

## 2024-2030年全球运动服装行业市场调研及投资前景预测报告

### 报告简介

运动服装行业研究报告主要分析了运动服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、运动服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服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服装行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国运动服装行业市场情况、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，报告还对运动服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，把握运动服装行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

### 报告目录

#### 第一章 2024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、特点

## 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、主要国家运动服进口状况
- 二、美国运动服饰市场销售分析
- 三、德国运动服装市场销售情况
- 四、韩国运动服装市场发展状况
- 五、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、建国以来中国运动服装发展之路
- 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、中国运动服行业的最新政策动态
- 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 2024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、2024年中国运动服装品牌发展状况

四、2024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 2024年中国运动服装市场销售格局

一、2024年中国运动服装市场销售状况

二、2022年中国运动服装市场品牌格局

三、2023年中国运动服装市场品牌格局

### 第三节 2024年中国运动服装网络用户关注格局

一、2024年中国运动服装市场用户关注状况

二、2024年中国运动服装市场用户关注状况

三、2024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

### 四、运动服出口特点及发展形势分析

#### 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、2024年中国户外运动用品市场销售情况

##### 四、2024年中国户外运动用品市场发展分析

##### 五、2024年中国户外运动用品市场发展态势

##### 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 2024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

## 第四章 2024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

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 2024年主要国际运动服装企业经营状况分析

#### 第一节 耐克

##### 一、企业发展概况

##### 二、2022年企业经营状况

##### 三、2023年企业经营状况

##### 四、2024年企业经营状况

##### 五、未来几年耐克公司的发展战略与目标

##### 六、移动互联网时代耐克的新变革分析

## 第二节 阿迪达斯

- 一、企业发展概况
- 二、2022年企业经营状况
- 三、2023年企业经营状况
- 四、2024年企业经营状况
- 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、企业发展概况
- 二、2022年企业经营状况
- 三、2023年企业经营状况
- 四、2024年企业经营状况
- 五、彪马集团国际市场的新布局
- 六、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、企业发展概况
- 二、2022年企业经营状况
- 三、2023年企业经营状况
- 四、2024年企业经营状况
- 五、美津浓的历史沿革和成功经验
- 六、美津浓的发展策略与目标分析

## 第五节 卡帕



- 一、企业发展概况
- 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 2024年中国主要运动服装企业经营状况分析**

### 第一节 李宁体育用品有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、2022年企业经营状况
- 三、2023年企业经营状况
- 四、2024年企业经营状况
- 五、李宁进军美国体育用品市场的策略
- 六、李宁公司未来市场开拓的重点方向

### 第二节 安踏体育用品有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、2022年企业经营状况
- 三、2023年企业经营状况
- 四、2024年企业经营状况
- 五、安踏发展局势剖析
- 六、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、企业发展概况

二、2022年企业经营状况分析

三、2023年企业经营状况分析

四、2024年企业经营状况分析

五、361度的品牌形象塑造策略解读

六、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、企业发展概况

二、2022年企业经营状况

三、2023年企业经营状况

四、2024年企业经营状况

五、特步公司整体发展状况综述

六、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、企业发展概况

二、2022年企业经营状况

三、2023年企业经营状况

四、2024年企业经营状况

五、匹克积极推进国际化发展战略

六、匹克电商差异化定价策略分析

**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 运动服装发展前景与趋势分析

一、中国运动服装发展前景广阔

二、运动服装的未来发展方向浅析

三、高性能运动服装发展的三大趋势

四、2024-2030年中国运动服装行业预测分析

附录

附录一：专业运动服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) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20241226/1551528.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)