2026-2031年全球运动装行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

运动装行业研究报告主要分析了运动装行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析(市场规模、市场结构、市场特点等)、生产分析(生产总量、供需平衡等)、竞争分析(行业集中度、竞争格局、竞争组群、竞争因素等)、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、运动装行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨，分析内容客观、公正、系统，真实准确地反映了我国运动装行业的市场发展现状和未来发展趋势。

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、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外运动装行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国运动装行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对运动装行业上下游行业的发展进行了探讨，是相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握运动装行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一章 运动装行业基本界定

第一节 运动装概述

一、 简介

二、 分类

三、 特点

四、 兴起与发展

第二节 运动装行业基本特性

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年运动装产业深度分析

第一节 全球运动装产业发展综述

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年中国运动装细分市场分析

第一节 户外运动装

一、 户外用品市场集中度状况

二、 户外运动装面料的若干特征

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、 中国户外运动装的主要销售渠道

第二节 儿童运动装

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年中国运动装行业进出口贸易分析

第一节 中国运动装出口概况

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年运动装行业竞争格局分析

第一节 中国运动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 运动装企业供应链竞争力分析及提升对策

一、 运动装企业供应链的特性分析

二、 运动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 中国运动装市场营销模式及策略探析

第一节 运动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 运动装主要营销策略分析

一、 运动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、 运动装品牌草根营销风头正健

四、 运动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 运动装“纵向切割”营销模式分析

一、 运动装“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 中国运动装行业发展前景预测分析

第一节 中国运动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年中国运动装行业预测分析

一、 中国运动装行业影响因素分析

二、 2026-2031年运动装市场整体规模预测分析

三、 2026-2031年本土品牌运动装销售规模预测分析

附录

附录一：专业运动装和防护用品通用技术规范

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：1548341

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20241226/1548341.shtml

在线订购：点击这里