

2020年中国运动服装市场前景研究报告- 行业供需现状与发展前景预测

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《2020年中国运动服装市场前景研究报告-行业供需现状与发展前景预测》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://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/509648509648.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 运动服装行业基本界定

第一节 运动服装概述

一、简介

二、分类

三、特点

四、兴起与发展

第二节 运动服装行业基本特性

一、行业的周期性

二、行业的地域性

三、行业的季节性

第三节 运动服装行业产业链分析

一、产业链简况

二、上游产业状况

三、下游产业状况

第二章 2017-2020年中国运动服装产业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、全球经济发展形势

二、全球经济环境对中国的影响

三、中国宏观经济发展现状

四、中国宏观经济发展趋势

第二节 社会环境分析

一、人口环境分析

二、收入及消费水平

三、大众体育文化观念

四、居民体育消费现状

五、潮流趋势分析

第三节 政策环境分析

一、行业监管体系

二、主要法律法规

三、主要产业政策

四、行业标准分析

第四节 技术环境分析

一、行业技术水平

二、行业技术动态

三、行业技术趋势

第三章 2017-2020年运动服装产业深度分析

第一节 全球运动服装产业发展综述

一、市场规模分析

二、重点品牌介绍

三、主要国家市场发展

四、市场前景及趋势

第二节 中国运动服装行业驱动因素分析

一、城镇化进程带动消费增长

二、体育强国战略促进行业发展

三、体育活动参与度提高

四、第三方物流发展迅速

第三节 中国运动服装产业发展综述

一、市场规模情况

二、市场集中度

三、行业运行态势

四、行业转型发展状况

五、企业经营模式

六、资本运营现状分析

第四节 中国运动服装行业发展面临的问题及对策

一、产业结构的问题

二、本土品牌发展的瓶颈

三、提升行业竞争力的对策

四、品牌塑造的策略分析

五、企业快速发展的建议

第四章 2017-2020年中国运动服装消费市场分析

第一节 消费行为分析

一、市场消费者分析

二、市场消费层次

三、市场消费趋势

第二节 用户关注分析

- 一、行业搜索指数
- 二、品牌细分市场
- 三、网民人群属性

第五章 2017-2020年中国运动服装细分市场分析

第一节 户外运动服装

- 一、户外用品市场集中度状况
- 二、户外运动服装面料的若干特征
- 三、户外运动用品市场发展分析
- 四、户外用品市场发展特征
- 五、户外运动服用户消费行为分析
- 六、中国户外运动品牌竞争态势分析
- 七、中国户外运动服装的主要销售渠道

第二节 儿童运动服装

- 一、童装市场成为运动品牌新目标
- 二、中国童装运动品牌的发展状况
- 三、儿童运动服市场竞争状况分析
- 四、运动品牌进军童装市场的策略分析
- 五、运动品牌进军童装市场需找准定位

第六章 中国运动服装行业进出口贸易分析

第一节 中国运动服装出口概况

- 一、出口现状分析
- 二、出口特点及形势
- 三、出口税率状况

第二节 中国运动服装进出口数据分析

- 一、棉制针织或钩编的运动服进出口数据分析
- 二、合成纤维制针织或钩编的运动服进出口数据分析
- 三、其他纺织材料制针织或钩编的运动服进出口数据分析

第三节 中国运动服装主要细分产品进出口数据分析

- 一、中国男式游泳服进出口数据分析
- 二、中国女式游泳服进出口数据分析
- 三、中国滑雪套服进出口数据分析

第七章 2017-2020年运动服装行业竞争格局分析

第一节 中国运动服装市场竞争状况分析

- 一、总体竞争态势分析
- 二、国际品牌竞争优势
- 三、细分市场竞争状况
- 四、一二三线市场间的竞争
- 五、线上市场竞争分析
- 六、行业遇跨领域竞争

第二节 中国运动服装行业的竞争格局

- 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 主要运动服装品牌对比竞争状况

- 一、李宁与Nike和Adidas的竞争
- 二、李宁与安踏的竞争动向
- 三、耐克与阿迪达斯的竞争态势
- 四、新百伦与国内已有品牌的竞争
- 五、本土主要运动品牌零售网点比较

第四节 运动服装企业供应链竞争力分析及提升对策

- 一、运动服装企业供应链的特性分析
- 二、运动服装企业供应链比较研究的指标选取
- 三、耐克与李宁供应链定性比较分析
- 四、耐克与李宁供应链定量比较分析
- 五、提升企业供应链竞争力的启示与建议

第八章 2017-2020年中国运动服装市场销售渠道分析

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、网络销售平台

第二节 电商渠道分析

- 一、电商市场规模
- 二、电商市场特点
- 三、电商渠道模式
- 四、电商市场渗透状况

第三节 主要品牌电商渠道开展状况

- 一、阿迪达斯
- 二、耐克
- 三、彪马
- 四、锐步
- 五、卡帕
- 六、李宁
- 七、安踏
- 八、特步

第四节 传统运动服装企业开拓电商渠道的要点

- 一、组织架构的配置
- 二、供应链体系
- 三、线上线下渠道的整合

第九章 中国运动服装市场营销模式及策略探析

第一节 运动服装营销模式及渠道分析

- 一、体育赞助
- 二、时尚营销
- 三、迅速推新
- 四、明星效应
- 五、网络营销

第二节 运动服装主要营销策略分析

- 一、运动服装产品的定位及营销策略简述
- 二、三级市场凭借价格营销取得良好发展
- 三、运动服装品牌草根营销风头正健
- 四、运动服装品牌的营销动向分析
- 五、中国运动品牌营销的问题及对策

第三节 中国运动品牌体育营销组合策略探讨

- 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

第四节 运动服装“纵向切割”营销模式分析

一、运动服装“横向切割”发展之路

二、“横向切割”模式的弊端分析

三、实施“纵向切割”实现品牌突围

第五节 主要国际运动服装品牌营销模式分析

一、阿迪达斯

二、彪马

三、Kappa

四、美津浓

第六节 国内主要运动服装品牌营销策略解析

一、李宁

二、安踏

三、匹克

四、361度

五、特步

第十章 国际优势运动服装品牌分析（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 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

第四节 日本美津浓株式会社

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

第十一章 中国运动服装行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 李宁体育用品有限公司

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 安踏体育用品有限公司

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 三六一度国际有限公司

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（中国）有限公司

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 福建泉州匹克（集团）公司

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

第十二章 中国运动服装行业投资风险及建议分析

第一节 中国运动服行业盈利分析

- 一、行业盈利现状
- 二、行业盈利模式分析
- 三、决定行业盈利的因素

第二节 中国运动服装行业进入壁垒分析

- 一、品牌壁垒
- 二、营销网络规模
- 三、供应链管理能力
- 四、研发设计能力
- 五、人才壁垒

第三节 中国运动服装行业投资风险

- 一、零售终端风险
- 二、原材料风险
- 三、全球品牌挤压风险

第四节 行业投资建议

第十三章 中国运动服装行业发展前景预测分析

第一节 中国运动服装行业发展前景及趋势分析

- 一、行业发展前景分析
- 二、行业发展阶段展望
- 三、未来发展方向浅析
- 四、细分领域发展趋势

第二节 2021-2026年中国运动服装行业预测分析

- 一、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年本土品牌运动服装销售规模预测分析

图表目录

图表：纺织服装行业产业链简要示意图

图表：分业态零售企业毛利率及净利率变化情况

图表：各零售业态主要指标变化情况表

图表：全球主要经济体PMI指标

图表：全球主要经济体贸易进出口额

图表：全球主要经济体汇率

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：2017-2020年货物进出口总额

图表：2020年货物进出口总额及其增长速度

图表：2020年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2020年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2020年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重

图表：2020年规模以上工业增加至同比增长速度

图表：2020年规模以上工业生产主要数据

图表详见报告正文 (GYSYL)

【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。《2020年中国运动服装市场前景研究报告-行业供需现状与发展前景预测》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。

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、阿里巴巴、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/509648509648.html>