

运动裤行业市场发展现状及前景趋势与投资分析研究报告(2026-2031版)

报告简介

运动裤，通常是指专为运动或休闲活动设计的裤子，它们具备以下特点：专为运动设计的舒适面料、良好的弹性以适应大幅度动作、宽松或修身的剪裁以保证活动自由、吸湿排汗的功能以保持干爽、耐用性以承受高强度运动、以及时尚的设计元素，使其既适合运动场合也能日常穿着。

运动裤可以根据运动类型进一步细分，例如瑜伽裤、跑步裤等，每种设计都有其特定的功能以满足不同运动的需求，随着运动休闲风的流行，运动裤也成为了日常时尚的一部分，许多人在非运动场合也会选择穿着运动裤。

在品牌竞争和市场集中度方面，中国运动裤市场竞争激烈，国内外品牌纷纷涌入市场争夺份额，知名品牌例如Nike、Adidas、Lululemon等凭借强大的品牌影响力和市场占有率在中国市场上占据优势。而在中国本土，国产品牌也逐渐崛起，开始与国际品牌展开竞争。相比之下，欧美市场的品牌集中度可能更高，市场由少数几个大品牌主导，这些品牌拥有较强的市场控制力和品牌忠诚度。随着“95后”“00后”成为消费主力人群，消费的关注点开始与众不同，对运动裤的时尚性和个性化需求日益增长。而在欧美市场，消费者对运动裤的需求可能更为成熟和多样化，市场对健康、环保、功能性的关注度更高。

随着人们健康意识提高，参与运动人群不断扩大，纺织行业产业链不断增强以及电子商务发展，推动运动裤行业市场规模的增长，2024年运动裤行业市场规模达到1623亿元，同比增长11.5%。

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、国家经济信息中心、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纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国运动裤行业市场进行了分析研究。报告在总结中国运动裤行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国运动裤行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为运动裤行业企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境

调整经营策略。本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 运动裤行业发展概述

第一节 运动裤的概念

一、运动裤的界定

二、运动裤的特点

第二节 运动裤行业发展成熟度

一、运动裤行业发展周期分析

二、运动裤行业中外市场成熟度对比

第二章 2021-2026年中国运动裤行业运行环境分析

第一节 2021-2026年中国宏观经济环境分析

第二节 2021-2026年中国运动裤行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

1、从保障居民消费力着眼

2、宏观政策逆向调节需要加强针对性

二、运动裤行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2021-2026年中国运动裤行业发展社会环境分析

第三章 2021-2026年中国运动裤行业市场发展分析

第一节 运动裤行业市场发展现状

一、市场发展概况

二、发展热点回顾

三、市场存在问题及策略分析

第二节 运动裤行业技术发展

一、技术特征现状分析

二、新技术研发及应用动态

三、技术发展趋势

第三节 中国运动裤行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节 运动裤行业市场数据统计分析

一、整体市场规模

二、区域市场数据统计情况

第五节 2026-2031年运动裤行业市场发展趋势

第四章 中国运动裤行业供给情况分析 & 趋势

第一节 2021-2026年中国运动裤行业市场供给分析

一、运动裤整体供给情况分析

二、运动裤重点区域供给分析

第二节 运动裤行业供给关系因素分析

一、需求变化因素

二、厂商产能因素

三、原料供给状况

四、技术水平提高

五、政策变动因素

第三节 2026-2031年中国运动裤行业市场供给趋势

- 一、运动裤整体供给情况趋势分析
- 二、运动裤重点区域供给趋势分析
- 三、影响未来运动裤供给的因素分析

第五章 运动裤行业产品价格分析

第一节 中国运动裤行业产品历年价格回顾

第二节 中国运动裤行业产品当前市场价格

- 一、产品当前价格分析
- 二、产品未来价格预测

第三节 中国运动裤行业产品价格影响因素分析

- 一、全球经济形式及影响
- 二、人民币汇率变化影响
- 三、其它

第六章 运动裤主要上下游产品分析

第一节 运动裤上下游分析

- 一、与行业上下游之间的关联性
- 二、上游原材料供应形势分析
- 三、下游产品解析

第二节 运动裤行业产业链分析

- 一、行业上游影响及风险分析
- 二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第七章 2021-2026年中国运动裤行业渠道分析及策略

第一节 运动裤行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对运动裤行业的影响

三、主要运动裤企业渠道策略研究

第二节 运动裤行业用户分析

一、用户认知程度分析

二、用户需求特点分析

三、用户购买途径分析

第三节 运动裤行业营销策略分析

一、中国运动裤营销概况

二、运动裤营销策略探讨

三、运动裤营销发展趋势

第八章 2021-2026年中国运动裤行业主要指标监测分析

第一节 2021-2026年中国运动裤产业工业总产值分析

一、2021-2026年中国运动裤产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2021-2026年中国运动裤产业主营业务收入分析

一、2021-2026年中国运动裤产业主营业务收入分析

二、不同规模企业主营业务收入分析

三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节 2021-2026年中国运动裤产业产品成本费用分析

一、2021-2026年中国运动裤产业销售成本分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2021-2026年中国运动裤产业利润总额分析

一、2021-2026年中国运动裤产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节 2021-2026年中国运动裤产业资产负债分析

一、2021-2026年中国运动裤产业资产负债分析

二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析

第六节 2021-2026年中国运动裤行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第九章 中国运动裤行业区域市场分析

第一节 华北地区运动裤行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第二节 东北地区运动裤行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第三节 华东地区运动裤行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第四节 华南地区运动裤行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第五节 华中地区运动裤行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第六节 西南地区运动裤行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第七节 西北地区运动裤行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第十章 公司对运动裤行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 2021-2026年运动裤行业竞争格局分析

一、2021-2026年国内外运动裤竞争分析

二、2021-2026年我国运动裤市场竞争分析

三、2026-2031年国内主要运动裤企业动向

第十一章 运动裤企业竞争策略分析

第一节 运动裤市场竞争策略分析

一、2026-2031年运动裤市场增长潜力分析

二、2026-2031年运动裤主要潜力品种分析

三、现有运动裤产品竞争策略分析

四、潜力运动裤品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 运动裤企业竞争策略分析

第三节 运动裤行业产品定位及市场推广策略分析

一、运动裤行业产品市场定位

二、运动裤行业广告推广策略

三、运动裤行业产品促销策略

四、运动裤行业招商加盟策略

五、运动裤行业网络推广策略

第十二章 运动裤企业竞争分析

第一节 福建七匹狼实业股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第二节 浙江森马服饰股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第三节 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第四节 安踏体育用品有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节 李宁(中国)体育用品有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第六节 特步国际控股有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第七节 361度国际有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第八节 耐克公司(nike,inc.)

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第九节 阿迪达斯股份公司(adidas ag)

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第十节 lululemon athletica inc.

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第十三章 运动裤行业投资战略研究

第一节 运动裤行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国运动裤品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、运动裤实施品牌战略的意义

三、运动裤企业品牌的现状分析

四、我国运动裤企业的品牌战略

五、运动裤品牌战略管理的策略

第三节 运动裤行业投资战略研究

图表目录

图表：2021-2026年国内生产总值及其增长速度

图表：2021-2026年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表：2021-2026年分行业固定资产投资(不含农户)占比

图表：2021-2026年国内社会消费品零售总额及其变动情况

图表：中国运动裤行业相关政策汇总

图表：2021-2026年全国人口数及自然增长率

图表：2021-2026年国内人口年龄结构

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2021-2026年全国居民人均消费支出及其构成

图表：2021-2026年秋冬运动户外趋势圈层半径矩阵

图表：2021-2026年天猫双十一运动户外服饰品牌销售榜

图表：运动裤行业市场存在问题及策略分析

图表：运动裤行业技术特征现状分析

图表：健身服消费结构三大主要趋势

图表：三大场景下京东商品丰富度持续提升，中高价格段机会明显

图表：2021-2026年天猫双十一运动服品类与单品销售排名

图表：2021-2026年天猫双十一户外品牌销售榜

图表：2021-2026年运动裤行业市场规模分析

图表：2026-2031年运动裤行业市场规模预测

图表：2021-2026年中国运动裤供给规模情况分析

图表：2026-2031年运动裤供给规模分析

图表：2021-2026年中国棉花产量

图表：运动裤行业渠道形式

图表：运动裤行业渠道对比

图表：线上渠道对运动裤行业的影响

图表：线下渠道对运动裤行业的影响

图表：对比耐克和阿迪达斯企业渠道策略分析

图表：运动裤用户需求特点总结

图表：运动裤用户购买途径分析

图表：lululemon 的营销策略分析

图表：2021-2026年耐克和安踏工业总产值对比

图表：不同所有制企业工业总产值比较

图表：不同规模企业主营业务收入分析

图表：不同所有制企业主营业务收入比较

图表：不同规模企业销售成本比较分析

图表：不同所有制企业销售成本比较分析

图表：不同规模企业利润总额比较分析

图表：不同所有制企业利润总额比较分析

图表：不同规模企业资产负债比较分析

图表：不同所有制企业资产负债比较分析

图表：2021-2026年运动裤行业营运能力

图表：2021-2026年华北地区基本概况

图表：2021-2026年运动裤行业华北地区市场规模情况分析

图表：2021-2026年东北地区基本概况

图表：2021-2026年运动裤行业东北地区市场规模情况分析

图表：2021-2026年华东地区基本概况

图表：2021-2026年运动裤行业华东地区市场规模情况分析

图表：2021-2026年华南地区基本概况

图表：2021-2026年运动裤行业华南地区市场规模情况分析

图表：2021-2026年华中地区基本概况

图表：2021-2026年运动裤行业华中地区市场规模情况分析

图表：2021-2026年西南地区基本概况

图表：2021-2026年运动裤行业西南地区市场规模情况分析

图表：2021-2026年西北地区基本概况

图表：2021-2026年运动裤行业西北地区市场规模情况分析

图表：2021-2026年七匹狼经营情况指标

图表：2021-2026年七匹狼营业成本费用情况

图表：2021-2026年森马服饰经营情况指标

图表：2021-2026年森马服饰营业成本费用情况

图表：2021-2026年美邦服饰经营情况指标

图表：2021-2026年安踏体育经营情况指标

图表：2021-2026年李宁体育经营情况指标

图表：2021-2026年特步国际经营情况指标

图表：2021-2026年361度经营情况指标

图表：四种基本的品牌战略

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：1541510

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20241216/1541510.shtml>

在线订购：[点击这里](#)