

2026-2031年中国运动服装行业市场发展现状及前景趋势预测研究报告

报告简介

在现代市场经济活动中，信息已经是一种重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近百万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了！企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢地锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求及前景。

随着运动服装行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的运动服装企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。中道泰和利用多种独创的信息处理技术，对运动服装行业市场海量的数据进行采集、整理、加工、分析、传递，为客户提供一揽子信息解决方案和咨询服务，最大限度地降低客户投资风险与经营成本，把握投资机遇，提高企业竞争力。

本报告由中道泰和的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个运动服装行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业！权威！报告根据运动服装行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国运动服装行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国运动服装行业将面临的机遇与挑战，对运动服装行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是运动服装企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最

新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值!

报告目录

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 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年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 2021-2026年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 2021-2026年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 2021-2026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 2021-2026年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 2021-2026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 2021-2026年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 2021-2026年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 2021-2026年国际优势运动服装品牌运营经验借鉴

第一节 耐克

一、 企业发展概况

二、 经营状况分析

三、 运营模式分析

四、 成功经验分析

五、 企业战略动向

第二节 阿迪达斯

一、 企业发展概况

二、 经营状况分析

三、 发展态势分析

四、 在华运营现状

五、 在华经验解析

第三节 彪马

一、 企业发展概况

二、 经营状况分析

三、市场布局动向

四、竞争形势分析

五、企业战略动态

第四节 日本美津浓株式会社

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、成功经验解析

四、企业战略动向

五、未来经营规划

第五节 卡帕

一、企业发展概况

二、在华发展历程

三、成功经验分析

四、面临形势分析

第十一章 2021-2026年中国领先运动服装企业运营状况分析

第一节 李宁体育用品有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、企业战略动态

四、未来市场开拓重点

第二节 安踏体育用品有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、安踏转型策略分析

四、企业战略动态

第三节 三六一度国际有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、品牌策略分析

四、企业战略动态

第四节 特步(中国)有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、品牌策略分析

四、成功经验借鉴

五、企业战略动态

第五节 福建泉州匹克(集团)公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、品牌策略分析

四、企业战略动态

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 2026-2031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、2026-2031年运动服装市场整体规模预测分析

三、2026-2031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：2021-2026年各零售业态主要指标变化情况表

图表：2021-2026年七国集团GDP增长率

图表：2021-2026年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表：2021-2026年全球及主要经济体制造业和服务业PMI

图表：2021-2026年全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数

图表：2021-2026年国内生产总值增长速度(累计同比)

图表：2021-2026年规模以上增加值增速(月度同比)

图表：2021-2026年固定资产投资(不含农户)名义增速(累计同比)

图表：2021-2026年房地产开发投资名义增速(累计同比)

图表：2021-2026年居民消费价格上涨情况(月度同比)

图表：2021-2026年工业生产者出厂价格涨跌情况(月度同比)

图表：2021-2026年人口及其自然增长率变化情况

图表：我国农村和城镇居民收入中转移性收入占比

图表：农村居民收入构成

图表：2021-2026年农村居民人均收入实际增长速度(累计同比)

图表：2021-2026年城镇居民人均可支配收入实际增长速度(累计同比)

图表：2021-2026年社会消费品零售总额增速月度同比

图表：2021-2026年社会消费品零售总额名义速度(月度同比)

图表：不同体育消费项目的人数百分比

图表：不同体育消费项目的人均消费金额

图表：城乡居民体育消费一览表

图表：运动服装行业生产经营所涉及的要法律法规

图表：运动服装产品执行的主要质量控制标准

图表：运动服行业专利申请量分布图

图表：美国消费者穿着运动服饰从事其他活动调查

图表：美国消费者购买运动服饰最普遍的渠道

图表：美国消费者对35%具有功能性运动服饰吸湿整理功能的关注度

图表：2021-2026年财年耐克品牌产品按地区划分销售收入

图表：阿迪达斯和彪马产品对比

图表：2021-2026年我国人均GDP和城镇居民家庭人均可支配收入

图表：我国提倡健身事业发展的政策

图表：我国人均运动频率

图表：2021-2026年中国第三方物流市场规模情况

图表：中国运动服饰市场规模

图表：华北市场前十位品牌市场综合占有率

图表：中南市场前十位品牌市场综合占有率

图表：东北市场前十位品牌市场综合占有率

图表：西南市场前十位品牌市场综合占有率

图表：华东市场前十位品牌市场综合占有率

图表：西北市场前十位品牌市场综合占有率

图表：2021-2026年我国运动服品牌市场综合占有率

图表：2021-2026年中国运动服市场占有率排名(TOP10)

图表：消费者了解运动品牌的渠道

图表：不同年龄组人群参加体育锻炼的人数百分比

图表：不同年龄组人群“经常锻炼”的人数百分比

图表：参加不同频度体育锻炼的人数百分比

图表：参加不同频度体育锻炼的各年龄组人数百分比

图表：参加不同持续时间体育锻炼的各年龄组人数百分比

图表：参加不同强度体育锻炼的各年龄组人数百分比

图表：参加不同体育锻炼项目的各年龄组人数百分比

图表：在不同场所参加体育锻炼的人数百分比

图表：各年龄组在不同锻炼场所的人数百分比一览表

图表：选择不同收费水平的体育场所锻炼的人数百分比

图表：选择不同距离锻炼场所的人数百分比

图表：不同参加体育锻炼形式的人数百分比

图表：不同参加体育锻炼目的的人数百分比

图表：各年龄组人群接受体育锻炼指导的人数百分比一览表

图表：不同途径获得运动技能的人数百分比

图表：不参加体育锻炼各种原因的人数百分比

图表：城镇和乡村居各年龄组参加体育锻炼的人数百分比

图表：城镇和乡村居民各年龄组“经常锻炼”的人数百分比

图表：城镇和乡村居民在不同场所参加体育锻炼的人数百分比及差值一览表

图表：不同区域城乡居民参加体育锻炼的人数百分比

图表：不同区域各类体育消费人数百分比一览表

图表：2021-2026年运动服饰行业搜索指数

图表：2021-2026年运动服饰行业用户搜索内容

图表：2021-2026年运动服饰行业搜索指数

图表：2021-2026年运动服饰产品大类关注度

图表：2021-2026年运动服饰品牌属性关注趋势

图表：2021-2026年运动服饰网民与全网网民性别分布对比

图表：2021-2026年运动服饰行业网民年龄分布

图表：2021-2026年运动服饰网民与全网网民性别分布对比

图表：2021-2026年我国户外用品市场规模状况

图表：2021-2026年我国户外用品各渠道总量

图表：2021-2026年我国户外用品各渠道销售额情况

图表：2021-2026年我国户外用品各渠道销售产品分类

图表：2021-2026年我国典型城市百货商场渠道数量对比

图表：2021-2026年我国典型城市户外店数量对比

图表：2021-2026年户外店成本情况调查

图表：户外店成本上涨原因情况

图表：2021-2026年我国户外用品网络购买情况

图表：专业户外消费者购买商品占比情况

图表：休闲户外消费者购买商品占比

图表：速干T恤销量占比分布

图表：2021-2026年运动服出口数量统计表

图表：2021-2026年运动服出口金额统计表

图表：我国纺织、服装出口退税率调整情况

图表：2021-2026年中国棉制针织或钩编的运动服对外贸易总量分析

图表：2021-2026年中国棉制针织或钩编的运动服进口总量分析

图表：2021-2026年中国棉制针织或钩编的运动服出口总量分析

图表：2021-2026年主要省市棉制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市棉制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市棉制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市棉制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年份主要省市棉制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要省市棉制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国棉制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国棉制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国棉制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国棉制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国棉制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国棉制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年中国合成纤维制针织或钩编的运动服对外贸易总量分析

图表：2021-2026年中国合成纤维制针织或钩编的运动服进口总量分析

图表：2021-2026年中国合成纤维制针织或钩编的运动服出口总量分析

图表：2021-2026年主要省市合成纤维制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市合成纤维制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市合成纤维制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市合成纤维制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年份主要省市合成纤维制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要省市合成纤维制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国合成纤维制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国合成纤维制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国合成纤维制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国合成纤维制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国合成纤维制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国合成纤维制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年中国其他纺织材料制针织或钩编的运动服对外贸易总量分析

图表：2021-2026年中国其他纺织材料制针织或钩编的运动服进口总量分析

图表：2021-2026年中国其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口总量分析

图表：2021-2026年主要省市其他纺织材料制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市其他纺织材料制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市其他纺织材料制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年份主要省市其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要省市其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国其他纺织材料制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国其他纺织材料制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国其他纺织材料制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年中国男式游泳服对外贸易总量分析

图表：2021-2026年中国男式游泳服进口总量分析

图表：2021-2026年中国男式游泳服出口总量分析

图表：2021-2026年主要省市男式游泳服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市男式游泳服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市男式游泳服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市男式游泳服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年份主要省市男式游泳服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要省市男式游泳服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国男式游泳服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国男式游泳服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国男式游泳服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国男式游泳服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国男式游泳服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国男式游泳服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年中国女士游泳服对外贸易总量分析

图表：2021-2026年中国女士游泳服进口总量分析

图表：2021-2026年中国女士游泳服出口总量分析

图表：2021-2026年主要省市女式游泳服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市女式游泳服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市女式游泳服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市女式游泳服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年份主要省市女式游泳服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要省市女式游泳服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国女式游泳服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国女式游泳服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国女式游泳服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国女式游泳服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国女式游泳服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国女式游泳服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年中国滑雪套服对外贸易总量分析

图表：2021-2026年中国滑雪套服进口总量分析

图表：2021-2026年中国滑雪套服出口总量分析

图表：2021-2026年主要省市滑雪套服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市滑雪套服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市滑雪套服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要省市滑雪套服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年份主要省市滑雪套服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要省市滑雪套服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国滑雪套服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国滑雪套服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国滑雪套服进口量及进口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国滑雪套服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国滑雪套服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年主要贸易国滑雪套服出口量及出口额情况

图表：2021-2026年本土主要运动品牌关店情况

图表：耐克和李宁的金字塔

图表：基于微笑曲线的物流与供应链分析

图表：费舍尔的供应链匹配模型

图表：耐克与李宁公司供应链定性比较

图表：耐克和李宁公司的资产收益率比较

图表：耐克和李宁公司的库存周转率比较

图表：耐克和李宁公司的收入增长率比较

图表：国内运动服零售市场销售渠道占比

图表：各品牌市场推广费用占销售额比例

图表：中国运动服装市场竞争格局

图表：新锐服装品牌利用“纵向切割”取得的成就

图表：Kappa对国内运动品牌的纵向切割

图表：从产品、推广、营销方面纵向切割手法例举

图表：2021-2026年财年耐克合并损益表

图表：2021-2026年财年耐克不同地区不同业务收入细分情况

图表：财年耐克合并损益表

图表：2021-2026财年耐克合并损益表

图表：2021-2026年度阿迪达斯合并损益表

图表：2021-2026年阿迪达斯不同品牌销售额

图表：2021-2026年阿迪达斯合并损益表

图表：2021-2026年阿迪达斯合并损益表

图表：阿迪达斯在华策略表现

图表：2021-2026年彪马损益表

图表：2021-2026年分地区收入情况

图表：2021-2026年分产品收入情况

图表：2021-2026年彪马损益表

图表：2021-2026年彪马损益表

图表：2021-2026年财年美津浓综合损益表

图表：财年度美津浓综合损益表

图表：2021-2026财年美津浓综合损益表图表212 2021-2026年李宁分部资料

图表：2021-2026年李宁分部资料

图表：2021-2026年李宁综合收益表

图表：2021-2026年李宁分部资料

图表：2021-2026年李宁综合收益表

图表：2021-2026年李宁分部资料

图表：2021-2026年李宁区域分部资料

图表：2021-2026年安踏简明合并综合损益表

图表：2021-2026年安踏分产品营业额

图表：2021-2026年安踏体育综合收益表

图表：2021-2026年安踏体育综合收益表

图表：2021-2026年安踏分部资料

图表：2021-2026年361度简明合并综合损益表

图表：2021-2026年361度分产品营业额

图表：2021-2026年361度综合收益表

图表：2021-2026年361度按产品分部资料

图表：2021-2026年361度按区域分部资料

图表：2021-2026年361度综合收益表

图表：2021-2026年361度按产品分部资料

图表：2021-2026年361度按区域分部资料

图表：2021-2026年特步国际简明合并综合损益表

图表：2021-2026年特步国际收入、其它收入与收益情况

图表：2021-2026年特步国际综合收益表

图表：2021-2026年特步国际综合收益表

图表：2021-2026年匹克简明合并综合损益表

图表：2021-2026年匹克分产品营业额

图表：2021-2026年匹克体育综合收益表

图表：2021-2026年匹克体育按产品分部资料

图表：2021-2026年匹克体育按区域分部资料

图表：2021-2026年匹克体育综合收益表

图表：2021-2026年匹克体育按产品分部资料

图表：2021-2026年匹克体育按区域分部资料

图表：2026-2031年中国运动服装市场规模预测

图表：2026-2031年中国主要本土品牌运动服销售规模预测

图表：运动服装成品的理化性能技术要求

图表：运动服装成品取样部位规定

图表：裤后档缝接缝强力试验取样部位示意图

图表：接缝脱开距离的测量

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：44774

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170214/44774.shtml>

在线订购：[点击这里](#)