|  |
| --- |
| [中国运动服装行业发展调研与市场前景预测报告（2023-2029年）](https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/78/YunDongFuZhuangFaZhanQuShiYuCeFenXi.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： | [中国运动服装行业发展调研与市场前景预测报告（2023-2029年）](https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/78/YunDongFuZhuangFaZhanQuShiYuCeFenXi.html) |
| 报告编号： | 1826878　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元 |
| 优惠价： | 电子版：7600 元　　纸介＋电子版：7900 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/M_QingGongRiHua/78/YunDongFuZhuangFaZhanQuShiYuCeFenXi.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

　　运动服装市场近年来持续扩张，受到健康生活方式的流行、健身文化的兴起以及运动休闲风潮的推动。新材料和科技的应用，如快干面料、抗菌技术和智能纺织品，提升了产品的功能性和舒适度。品牌间的竞争激烈，市场细分化明显，从专业运动到日常休闲，覆盖了广泛的消费者群体。  
　　未来，运动服装行业将更加注重个性化和可持续性。消费者对定制化产品的需求将推动品牌提供更多个性化的购物体验。同时，环保意识的提高促使企业采用循环材料和绿色生产流程，以减少对环境的影响。数字化营销和社交媒体平台的影响力将持续增强，成为品牌与消费者互动的重要渠道。  
　　《[中国运动服装行业发展调研与市场前景预测报告（2023-2029年）](https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/78/YunDongFuZhuangFaZhanQuShiYuCeFenXi.html)》通过对行业现状的深入剖析，结合市场需求、市场规模等关键数据，全面梳理了运动服装产业链。运动服装报告详细分析了市场竞争格局，聚焦了重点企业及品牌影响力，并对价格机制和运动服装细分市场特征进行了探讨。此外，报告还对市场前景进行了展望，预测了行业发展趋势，并就潜在的风险与机遇提供了专业的见解。运动服装报告以科学、规范、客观的态度，为相关企业和决策者提供了权威的行业分析和战略建议。  
  
第一章 2023-2029年运动服装产业发展分析  
　　第一节 运动服装概念、分类及历史沿革  
　　　　一、简介  
　　　　二、分类  
　　　　三、种类  
　　　　四、兴起与发展  
　　第二节 全球运动服装产业发展综述  
　　　　一、全球运动服装市场规模分析  
　　　　二、全球主要运动服装品牌介绍  
　　　　三、国外高性能运动服装的发展  
　　　　四、全球运动服装市场前景及趋势  
　　第三节 全球主要国家运动服装产业发展状况  
　　　　一、美国运动服饰市场销售分析  
　　　　二、德国运动服装市场销售情况  
　　　　三、韩国运动服装市场发展状况  
　　　　四、日本运动服装企业的业务重点  
　　第四节 中国运动服装产业发展综述  
　　　　一、中国运动服装发展现状  
　　　　二、中国运动服装行业发展规模分析  
　　　　三、中国运动服装产业立足标准化发展  
　　　　四、中国运动服行业的品牌政策  
　　　　五、中国运动服装行业面临转型  
　　　　六、时装化逐渐融入运动服装设计中  
　　第五节 中国运动服装行业发展面临的问题及对策  
　　　　一、中国运动服装产业结构存在的问题  
　　　　二、制约中国本土运动品牌发展的瓶颈  
　　　　三、提升中国运动服装行业竞争力的对策  
　　　　四、中国本土运动服装品牌的塑造策略  
　　　　五、中国运动服装企业快速发展的建议  
  
第二章 2023-2029年中国运动服装市场分析  
　　第一节 中国运动服装市场发展现状  
　　　　一、中国运动服装市场规模情况  
　　　　二、2023年中国运动服装市场发展状况  
　　　　三、2023年中国运动服装品牌发展状况  
　　　　四、2023年中国运动服装品牌运营状况  
　　　　五、中国运动服装市场规模制胜时代结束  
　　　　六、运动服装产品的时尚化发展动向  
　　第二节 2023-2029年中国运动服装市场销售格局  
　　　　一、2023年中国运动服装市场销售状况  
　　　　二、2023年中国运动服装市场品牌格局  
　　　　……  
　　第三节 2023-2029年中国运动服装网络用户关注格局  
　　　　一、2023年中国运动服装市场用户关注状况  
　　　　……  
　　第四节 中国运动服装出口状况分析  
　　　　一、近几年中国运动服的出口情况  
　　　　二、中国运动服出口海外市场分析  
　　　　三、主要地区运动服出口分析  
　　第五节 户外运动服装市场发展分析  
　　　　一、中国户外运动用品市场趋热  
　　　　二、户外运动服装面料的若干特征  
　　　　三、2023年中国户外运动用品市场销售情况  
　　　　四、2023年中国户外运动用品市场发展分析  
　　　　……  
　　　　六、户外运动品牌在中国市场的竞争格局  
　　　　七、中国户外运动服装的主要销售渠道  
　　第六节 儿童运动服装市场发展分析  
　　　　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、中国童装运动品牌的竞争态势  
　　　　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  
  
第三章 2023-2029年运动服装营销探讨  
　　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  
　　　　六、销售方式与销售渠道简析  
　　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  
  
第二部分 市场竞争分析  
第四章 2023-2029年运动服装行业竞争分析  
　　第一节 中国体育用品国际竞争力分析  
　　　　一、中国体育用品行业的发展状况  
　　　　二、中国体育用品国际竞争力状况剖析  
　　　　三、影响中国体育用品产业国际竞争力的因素  
　　　　四、提升中国体育用品产业国际竞争力的战略  
　　第二节 中国运动服装市场竞争状况分析  
　　　　一、国际运动服装品牌竞争优势显著  
　　　　二、国内外运动服装品牌对比分析  
　　　　三、运动服装品牌细分市场竞争激烈  
　　　　四、国内外运动服装品牌竞争新动向  
　　　　五、中国运动服装线上市场竞争加剧  
　　第三节 中国运动服装行业的竞争格局  
　　　　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  
　　第四节 主要运动服装品牌对比竞争状况  
　　　　一、耐克与阿迪达斯在女性市场的竞争  
　　　　二、阿迪达斯与彪马竞争状况分析  
　　　　三、李宁与安踏财务竞争力的比拼  
　　　　四、李宁与探路者竞争状况分析  
　　　　五、本土主要运动品牌零售网点比较  
　　第五节 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  
  
第五章 2023-2029年主要国际运动服装企业  
　　第一节 耐克  
　　　　一、公司简介  
　　　　二、2023年财年耐克经营状况  
　　　　三、2023年耐克经营状况  
　　　　四、未来几年耐克公司的发展战略与目标  
　　　　五、移动互联网时代耐克的新变革分析  
　　第二节 阿迪达斯  
　　　　一、公司简介  
　　　　二、2023年阿迪达斯经营状况  
　　　　……  
　　　　五、阿迪达斯在中国的成功经验解析  
　　　　六、阿迪达斯零售终端布局策略分析  
　　第三节 彪马  
　　　　一、公司简介  
　　　　二、2023年彪马经营状况  
　　　　三、彪马集团全新营销战略解读  
　　第四节 日本美津浓株式会社  
　　　　一、公司简介  
　　　　二、美津浓的发展策略与目标分析  
　　第五节 卡帕  
　　　　一、公司简介  
　　　　二、Kappa进入中国市场的发展历程  
　　　　三、Kappa赢取市场的成功经验  
　　　　四、Kappa中国电商渠道的发展剖析  
　　　　五、近年Kappa中国市场运营状况分析  
  
第六章 2023-2029年中国主要运动服装企业分析  
　　第一节 李宁体育用品有限公司  
　　　　一、公司简介  
　　　　二、模式体系  
　　　　三、发展简史  
　　　　四、2023年李宁经营状况分析  
　　　　……  
　　　　八、李宁进军美国体育用品市场的策略  
　　第二节 安踏体育用品有限公司  
　　　　一、公司简介  
　　　　二、2023年安踏经营状况分析  
　　　　三、安踏发展战略  
　　　　四、安踏开始向全产业链延伸  
　　第三节 三六一度国际有限公司  
　　　　一、企业简介  
　　　　二、2023年度国际有限公司经营状况分析  
　　　　三、361度财务指标状况分析  
　　　　四、361度的品牌形象塑造策略解读  
　　　　五、361度门店分布格局与业绩分析  
　　第四节 特步（中国）有限公司  
　　　　一、公司简介  
　　　　二、2023年特步国际经营状况分析  
　　　　三、2023年特步门店经营状况分析  
　　　　四、特步电商销售渠道的发展态势  
　　第五节 福建泉州匹克（集团）公司  
　　　　一、公司简介  
　　　　二、匹克体育主要产品  
　　　　三、2023-2029年匹克体育经营状况分析  
　　　　四、匹克积极推进国际化发展战略  
　　　　五、匹克电商差异化定价策略分析  
  
第三部分 行业发展前景  
第七章 中国运动服装未来发展前景及趋势展望  
　　第一节 体育用品发展趋势及前景  
　　　　一、中国体育用品市场发展形势展望  
　　　　二、中国体育用品市场发展空间大  
　　　　三、体育用品网购趋势分析  
　　第二节 中-智林－运动服装发展前景与趋势分析  
　　　　一、中国宏观经济分析  
　　　　　　1、中国GDP分析  
　　　　　　2、全社会固定资产投资分析  
　　　　　　3、消费价格指数分析  
　　　　　　4、城乡居民收入分析  
　　　　　　5、社会消费品零售总额  
　　　　　　6、进出口总额及增长率分析  
　　　　二、中国运动服装发展前景广阔  
　　　　三、运动服装的未来发展方向浅析  
　　　　四、高性能运动服装发展的三大趋势  
　　　　五、2023-2029年中国运动服装行业预测分析  
  
图表目录  
　　图表 1：2023-2029年全球运动服装市场规模分析  
　　图表 2：2023-2029年中国运动服装市场规模分析  
　　……  
　　图表 4：2023年运动服装产品大类关注度  
　　图表 5：2023年服装产品品牌关注度排行  
　　图表 6：2023年运动服装行业搜索指数  
　　图表 7：2023年运动服装行业用户搜索内容  
　　图表 8：2023年运动服装产品大类关注度  
　　图表 9：2023-2029年我国运动服行业出口分析  
　　图表 10：2023年我国运动服行业出口区域分析  
　　图表 11：2023年全国重点大型零售企业户外用品销售情况  
　　图表 12：近年来户外用品销售占比变动情况  
　　图表 13：主要户外用品品牌服装价格对比  
　　图表 14：主要户外用品品牌鞋类价格对比  
　　图表 15：近年来国内户外用品品牌数量变动情况  
　　图表 16：中国户外用品市场品牌市场占有率情况  
　　图表 17：前三大本土户外用品品牌市场占有率变动情况  
　　图表 18：国内户外用品品牌城市渗透率  
　　图表 19：户外运动品牌前十  
　　图表 20：耐克和李宁的金字塔  
　　图表 21：基于微笑曲线的物流与供应链分析  
　　图表 22：费舍尔的供应链匹配模型  
　　图表 23：耐克与李宁公司供应链定性比较  
　　图表 24：耐克与李宁资产收益率比较  
　　图表 25：耐克与李宁库存周转率比较  
　　图表 26：耐克与李宁收入增长率比较  
　　图表 27：2023年财年耐克经营状况分析  
　　……  
　　图表 29：2023年阿迪达斯经营状况分析  
　　图表 30：2023年阿迪达斯经营状况分析  
　　……  
　　图表 32：2023年彪马经营状况分析  
　　图表 33：2023年李宁经营状况分析  
　　……  
　　图表 37：2023年安踏经营状况分析  
　　图表 38：2023年度国际有限公司经营状况分析  
　　图表 39：2023年度财务指标分析  
　　图表 40：2023年特步（中国）有限公司经营状况分析  
　　……  
　　图表 42：2023年匹克体育经营状况分析  
　　图表 43：2023-2029年国内生产总值及其增长速度  
　　图表 44：2023年GDP初步核算数据  
　　图表 45：GDP环比和同比增长速度  
　　图表 46：2023年固定资产投资增速  
　　图表 47：2023年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度  
　　图表 48：2023年固定资产投资新增主要生产能力  
　　图表 49：固定资产投资（不含农户）同比增速（%）  
　　图表 50：2023年居民消费价格月度涨跌幅度  
　　图表 51：2023年居民消费价格比上年涨跌幅度  
　　图表 52：消费价格指数CPI、PPI  
　　图表 53：2023-2029年农村居民人均纯收入  
　　图表 54：2023-2029年城镇居民人均纯收入  
　　图表 55：2023年社会消费品零售总额  
　　图表 56：2023-2029年货物进出口总额  
　　图表 57：2023年货物进出口总额及其增长速度  
略……

了解《[中国运动服装行业发展调研与市场前景预测报告（2023-2029年）](https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/78/YunDongFuZhuangFaZhanQuShiYuCeFenXi.html)》，报告编号：1826878，

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

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/78/YunDongFuZhuangFaZhanQuShiYuCeFenXi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！