2024-2029年中国运动服装行业市场发展分析及前景趋势预测与投资战略研究报告

报告简介

运动装是专用于体育运动竞赛或从事户外体育活动穿用的服装。多为休闲服装。专用于体育运动竞赛的服装。通常按运动项目的特定要求设计制作。

运动装在广义上还包括从事户外体育活动穿用的服装。现多泛指用于日常生活穿着的运动休闲服装。

随着体育产业的高速发展、居民收入的提升、二三四线城市的消费升级以及消费者对运动服装的专业化、细分化需求，运动服装行业将继续保持较高的景气度。全球运动服装行业呈现集中度稳健提升的趋势，而中国运动服装行业集中度较全球市场则更高，且集中度也呈稳步增长趋势。
目前运动服装行业整体处于成熟期，头部品牌通过全品类延伸和科技创新保持其优势，渗透市场提高市占率，小品牌锁定高潜力细分赛道以差异化进入市场，深耕专一领域黑马频出。随着龙头品牌供应链提效、渠道市场拓展下沉，以及瑜伽等小众运动的发展流行，运动服装消费群体有望继续扩充，行业规模有望保持稳健增长。相比欧美成熟市场，中国运动服装市场仍保持快速发展，行业规模由2014年的1483.4亿元扩张到2019年的3166.0亿元，年均复合增长率为16.38%，随着运动的普及，行业规模有望持续扩容，国际头部品牌阿迪和耐克均加大对中国市场的布局，国内运动服装头部品牌安踏和李宁、二线品牌361度和特步发展前景向好。

运动服装行业在体育运动参与人次及人均消费的双重推动下呈现较高成长性，空间广阔。根据国务院下发的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》2025年体育产业总规模将超过5万亿元，经常参加体育锻炼的人口数将达到5亿人。根据政策目标，预计2015-
2025年体育产业总产出年复合增速为11.4%。2019年，国务院出台《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》，将为冰雪运动产业带来巨大的发展机会，驱动运动服装行业高景气度发展。

我国运动服装行业受益于产业国家的持续利好政策以及运动产品本身的升级换代，介于即将举办的2021年东京奥运会、2022年北京冬奥会，未来三年体育板块的增长仍会维持强劲态势。

2021年3月24日以来，据Hamp;M事件进展及社会舆论的走向，把握国产品牌的崛起机会，运动服饰领域：利好安踏、李宁、特步等国产龙头运动服饰品牌。Hamp;M事件爆出的第一时间，安踏即官宣退出BCI(BetterCottonInitiative)组织。我们认为，安踏、李宁分别作为中国奥委会和CBA的重要合作伙伴，是优秀国产品牌的代表，将在国内运动服饰市场不断提升份额。

运动服装行业研究报告旨在从国家经济和产业发展的战略入手，分析运动服装未来的政策走向和监管体制的发展趋势，挖掘运动服装行业的市场潜力，基于重点细分市场领域的深度研究，提供对产业规模、产业结构、区域结构、市场竞争、产业盈利水平等多个角度市场变化的生动描绘，清晰发展方向。预测未来运动服装业务的市场前景，以帮助客户拨开政策迷雾，寻找运动服装行业的投资商机。报告在大量的分析、预测的基础上，研究了运动服装行业今后的发展与投资策略，为运动服装企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

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、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合中道泰和公司对运动服装相关企业和科研单位等的实地调查，对国内外运动服装行业的供给与需求状况、相关行业的发展状况、市场消费变化等进行了分析。重点研究了主要运动服装品牌的发展状况，以及未来中国运动服装行业将面临的机遇以及企业的应对策略。报告还分析了运动服装市场的竞争格局，行业的发展动向，并对行业相关政策进行了介绍和政策趋向研判，是运动服装生产企业、科研单位、零售企业等单位准确了解目前运动服装行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 运动服装行业发展综述

第一节 运动服装行业概述及分类

一、行业概述

二、行业主要产品分类

三、行业主要商业模式

第二节 运动服装行业特征分析

一、产业链分析

二、运动服装行业在国民经济中的地位

三、运动服装行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、运动服装行业生命周期

第三节 运动服装行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中国运动服装行业运行环境分析

第一节 运动服装行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 运动服装行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 运动服装行业社会环境分析

一、运动服装产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、运动服装产业发展对社会发展的影响

第四节 运动服装行业技术环境分析

一、运动服装技术分析

二、运动服装技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

第三章 中国运动服装行业运行分析

第一节 运动服装行业发展状况分析

一、运动服装行业发展阶段

二、运动服装行业发展总体概况

三、运动服装行业发展特点分析

第二节 运动服装行业发展现状

一、运动服装行业市场规模

二、运动服装行业发展分析

三、运动服装企业发展分析

第三节 区域市场分析

一、区域市场分布总体情况

二、重点省市市场分析

第四节 运动服装细分产品/服务市场分析

一、细分产品/服务特色

二、细分产品/服务市场规模及增速

三、重点细分产品/服务市场前景预测

第五节 运动服装产品/服务价格分析

一、运动服装价格走势

二、影响运动服装价格的关键因素分析

1、成本

2、供需情况

3、关联产品

4、其他

三、2019-2023年运动服装产品/服务价格变化趋势

四、主要运动服装企业价位及价格策略

第四章 中国运动服装行业整体运行指标分析

第一节 运动服装行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 运动服装行业产销情况分析

一、运动服装行业工业总产值

二、运动服装行业工业销售产值

三、运动服装行业产销率

第三节 运动服装行业财务指标总体分析

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

第五章 中国运动服装行业供需形势分析

第一节 运动服装行业供给分析

一、运动服装行业供给分析

二、2019-2023年运动服装行业供给变化趋势

三、运动服装行业区域供给分析

第二节 运动服装行业需求情况

一、运动服装行业需求市场

二、运动服装行业客户结构

三、运动服装行业需求的地区差异

第三节 运动服装市场应用及需求预测

一、运动服装应用市场总体需求分析

1、运动服装应用市场需求特征

2、运动服装应用市场需求总规模

二、2024-2029年运动服装行业领域需求量预测

1、2024-2029年运动服装行业领域需求产品/服务功能预测

2、2024-2029年运动服装行业领域需求产品/服务市场格局预测

三、重点行业运动服装产品/服务需求分析预测

第六章 中国运动服装行业产业结构分析

第一节 运动服装产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第二节 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链条的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国运动服装行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 中国运动服装行业产业链分析

第一节 运动服装行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 运动服装上游行业分析

一、运动服装产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2019-2023年上游行业发展趋势

四、上游供给对运动服装行业的影响

第三节 运动服装下游行业分析

一、运动服装下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、2019-2023年下游行业发展趋势

四、下游需求对运动服装行业的影响

第八章 中国运动服装行业渠道分析及策略

第一节 运动服装行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对运动服装行业的影响

三、主要运动服装企业渠道策略研究

四、各区域主要代理商情况

第二节 运动服装行业用户分析

一、用户需求特点分析

二、用户购买途径分析

第三节 运动服装行业营销策略分析

一、中国运动服装营销概况

二、运动服装营销策略探讨

三、运动服装营销发展趋势

第九章 2019-2023年中国运动服装市场运行情况分析

第一节 2019-2023年中国运动服装市场情况分析

一、我国运动服装产能分析

二、我国运动服装区域市场规模分析

第二节 2019-2023年中国运动服装需求与消费情况分析

一、我国运动服装行业总体消费情况分析

二、我国运动服装行业供需错位情况分析

三、我国运动服装行业需求满足情况分析

第三节 2019-2023年中国运动服装市场产品营销分析

一、运动服装市场主要销售渠道分析

二、运动服装市场广告与促销方式分析

三、运动服装市场价格竞争方式分析

第十章 中国运动服装行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、运动服装行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、运动服装行业企业间竞争格局分析

三、运动服装行业集中度分析

四、运动服装行业swot分析

第二节 运动服装行业竞争格局综述

一、运动服装行业竞争概况

1、中国运动服装行业竞争格局

2、运动服装行业未来竞争格局和特点

3、运动服装市场进入及竞争对手分析

二、中国运动服装行业竞争力分析

1、中国运动服装行业竞争力剖析

2、中国运动服装企业市场竞争的优势

3、国内运动服装企业竞争能力提升途径

三、运动服装市场竞争策略分析

第十一章 中国运动服装主要企业发展概述

第一节 阿迪达斯体育(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第二节 耐克商业(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第三节 安踏(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第四节 李宁(中国)体育用品有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第五节 安德阿镆贸易(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第六节 开云(中国)企业管理有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第七节 露露乐蒙贸易(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第八节 迪卡侬(上海)体育用品有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第九节 三六一度(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第十节 上海美津浓有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第十二章 2024-2029年中国运动服装行业投资前景分析

第一节 运动服装市场发展前景

一、运动服装市场发展潜力

二、运动服装市场发展前景展望

三、运动服装细分行业发展前景分析

第二节 运动服装市场发展趋势预测

一、运动服装行业发展趋势

二、运动服装市场规模预测

三、运动服装行业应用趋势预测

四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 运动服装行业供需预测

一、运动服装行业供给预测

二、运动服装行业需求预测

三、运动服装供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十三章 2024-2029年中国运动服装行业投资机会与风险分析

第一节 运动服装行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第二节 运动服装行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第三节 运动服装行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第十四章 2024-2029年中国运动服装行业投资战略研究

第一节 运动服装行业发展战略研究

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

第二节 运动服装新产品差异化战略

一、运动服装行业投资战略研究

二、运动服装行业投资战略

三、细分行业投资战略

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 运动服装行业研究结论

第二节 运动服装行业投资价值评估

第三节 运动服装行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：运动服装行业生命周期

图表：运动服装行业产业链结构

图表：2019-2023年中国运动服装行业市场规模

图表：2019-2023年中国运动服装市场占全球份额比较

图表：2019-2023年中国运动服装行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国运动服装行业集中度

图表：2019-2023年中国运动服装行业销售收入

图表：2019-2023年中国运动服装行业利润总额

图表：2019-2023年中国运动服装行业资产总计

图表：2019-2023年中国运动服装行业负债总计

图表：2019-2023年中国运动服装市场价格走势

图表：2019-2023年中国运动服装行业竞争力分析

图表：2019-2023年中国运动服装行业工业总产值

图表：2019-2023年中国运动服装行业主营业务收入

图表：2019-2023年中国运动服装行业主营业务成本

图表：2019-2023年中国运动服装行业销售费用分析

图表：2019-2023年中国运动服装行业管理费用分析

图表：2019-2023年中国运动服装行业财务费用分析

图表：2019-2023年中国运动服装行业销售毛利率分析

图表：2019-2023年中国运动服装行业销售利润率分析

图表：2019-2023年中国运动服装行业成本费用利润率分析

图表：2019-2023年中国运动服装行业总资产利润率分析

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

本文地址：https://www.51baogao.cn/fuzhuang/20090703863.shtml

在线订购：点击这里