发展的蓝海市场。

数据来源：观研天下整理

同时，根据相关数据显示，约60%的修习者将瑜伽服排在第一位，其次是瑜伽垫；约26.5%的修习者将瑜伽服排在第二位。由此可见，瑜伽服在瑜伽产业中已是不可缺少的用品。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

“瑜伽热”也为瑜伽裤带来了强劲的消费需求。在2020年双十一的时候，以瑜伽裤为代表的运动服饰受到女性消费者追捧，成交额创新高，比如京东“开门红”活动开始10分钟，高端专业女性瑜伽服成交额同比增长250%。并且，近年来瑜伽裤逐渐成为凸显身材的时尚单品，受到越来越多女性消费者的选择。不过，有一部分人表示不理解，比如在知乎平台上关于“为什么大街上穿‘瑜伽裤’的女孩越来越多”的话题引发了6574人关注、1658万人浏览。

随着瑜伽裤内容分享多，品牌选择数量逐渐增加。目前市场上，推出瑜伽服的专业运动品牌有lululemon、Under Armor、Lorna Jane、Alo Yoga等，并且耐克、阿迪达斯、安踏、李宁、Puma等传统运动品牌也不断涌入，国内新兴瑜伽裤逐渐崭露头角。

同时，随着瑜伽裤市场热度持续升高，在各大品牌纷纷入局的同时，也引起了资本的注意。比如，Maia Active宣布完成由百丽国际投资的C轮战略融资，融资金额近亿元。

2020-2021年12月我国瑜伽裤行业相关品牌融资及产业布局情况

企业名称

融资

布局

粒子狂

2020年11月，粒子狂热完成了来自高瓴创投独家投资的亿元C轮融资

粒子狂热于2017年布局线下门店，官网显示，目前其上海、北京共有三家门店

MOLY VIVI

2021年4月，运动品牌MOLY VIVI完成近亿元A轮融资，由经纬中国独家投资

MOLY VIVI于2020年布局，目前在上海开设了两家门店

RAW.J

2021年11月，跨场景运动时装品牌RAW.J完成了来自金浦地素和德聚兄弟创投的连续两轮数千万元融资

/

Maia Active

MaiaActive于近期宣布，完成由百丽国际投资的C轮战略融资，融资金额近亿元。这是Maia Active自2017年以来完成的第四轮融资

2021年Maia Active新增15家门店，年底在8个城市的核心商圈拥有18家直营门店，预计2022年年底线下门店将增至50家

数据来源：观研天下整理（WYD）

观研报告网发布的《2022年中国瑜伽服饰行业分析报告-行业发展格局与投资潜力评估》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年中国瑜伽服饰行业发展概述

第一节 瑜伽服饰行业发展情况概述

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

第二节 中国瑜伽服饰行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、瑜伽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、中国瑜伽服饰行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国瑜伽服饰行业生命周期分析

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

第四节 瑜伽服饰行业经济指标分析

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

第五节 中国瑜伽服饰行业进入壁垒分析

- 一、瑜伽服饰行业资金壁垒分析
- 二、瑜伽服饰行业技术壁垒分析

三、瑜伽服饰行业人才壁垒分析

四、瑜伽服饰行业品牌壁垒分析

五、瑜伽服饰行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球瑜伽服饰行业市场发展现状分析

第一节 全球瑜伽服饰行业发展历程回顾

第二节 全球瑜伽服饰行业市场区域分布情况

第三节 亚洲瑜伽服饰行业地区市场分析

一、亚洲瑜伽服饰行业市场现状分析

二、亚洲瑜伽服饰行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲瑜伽服饰行业市场前景分析

第四节 北美瑜伽服饰行业地区市场分析

一、北美瑜伽服饰行业市场现状分析

二、北美瑜伽服饰行业市场规模与市场需求分析

三、北美瑜伽服饰行业市场前景分析

第五节 欧洲瑜伽服饰行业地区市场分析

一、欧洲瑜伽服饰行业市场现状分析

二、欧洲瑜伽服饰行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲瑜伽服饰行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界瑜伽服饰行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球瑜伽服饰行业市场规模预测

第三章 中国瑜伽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 中国瑜伽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 中国瑜伽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 中国瑜伽服饰行业运行情况

第一节 中国瑜伽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 中国瑜伽服饰行业市场规模分析

第三节 中国瑜伽服饰行业供应情况分析

第四节 中国瑜伽服饰行业需求情况分析

第五节 我国瑜伽服饰行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第六节 中国瑜伽服饰行业供需平衡分析

第七节 中国瑜伽服饰行业发展趋势分析

第五章 中国瑜伽服饰所属行业运行数据监测

第一节 中国瑜伽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 中国瑜伽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 中国瑜伽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2018-2022年中国瑜伽服饰市场格局分析

第一节 中国瑜伽服饰行业竞争现状分析

一、中国瑜伽服饰行业竞争情况分析

二、中国瑜伽服饰行业主要品牌分析

第二节 中国瑜伽服饰行业集中度分析

一、中国瑜伽服饰行业市场集中度影响因素分析

二、中国瑜伽服饰行业市场集中度分析

第三节 中国瑜伽服饰行业存在的问题

第四节 中国瑜伽服饰行业解决问题的策略分析

第五节 中国瑜伽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2018-2022年中国瑜伽服饰行业需求特点与动态分析

第一节 中国瑜伽服饰行业消费市场动态情况

第二节 中国瑜伽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 瑜伽服饰行业成本结构分析

第四节 瑜伽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 中国瑜伽服饰行业价格现状分析

第六节 中国瑜伽服饰行业平均价格走势预测

一、中国瑜伽服饰行业价格影响因素

二、中国瑜伽服饰行业平均价格走势预测

三、中国瑜伽服饰行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国瑜伽服饰行业区域市场现状分析

第一节 中国瑜伽服饰行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区瑜伽服饰市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区瑜伽服饰市场规模分析

四、华东地区瑜伽服饰市场规模预测

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、华中地区瑜伽服饰市场规模分析

四、华中地区瑜伽服饰市场规模预测

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、华南地区瑜伽服饰市场规模分析

四、华南地区瑜伽服饰市场规模预测

第五节 华北地区瑜伽服饰市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区瑜伽服饰市场规模分析

四、华北地区瑜伽服饰市场规模预测

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、东北地区瑜伽服饰市场规模分析

四、东北地区瑜伽服饰市场规模预测

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、西部地区瑜伽服饰市场规模分析

四、西部地区瑜伽服饰市场规模预测

第九章2018-2022年中国瑜伽服饰行业竞争情况

第一节 中国瑜伽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 中国瑜伽服饰行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国瑜伽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 瑜伽服饰行业企业分析（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2022-2027年中国瑜伽服饰行业发展前景分析与预测

第一节 中国瑜伽服饰行业未来发展前景分析

一、瑜伽服饰行业国内投资环境分析

二、中国瑜伽服饰行业市场机会分析

三、中国瑜伽服饰行业投资增速预测

第二节 中国瑜伽服饰行业未来发展趋势预测

第三节 中国瑜伽服饰行业市场发展预测

一、中国瑜伽服饰行业市场规模预测

二、中国瑜伽服饰行业市场规模增速预测

三、中国瑜伽服饰行业产值规模预测

四、中国瑜伽服饰行业产值增速预测

五、中国瑜伽服饰行业供需情况预测

第四节 中国瑜伽服饰行业盈利走势预测

一、中国瑜伽服饰行业毛利润同比增速预测

二、中国瑜伽服饰行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国瑜伽服饰行业投资风险与营销分析

第一节 瑜伽服饰行业投资风险分析

一、瑜伽服饰行业政策风险分析

二、瑜伽服饰行业技术风险分析

三、瑜伽服饰行业竞争风险分析

四、瑜伽服饰行业其他风险分析

第二节 瑜伽服饰行业应对策略

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2022-2027年中国瑜伽服饰行业发展战略及规划建议

第一节 中国瑜伽服饰行业品牌战略分析

一、瑜伽服饰企业品牌的重要性

二、瑜伽服饰企业实施品牌战略的意义

三、瑜伽服饰企业品牌的现状分析

四、瑜伽服饰企业的品牌战略

五、瑜伽服饰品牌战略管理的策略

第二节 中国瑜伽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 中国瑜伽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

第十四章2022-2027年中国瑜伽服饰行业发展策略及投资建议

第一节 中国瑜伽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 中国瑜伽服饰行业营销渠道策略

一、瑜伽服饰行业渠道选择策略

二、瑜伽服饰行业营销策略

第三节 中国瑜伽服饰行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国瑜伽服饰行业重点投资区域分析

二、中国瑜伽服饰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/202201/567191.html>