|  |
| --- |
| [2025年中国运动服市场现状调研与发展趋势预测分析报告](https://www.20087.com/0/71/YunDongFuHangYeXianZhuangYuFaZha.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2025年中国运动服市场现状调研与发展趋势预测分析报告](https://www.20087.com/0/71/YunDongFuHangYeXianZhuangYuFaZha.html) |
| 报告编号： | 2090710　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9500 元　　纸介＋电子版：9800 元 |
| 优惠价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/0/71/YunDongFuHangYeXianZhuangYuFaZha.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　运动服装行业近年来经历了显著的增长，这得益于全球健身意识的提升以及消费者对健康生活方式的追求。技术进步，如智能纺织品的开发，使得运动服不仅能提升穿着舒适度，还能监测心率、体温等生理指标，满足了消费者对功能性和时尚性的双重需求。同时，环保材料的应用，如回收聚酯纤维的使用，反映了行业对可持续发展的承诺。
　　未来运动服市场将更加注重个性化和定制化服务，利用大数据和人工智能技术分析消费者偏好，提供更为精准的运动装备解决方案。可持续性和环保将继续作为核心驱动力，推动生物基和可降解材料的研发与应用。此外，随着虚拟现实和增强现实技术在体育锻炼中的应用增加，融合这些技术的运动服饰，如能够与VR健身游戏互动的智能服装，将成为新的增长点。
　　《[2025年中国运动服市场现状调研与发展趋势预测分析报告](https://www.20087.com/0/71/YunDongFuHangYeXianZhuangYuFaZha.html)》通过详实的数据分析，全面解析了运动服行业的市场规模、需求动态及价格趋势，深入探讨了运动服产业链上下游的协同关系与竞争格局变化。报告对运动服细分市场进行精准划分，结合重点企业研究，揭示了品牌影响力与市场集中度的现状，为行业参与者提供了清晰的竞争态势洞察。同时，报告结合宏观经济环境、技术发展路径及消费者需求演变，科学预测了运动服行业的未来发展方向，并针对潜在风险提出了切实可行的应对策略。报告为运动服企业与投资者提供了全面的市场分析与决策支持，助力把握行业机遇，优化战略布局，推动可持续发展。

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分析
　　　　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分析
　　　　（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分析
　　　　（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 中国运动服行业发展前景分析
　　　　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 运动服行业发展前景预测

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）篮球球迷市场分析
　　　　（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）足球球迷市场分析
　　　　（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）田径爱好者市场分析
　　　　（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 其他运动服市场分析
　　　　（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
　　　　（5）企业偿债能力分析
　　　　（6）企业发展能力分析
　　　　（7）企业组织架构分析
　　　　（8）企业产品结构及新产品动向
　　　　（9）企业销售渠道与网络
　　　　（10）企业经营状况优劣势分析
　　　　（11）企业投资兼并与重组分析
　　　　（12）企业最新发展动向分析
　　　　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
　　　　（5）企业偿债能力分析
　　　　（6）企业发展能力分析
　　　　（7）企业产品结构及新产品动向
　　　　（8）企业销售渠道与网络
　　　　（9）企业经营状况优劣势分析
　　　　（10）企业投资兼并与重组分析
　　　　（11）企业最新发展动向分析
　　　　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
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　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
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　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
　　　　（5）企业偿债能力分析
　　　　（6）企业发展能力分析
　　　　（7）企业股权结构与组织架构分析
　　　　（8）企业经营模式分析
　　　　（9）企业产品结构及新产品动向
　　　　（10）企业销售渠道与网络
　　　　（11）企业经营状况优劣势分析
　　　　（12）企业投资兼并与重组分析
　　　　（13）企业最新发展动向分析
　　　　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
　　　　（5）企业偿债能力分析
　　　　（6）企业发展能力分析
　　　　（7）企业产品结构及新产品动向
　　　　（8）企业销售渠道与网络
　　　　（9）企业经营状况优劣势分析
　　　　（10）企业最新发展动向分析
　　　　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
　　　　（5）企业偿债能力分析
　　　　（6）企业发展能力分析
　　　　（7）企业产品结构及新产品动向
　　　　（8）企业销售渠道与网络
　　　　（9）企业经营状况优劣势分析
　　　　（10）企业最新发展动向分析
　　　　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
　　　　（5）企业偿债能力分析
　　　　（6）企业发展能力分析
　　　　（7）企业组织架构分析
　　　　（8）企业产品结构及新产品动向
　　　　（9）企业销售渠道与网络
　　　　（10）企业经营状况优劣势分析
　　　　（11）企业投资兼并与重组分析
　　　　（12）企业最新发展动向分析
　　　　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
　　　　（5）企业偿债能力分析
　　　　（6）企业发展能力分析
　　　　（7）企业产品结构及新产品动向
　　　　（8）企业销售渠道与网络
　　　　（9）企业经营状况优劣势分析
　　　　（10）企业最新发展动向分析
　　　　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
　　　　（5）企业偿债能力分析
　　　　（6）企业发展能力分析
　　　　（7）企业产品结构及新产品动向
　　　　（8）企业销售渠道与网络
　　　　（9）企业经营状况优劣势分析
　　　　（10）企业最新发展动向分析
　　　　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
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　（6）企业最新发展动向分析
　　　　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
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　（6）企业最新发展动向分析
　　　　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
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　（6）企业最新发展动向分析

第七章 (中智-林)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 运动服行业投资风险分析
　　　　（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 4：2025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 8：2019-2024年美国经济数据（单位：%）
　　图表 9：2019-2024年德法及欧猪五国公共债务占GDP的比重（单位：%）
　　图表 10：2025年以来德法及欧猪五国失业率情况（单位：%）
　　图表 11：2019-2024年欧洲经济数据（单位：%）
　　图表 12：2025年国内宏观经济大事一览
　　图表 13：2019-2024年我国GDP同比增速走势（单位：%）
　　图表 14：2019-2024年我国GDP贡献率（单位：%）
　　图表 15：2019-2024年我国CPI与PPI走势情况（单位：%）
　　图表 16：2019-2024年我国CPI涨跌幅情况（单位：%）
　　图表 17：2019-2024年我国CPI、PPI走势（单位：%）
　　图表 18：2019-2024年规模以上工业增加值增速走势（单位：%）
　　图表 19：2025年固定资产投资额累计增长情况（单位：%）
　　图表 20：2019-2024年我国固定资产投资（单位：亿元，%）
　　图表 21：2019-2024年我国进出口总值情况（单位：亿美元）
　　图表 22：2019-2024年我国进出口增速情况（单位：%）
　　图表 23：2019-2024年我国贸易顺差走势（单位：亿美元）
　　图表 24：2019-2024年中国人口规模及增长情况（单位：亿人，%）
　　图表 25：2019-2024年中国各年龄段人口占总人口比重（单位：%）
　　图表 26：2025年中国城镇居民人均消费性支出及其结构（单位：元，%）
　　图表 27：2019-2024年运动服行业相关专利申请数量变化图（单位：种）
　　图表 28：2019-2024年运动服行业相关专利公开数量变化图（单位：种）
　　图表 29：2019-2024年运动服行业相关专利公开数量分布图（单位：种）
　　图表 30：2019-2024年运动服行业相关专利公开数量比重图（单位：%）
　　图表 31：2019-2024年运动服行业相关专利申请人构成图（单位：个）
　　图表 32：2025年运动服行业相关专利申请人综合比较（单位：种，%，个，年）
　　图表 33：2025年我国运动服行业相关专利分布领域（前十位）（单位：种）
　　图表 34：2025年我国运动服行业相关专利比重（单位：%）
　　图表 35：全球人均运动服支出总额（单位：美元，%）
　　图表 36：2019-2024年中国运动服市场规模（单位：亿元，%）
　　图表 37：运动服市场消费者年龄构成比例（单位：%）
　　图表 38：运动服市场不同年龄结构需求特点及影响因素
　　图表 39：京沪青少年的消费结构（单位：%）
　　图表 40：青少年的消费理念（单位：%）
　　图表 41：青少年对运动服名牌的看法（单位：%）
　　图表 42：青少年对名牌运动服打折消费的态度（单位：%）
　　图表 43：青少年对假冒运动服名牌的看法（单位：%）
　　图表 44：青少年一周的媒体接触情况（单位：小时）
　　图表 45：京沪青少年经常看的电视节目类型（单位：%）
　　图表 46：京沪青少年经常听的广播节目类型（单位：人，%）
　　图表 47：京沪青少年爱看的报纸、杂志（单位：人，%）
　　图表 48：大学生月平均支出情况统计表（单位：%）
　　图表 49：大学生月平均体育消费情况统计表（单位：%）
　　图表 50：大学生体育产品品牌比较情况（单位：%）
　　图表 51：青少年购买运动鞋考虑因素（单位：%）
　　图表 52：2019-2024年中国运动服行业进出口状况表（单位：万美元）
　　图表 53：2025年运动服行业产品出口月度金额走势图（单位：万美元）
　　图表 54：2019-2024年中国运动服行业出口产品（单位：万件，万套，万美元）
　　图表 55：2019-2024年运动服行业出口产品结构（单位：%）
　　图表 56：2025年运动服行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元）
　　图表 57：2019-2024年中国运动服行业进口产品（单位：万套，万件，件，套，万美元）
　　图表 58：2019-2024年运动服行业进口产品结构（单位：%）
　　图表 59：2025年运动服进口品牌关注排行（单位：%）
　　图表 60：2025-2031年运动服市场规模及预测（单位：亿元，%）
　　图表 61：世界运动服销售额发展分布（单位：%）
　　图表 62：世界运动服市场分布格局（单位：亿美元，%）
　　图表 63：美国耐克公司经营状况表（一）（单位：百万美元，%）
　　图表 64：美国耐克公司经营状况表（二）（单位：百万美元，%）
　　图表 65：中国运动服行业企业区域分布格局（单位：%）
　　图表 66：中国运动服行业所有制构成情况（单位：%）
　　图表 67：部分运动服品牌经营情况对比（单位：亿元，%）
　　图表 68：运动服市场进入前十名品牌统计（分月）
　　图表 69：2025年中国运动服前十位品牌市场占有率（单位：%）
　　图表 70：中国境内五大运动服品牌零售门店数量情况（单位：家）
　　图表 71：国家统计局对我国运动服装产品的统计分类
　　图表 72：2019-2024年中国运动服行业上市公司（单位：亿港元，亿人民币）
　　图表 73：2025年中国户外用品市场各类产品年度销售额比例示意图（单位：%）
　　图表 74：游泳服搜索指数
　　图表 75：游泳服相关内容搜索（单位：%）
　　图表 76：2025年游泳服品牌关注度排行（单位：%）
　　图表 77：游泳服网民性别分布（单位：%）
　　图表 78：游泳服网民年龄分布（单位：%）
　　图表 79：游泳服网民地区分布（单位：%）
　　图表 80：滑雪服功能的设计方法
　　图表 81：不同赛事不同国家滑雪运动员服装的色彩情况
　　图表 82：运动服企业战略营销模式
　　图表 83：2025年中国运动服行业工业总产值、销售收入和利润总额前十名企业
　　图表 84：2025年运动服行业工业总产值（现价）前十位企业（单位：万元）
　　图表 85：2025年中国运动服行业企业产品销售收入与利润总额（单位：万元）
　　图表 86：李宁（中国）体育用品有限公司与实际控制人之间产权及控制关系方框图
　　图表 87：2019-2024年李宁（中国）体育用品有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
　　图表 88：2019-2024年李宁（中国）体育用品有限公司盈利能力分析（单位：%）
　　图表 89：2019-2024年李宁（中国）体育用品有限公司运营能力分析（单位：次）
　　图表 90：2019-2024年李宁（中国）体育用品有限公司偿债能力分析（单位：%）
　　图表 91：2019-2024年李宁（中国）体育用品有限公司发展能力分析（单位：%）
　　图表 92：李宁（中国）体育用品有限公司组织架构图
　　图表 93：李宁（中国）体育用品有限公司李宁牌店铺分布（单位：家）
　　图表 94：李宁（中国）体育用品有限公司优劣势分析
　　图表 95：2019-2024年安踏体育用品有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
　　图表 96：2019-2024年安踏体育用品有限公司盈利能力分析（单位：%）
　　图表 97：2019-2024年安踏体育用品有限公司运营能力分析（单位：次）
　　图表 98：2019-2024年安踏体育用品有限公司偿债能力分析（单位：%）
　　图表 99：2019-2024年安踏体育用品有限公司发展能力分析（单位：%）
　　图表 100：安踏体育用品有限公司优劣势分析
　　图表 101：耐克体育（中国）有限公司优劣势分析
　　图表 102：阿迪达斯（苏州）有限公司优劣势分析
　　图表 103：2019-2024年乔丹体育股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
　　图表 104：2019-2024年乔丹体育股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
　　图表 105：2019-2024年乔丹体育股份有限公司运营能力分析（单位：次）
　　图表 106：2019-2024年乔丹体育股份有限公司偿债能力分析（单位：%）
　　图表 107：2019-2024年乔丹体育股份有限公司发展能力分析（单位：%）
　　图表 108：乔丹体育股份有限公司股权结构图
　　图表 109：乔丹体育股份有限公司组织架构图
　　图表 110：乔丹体育股份有限公司产品分类
　　图表 111：2019-2024年乔丹体育股份有限公司品牌专卖店数量（单位：家）
　　图表 112：乔丹体育股份有限公司优劣势分析
　　图表 113：2019-2024年鸿星尔克体育用品有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
　　图表 114：2019-2024年鸿星尔克体育用品有限公司盈利能力分析（单位：%）
　　图表 115：2019-2024年鸿星尔克体育用品有限公司运营能力分析（单位：次）
　　图表 116：2019-2024年鸿星尔克体育用品有限公司偿债能力分析（单位：%）
　　图表 117：2019-2024年鸿星尔克体育用品有限公司发展能力分析（单位：%）
　　图表 118：鸿星尔克体育用品有限公司优劣势分析
　　图表 119：2019-2024年三六一度国际有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
　　图表 120：2019-2024年三六一度国际有限公司盈利能力分析（单位：%）
略……

了解《[2025年中国运动服市场现状调研与发展趋势预测分析报告](https://www.20087.com/0/71/YunDongFuHangYeXianZhuangYuFaZha.html)》，报告编号：2090710，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/0/71/YunDongFuHangYeXianZhuangYuFaZha.html>

热点：卫衣属于运动服吗、运动服品牌标志logo大全、运动装品牌排行榜、运动服品牌商标大全、安踏品牌介绍、运动服品牌、体育服装品牌大全、运动服哪个牌子好、运动鞋品牌

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！