

2026-2031年中国运动服饰行业深度分析及投资风险预测报告

报告简介

狭义上运动服装是指专用于体育运动竞赛的服装。广义上还包括从事户外体育活动所穿用的服装。运动服装通常是按照运动项目的特定要求设计制作。运动服主要分为田径服、球类服、水上服、冰上服、举重服、摔跤服、体操服、登山服、击剑服9类。

近年来，全球服饰市场增速企稳，2018年全球整体服饰市场规模约为1.4万亿美元，同比增长4.5%，在2015-

2016年连续两年的下跌后逐渐迎来复苏。近十多年来全球服饰市场增速放缓趋势明显，行业经历调整后未来增速有望企稳，预计未来五年行业复合增速约为4.4%左右，到2021年有望突破1.6万亿美元，保持平稳增长。

在均衡状态下，我国运动服饰需求端所能运动服饰销售持续保持快速增长，优于其他子行业。近五年全球运动服饰市场规模复合增速约4%，明显好于整体服饰增速0.5%。2018年全球运动服饰市场规模超3300万亿美元，同比增长8.3%，占全球服饰市场总规模的23.5%。横向比较来看，运动服饰增速好于其他服装子行业。相较于其他服装子行业(男装、女装、童装等)，运动装增速明显领先(近五年复合增速：男、女装均为0.3%，童装为1.9%)，在整体服饰中的占比也不断提升，较2013年在全球服饰市场总规模中的占比提升近4个百分点。

具体到国内运动服饰市场，近几年，中国运动服饰市场快速成长，增速遥遥领先。2018年中国运动服饰市场达2646.4亿元，同比2017年增长16.1%，近五年增速一直保持在两位数以上。近十年中国运动服饰市场规模年均复合增速近10%，明显高于其他国家。2008-

2018十年间，中国运动服饰市场规模复合增速达9.8%，同期间英国增速为6.4%，美国为5.5%，日本为2.6%，德国为2.2%。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国运动服饰行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国运动服饰行业发展状况和特点，以及中国运动服饰行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球运动服饰行业发展态势作了详细分析，并对运动服饰行业进行了趋向研判，是运动服饰生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前运动服饰行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 行业运行现状

第一章 运动服饰行业的相关概述

第一节 运动服装的概述

一、运动服装的概念

二、运动服装的发展趋势

三、运动服装的演变

第二节 运动鞋的概述

一、运动鞋的概述

二、运动鞋的种类

三、运动鞋技术发展趋势

第三节 运动服饰行业概况

一、运动服饰行业界定

二、运动服饰行业特点

三、行业经营模式分析

四、运动服饰产业链分析

第二章 2021-2026年中国运动服饰行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境

一、2021-2026年中国宏观经济总体运行情况

二、2021-2026年中国经济运行情况分析

1、中国gdp增长情况分析

2、中国cpi波动情况分析

3、居民人均收入增长情况分析

三、2021-2026年中国经济总体发展形势

第二节 政策法规环境

一、运动服饰行业的监管体制

二、运动服饰行业主要法律法规

第三节 产业发展环境

一、2021-2026年中国服装行业发展概况

二、2021-2026年中国服装消费市场状况

三、2021-2026年国内服装销售市场情况

第四节 市场环境分析

一、2021-2026年中国的城市人口与城市化进程

二、2021-2026年居民家庭人均可支配收入状况

三、2021-2026年居民衣着服装类消费支出情况

四、中国零售市场可持续增长主要推动力

第二部分 行业深度分析

第三章 2021-2026年中国运动服装市场状况

第一节 2021-2026年中国运动服饰市场分析

- 一、2021-2026年中国运动服饰市场规模分析
- 二、2021-2026年中国运动服饰市场产品结构
- 三、中国运动服饰行业增长推动力分析

第二节 中国运动服饰品牌竞争分析

- 一、2021-2026年中国运动服饰品牌竞争格局
- 二、2021-2026年中外运动服饰品牌市场份额
- 三、国内运动服饰与国际品牌差距分析

第三节 中国运动服饰行业竞争结构分析

- 一、现有企业的竞争
- 二、新进入者的威胁
- 三、替代品的威胁
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第四节 中国运动服装产业概述

- 一、中国运动服装产业发展现状
- 二、中国运动服装企业构成情况
- 三、中国运动服装产业分布状况

第五节 中国运动服装市场状况

- 一、运动服装市场的需求多样化
- 二、运动服装市场机遇与挑战

三、青少年运动服装消费增长迅速

四、女性运动服装消费增长不容忽视

五、中国运动服装市场的发展对策

第六节 中国运动服装消费者分析

一、运动服装行业主要消费群体情况

二、影响消费者购买运动服装的因素

三、消费者购买运动服装的偏好分析

四、消费者购买运动服装的渠道分析

第四章 2021-2026年中国运动鞋市场分析

第一节 中国运动鞋产业规模分析

一、中国运动鞋产业发展概况

二、中国运动鞋企业构成情况

三、中国运动鞋行业地区分布

四、中国运动鞋行业规模统计

第二节 2021-2026年运动鞋产业发展分析

一、2021-2026年中国品牌运动鞋成绩飘红

二、2021-2026年中国运动鞋产业困境分析

三、2021-2026年中国运动鞋产业呈现回暖

四、2021-2026年一线运动鞋企业发展情况

第三节 2021-2026年晋江运动鞋产业分析

一、2021-2026年晋江运动鞋产业发展概况

二、晋江运动鞋企开拓国内市场

三、2021-2026年晋江运动鞋企渠道竞争分析

四、晋江运动鞋企国际化经营策略

第四节 中国运动鞋市场竞争分析

一、中国运动鞋市场竞争现状

二、运动鞋企业争夺战高端资源

三、品牌运动鞋业竞争迈进童鞋市场

四、国内运动鞋品牌进军农村市场

第五节 2021-2026年中国运动鞋企营销策略分析

一、中国运动鞋体育营销策略分析

二、中国品牌运动鞋定位营销分析

三、品牌运动鞋企业试水营销新模式

四、2021-2026年运动鞋企的营销策略

第六节 运动鞋行业发展问题与对策

一、国产运动鞋品牌面对的四大僵局

二、中国运动鞋产业与国外的差距

三、2021-2026年中国运动鞋企发展策略

四、对国内运动鞋行业的发展建议

第五章 2021-2026年中国运动服饰网购分析

第一节 服装网购概述

一、服装网购的概念

二、服装网购网站的分类

1、自营品牌类

2、购物平台类

三、服装网购的优势概述

第二节 2021-2026年中国服装网购分析

一、2021-2026年中国网民与网购规模分析

二、2021-2026年中国服装网购市场规模分析

三、2021-2026年中国服装网购消费群体分析

四、中国服装网络零售现状与趋势分析

五、中国服装网购行业成长空间巨大

第三节 2021-2026年中国运动服饰网购分析

一、2021-2026年运动休闲服饰网购调查分析

二、2021-2026年运动服饰企业网络营销布局

三、2021-2026年361°积极拓展电商渠道

四、2021-2026年李宁电商渠道拉动整体毛利率上升

第三部分 行业竞争格局

第六章 2021-2026年国外运动服饰重点品牌运营分析

第一节 耐克nike

一、耐克公司简介

二、2021-2026年耐克公司经营情况分析

三、2021-2026年耐克公司市场细分情况

四、耐克公司发展动态

第二节 阿迪达斯adidas

一、阿迪达斯公司简介

二、2021-2026年阿迪达斯公司经营情况分析

三、阿迪达斯公司发展动态

第三节 彪马puma

一、彪马公司简介

二、2021-2026年彪马公司经营情况

三、2021-2026年彪马公司发展动态

第四节 美津浓mizuno

一、日本美津浓株式会社简介

二、2021-2026年日本美津浓株式会社经营分析

三、2021-2026年日本美津浓株式会社发展动态

第七章 2021-2026年中国运动服饰品牌经营分析

第一节 李宁 li-ning

一、李宁简介

二、2021-2026年公司经营情况分析

三、2021-2026年李宁发展最新动态

第二节 安踏 anta

一、安踏简介

二、2021-2026年安踏经营情况分析

三、2021-2026年安踏发展最新动态

第三节 特步 xtep

一、特步简介

二、2021-2026年特步经营情况分析

三、2021-2026年特步发展战略分析

第四节 361°

一、361°简介

二、2021-2026年361°经营情况分析

三、2021-2026年361°发展最新动态

第五节 鸿星尔克 erke

一、鸿星尔克简介

二、2021-2026年鸿星尔克经营情况分析

三、2021-2026年鸿星尔克发展最新动态

第六节 中国动向

一、中国动向简介

二、2021-2026年中国动向经营情况分析

三、2021-2026年中国动向发展最新动态

第四部分 发展前景展望

第八章 中国运动服饰企业发展策略分析

第一节 运动服饰企业营销策略分析

一、运动服饰企业营销的战略转型

二、运动服饰企业营销的发展趋势

三、运动服饰企业营销战略和策略

第二节 运动服饰企业竞争策略分析

一、领先者市场竞争策略

二、挑战者市场竞争策略

三、追随者市场竞争策略

四、补缺者市场竞争策略

第三节 运动服饰企业资本市场的运作建议

一、运动服饰企业的兼并及收购建议

二、运动服饰企业的融资方式选择建议

三、运动服饰企业海外资本市场的运作建议

第九章 2026-2031年中国运动服饰行业投资前景分析

第一节 中国运动服饰行业发展前景

一、中国体育用品产业发展前景分析

二、中国体育运动服饰市场前景广阔

三、中国户外运动服饰产品前景分析

第二节 2026-2031年运动服饰行业投资风险

一、产业政策风险

二、市场竞争风险

三、行业经营风险

四、成本上升风险

第三节 2026-2031年运动服饰市场规模预测

一、2026-2031年中国运动服饰行业市场预测

二、2026-2031年中国运动服市场规模预测

三、2026-2031年中国运动鞋市场规模预测

图表目录

图表：我国运动鞋服产业链结构图

图表：2021-2026年我国各季度gdp增速情况

图表：2021-2026年中国cpi波动情况

图表：2021-2026年我国居民人均可支配收入及增速情况

图表：运动服饰行业主要法律法规

图表：2021-2026年规模以上服企业服装产量情况

图表：2021-2026年服装行业规模以上企业产量累计增幅情况

图表：2021-2026年中国服装月度出口情况

图表：2021-2026年社会消费品及服装类零售总额累计增速情况

图表：2021-2026年实物及穿类商品网上零售额增长情况

图表：2021-2026年全国重点大型零售企业服装类商品零售累计增速情况

图表：2021-2026年重点监测纺织服装市场成交额累计增速情况

图表：2021-2026年服装类消费价格指数与出厂价格指数变化情况

图表：2021-2026年实际完成投资累计增速情况示意图

图表：2021-2026年服装行业规模以上企业主要效益指标增速变化情况

图表：2021-2026年欧盟、美国、日本服装进口情况

图表：2021-2026年中国服装类零售额情况

图表：2021-2026年中国城镇化率变化情况

图表：2021-2026年我国居民人均可支配收入及增速情况

图表：2021-2026年购买服装年均花费分布情况

图表：全球服饰市场规模及增速情况

图表：2021-2026年中国运动服饰市场规模及增速情况

图表：2021-2026年中国运动服饰产品市场结构

图表：2021-2026年全球运动服饰市场cr5变化情况

图表：2021-2026年中国运动服饰市场cr5变化情况

图表：2021-2026年国内运动服饰市场各企业占比情况

图表：2021-2026年中国运动服装行业市场规模

图表：2021-2026年我国运动服装生产企业区域分布情况

图表：2021-2026年青少年运动服装市场规模

图表：2021-2026年我国运动鞋市场企业分布情况

图表：2021-2026年我国运动鞋市场规模情况

图表：安踏优化渠道结构，清理库存

图表：2021-2026年安踏分品牌门店数量情况

图表：2021-2026年李宁集团门店变化情况

图表：李宁直营及经销渠道店效情况

图表：2021-2026年中国服装市场规模变化

图表：2026-2031年中国运动服饰行业市场规模预测

图表：2026-2031年中国运动服行业市场规模预测

图表：2026-2031年中国运动鞋行业市场规模预测

把握投资 决策经营！

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

报告编号：126926

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20190705/126926.shtml>

在线订购：[点击这里](#)