

2020-2026年中国运动服饰 行业深度调研与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国运动服饰行业深度调研与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201910/143917.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

根据各项运动的特点、比赛规定、运动员体型等因素以及有利于竞技的要求而制做的服装以及相关装饰物品。包括服装、鞋、帽子、袜子、手套、围巾、提包、发饰、手环、遮阳伞等。

运动服饰有多种分类，并且从19世纪发展到21世纪以来，有了多种品牌，是日常生活中的必备生活用品之一。近年来运动服饰市场增速高于服装整体，2008-2016年全球运动服饰市场规模从550亿增长至616.6亿美元，CAGR为1.4%。2016年全球运动服饰延续复苏态势，同比增长2%。国内运动服饰复苏明显，2012-2013年因结构性调整，运动鞋服市场规模同比下滑1.83%、3.23%，此后进入双位数高速增长阶段。2020年中国体育运动用品消费总规模将达到1.5万亿元人民币，未来提升空间较大。全球运动服饰市场规模情况数据来源：公开资料整理

随消费升级以及消费群体年轻化，中国成为ZARA和优衣库全球最大海外市场，H&M和C&A亚洲最大海外市场，保持着前进动力。据数据显示，中国快时尚市场规模2011年以来逐年稳定15%以上增长，2011-2016年CAGR为19.3%，2016年市场规模达到1725亿元，预计2017-2020年仍能够保持CAGR为17%高增长。动力充足的中国市场为国内色纺纱企业在国际快时尚选择供应商时带来巨大优势。中国快时尚品牌市场规模至2020年预计达到3220亿元数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国运动服饰行业深度调研与投资战略报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 运动服饰行业的相关概述

1.1 运动服装的概述

1.1.1 运动服装的概念

1.1.2 运动服装的分类

1.1.3 运动服饰的演变

1.2 运动鞋的概述

1.2.1 运动鞋的概述

1.2.2 运动鞋的种类

1.2.3 运动鞋技术发展趋势

1.3 运动服装行业概况

1.3.1 运动服饰行业界定

1.3.2 运动服饰行业特点

1.3.3 行业经营模式分析

1.3.4 运动服饰产业链分析

第二章 2017年中国运动服饰行业发展环境分析

2.1 宏观经济环境

2.1.1 2017年中国宏观经济总体运行情况

2.1.2 2017年中国经济运行情况分析

2.1.3 2019年中国经济总体发展形势

2.2 政策法规环境

2.2.1 运动服饰行业的监管体制

2.2.2 运动服饰行业主要法律法规

2.2.3 运动服饰行业发展相关政策

2.3 产业发展环境

2.3.1 2017年中国服装行业发展概况

2.3.2 2017年中国服装消费市场状况

2.3.3 2017年服装行业经济运行分析

2.3.4 2017年国内服装销售市场情况

2.4 市场环境分析

2.4.1 2017年中国的城市人口与城市化进程

2.4.2 2017年居民家庭人均可支配收入状况

2.4.3 2017年居民衣着服装类消费支出情况

2.4.4 中国零售市场可持续增长主要推动力

第三章 2015-2017年中国运动服装市场状况

3.1 2017年中国运动服饰市场分析

3.1.1 2017年中国运动服饰市场规模分析国内运动服饰市场进入复苏阶段数据来源：公开资料整理

- 3.1.2 2017年中国运动服饰市场产品结构
 - 3.1.3 中国运动服饰行业增长推动力分析
 - 3.2 中国运动服饰品牌竞争分析
 - 3.2.1 2017年中国运动服饰品牌竞争格局
 - 3.2.2 2017年中外运动服饰品牌市场份额
 - 3.2.3 国内运动服饰与国际品牌差距分析
 - 3.3 中国运动服装产业概述
 - 3.3.1 中国运动服装产业发展现状
 - 3.3.2 中国运动服装企业构成情况
 - 3.3.3 中国运动服装产业分布状况
 - 3.4 中国运动服装市场状况
 - 3.4.1 运动服装市场的需求多样化
 - 3.4.2 运动服装层次需求与影响因素
 - 3.4.3 青少年运动服装消费增长迅速
 - 3.4.4 女性运动服装消费增长不容忽视
 - 3.4.5 中国运动服装市场的发展对策
 - 3.5 中国运动服装消费者分析
 - 3.5.1 运动服装行业主要消费群体情况
 - 3.5.2 影响消费者购买运动服装的因素
 - 3.5.3 消费者购买运动服装的偏好分析
 - 3.5.4 消费者购买运动服装的渠道分析
- 第四章 2015-2017年中国运动鞋市场分析
- 4.1 中国运动鞋产业规模分析
 - 4.1.1 中国运动鞋产业发展概况
 - 4.1.2 中国运动鞋企业构成情况
 - 4.1.3 中国运动鞋行业地区分布
 - 4.1.4 中国运动鞋行业规模统计
 - 4.2 2015-2017年运动鞋产业发展分析
 - 4.2.1 2017年中国品牌运动鞋成绩飘红
 - 4.2.2 2017年中国运动鞋产业困境分析
 - 4.2.3 2017年中国运动鞋产业呈现回暖
 - 4.2.4 2017年一线运动鞋企业订单情况
 - 4.3 晋江运动鞋产业分析

- 4.3.1 晋江运动鞋产业发展概况
- 4.3.2 晋江运动鞋企开拓国内市场
- 4.3.3 晋江运动鞋企渠道竞争分析
- 4.3.4 晋江运动鞋企掀海外上市潮
- 4.4 中国运动鞋市场竞争分析
 - 4.4.1 中国运动鞋市场竞争现状
 - 4.4.2 运动鞋企业夺战高端资源争
 - 4.4.3 品牌运动鞋业竞争迈进童鞋市场
 - 4.4.4 国内运动鞋品牌进军农村市场
- 4.5 中国运动鞋企营销策略分析
 - 4.5.1 中国运动鞋体育营销策略分析
 - 4.5.2 中国品牌运动鞋定位营销分析
 - 4.5.3 品牌运动鞋企业试水营销新模式
 - 4.5.4 运动鞋企的营销策略
- 4.6 运动鞋行业发展问题与对策
 - 4.6.1 国产运动鞋品牌面对的四大僵局
 - 4.6.2 中国运动鞋产业与国外的差距
 - 4.6.3 中国运动鞋企发展策略
 - 4.6.4 对国内运动鞋行业的发展建议

第五章 中国运动服饰网购分析

- 5.1 服装网购概述
 - 5.1.1 服装网购的定义
 - 5.1.2 服装网购网站的分类
 - 5.1.3 服装网购的优势概述
- 5.2 2017年中国服装网购分析
 - 5.2.1 2017年中国网民与网购规模分析
 - 5.2.2 2017年中国服装网购市场规模分析
 - 5.2.3 2017年中国服装网购消费群体分析
 - 5.2.4 中国服装网络零售现状与趋势分析
 - 5.2.5 中国服装网购行业成长空间巨大
- 5.3 中国运动服饰网购分析
 - 5.3.1 运动休闲服饰网购调查分析

5.3.2 运动服饰企业网络营销布局

5.3.3 361°;网络营销燃渠道新火

5.3.4 李宁携手快钱拓展网上业务

第六章 2017年国外运动服饰重点品牌运营分析

6.1 耐克Nike

6.1.1 耐克公司简介

6.1.2 2017年耐克公司经营情况分析

6.1.3 2017年耐克公司市场细分情况

6.1.4 耐克公司发展动态

6.2 阿迪达斯Adidas

6.2.1 阿迪达斯公司简介

6.2.2 2017年阿迪达斯公司经营情况分析

6.2.3 2017年阿迪达斯公司经营情况分析

6.2.4 阿迪达斯公司发展动态

6.3 彪马PUMA

6.3.1 彪马公司简介

6.3.2 2017年彪马公司经营情况

6.3.3 2017年彪马公司发展动态

6.4 美津浓Mizuno

6.4.1 日本美津浓株式会社简介

6.4.2 2017年日本美津浓株式会社经营分析

6.4.3 2017年日本美津浓株式会社发展动态

第七章 2017年中国运动服饰品牌经营分析

7.1 李宁 Li-Ning

7.1.1 李宁简介

7.1.2 公司经营情况分析

7.1.3 公司发展战略分析

7.2 安踏 ANTA

7.2.1 安踏简介

7.2.2 公司经营情况分析

7.2.3 公司发展战略分析

7.3 特步 Xtep

7.3.1 特步简介

7.3.2 公司经营情况分析

7.3.3 公司发展战略分析

7.4 361°

7.4.1 361°简介

7.4.2 公司经营情况分析

7.4.3 公司发展战略分析

7.5 鸿星尔克 ERKE

7.5.1 鸿星尔克简介

7.5.2 公司经营情况分析

7.5.3 公司发展战略分析

7.6 中国动向

7.6.1 中国动向简介

7.6.2 公司经营情况分析

7.6.3 公司发展战略分析

第八章 中国运动服饰企业发展策略分析

8.1 运动服饰企业营销策略分析

8.1.1 运动服饰企业营销的战略转型

8.1.2 运动服饰企业营销的发展趋势

8.1.3 运动服饰企业营销战略和策略

8.2 运动服饰企业竞争策略分析

8.2.1 领先者市场竞争策略

8.2.2 挑战者市场竞争策略

8.2.3 追随者市场竞争策略

8.2.4 补缺者市场竞争策略

8.3 运动服饰企业资本市场的运作建议

8.3.1 运动服饰企业的兼并及收购建议

8.3.2 运动服饰企业的融资方式选择建议

8.3.3 运动服饰企业海外资本市场的运作建议

第九章 2020-2026年中国运动服饰行业投资前景分析

9.1 中国运动服饰行业发展前景

9.1.1 中国体育用品产业发展前景分析

9.1.2 中国体育运动服饰市场前景广阔

9.1.3 中国户外运动服饰产品前景分析

9.2 2020-2026年运动服饰行业投资风险

9.2.1 产业政策风险

9.2.2 市场竞争风险

9.2.3 行业经营风险

9.2.4 成本上升风险

9.3 2020-2026年运动服饰市场规模预测

9.3.1 2020-2026年中国运动服饰行业市场预测

9.3.2 2020-2026年中国运动服市场规模预测

9.3.3 2020-2026年中国运动鞋市场规模预测

图表目录

图表 1 国家统计局对中国运动服装产品的统计分类

图表 2 2015-2017年中国GDP增长趋势图

图表 3 2015-2017年中国工业增加值及其增长速度

图表 4 2017年中国规模以上工业企业利润及其增速

图表 5 2015-2017年中国固定资产投资及其增长速度

图表 6 2015-2017年中国社会消费品零售总额及其增速

图表 7 2015-2017年中国居民消费价格涨跌幅度

图表 8 2017年中国居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 9 2017年中国货物进出口总额及其增长速度

图表 10 2015-2017年中国城乡居民人民币储蓄存款余额及其增速

图表 11 2015-2017年中国城镇居民人均纯收入及其增长速度

图表 12 2015-2017年中国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表 13 2017年中国人口数及其构成

图表 14 2019年中国各项主要经济指标预测

图表 15 运动服装行业涉及的主要法律法规

图表 16 运动服装行业外商投资涉及的主要法律法规

图表 17 2015-2017年中国服装产量统计

图表 18 2015-2017年中国服装产量增长趋势图

图表 19 2017年份服装生产前10名省市服装生产情况

图表 20 2017年全国重点大型零售企业服装市场销售统计表

图表 21 2017年中国规模以上企业服装产量情况

图表 22 2017年中国主要地区服装行业投资统计

图表 23 2017年中国服装出口主要地区统计

图表 24 2017年全国重点大型零售企业服装市场销售统计表

图表 25 2017年中国衣着服装消费价格指数

图表 26 2015-2017年中国人均国内生产总值增长情况

图表 27 2015-2017年中国城市人口数量增长趋势表

图表 28 2015-2017年中国城市化进程趋势图

图表 29 2015-2017年中国城镇家庭人均可支配收入统计

图表 30 2015-2017年中国城镇家庭人均可支配收入增长趋势图

图表 31 2015-2017年中国城镇居民服装类消费支出统计

图表 32 2015-2017年中国农村居民服装类消费支出统计

图表 33 2015-2017年中国城镇居民人均衣着消费支出趋势图

图表 34 2015-2017年中国城镇居民人均服装消费支出趋势图

图表 35 2015-2017年中国农村居民人均衣着消费支出趋势图

图表 36 2015-2017年中国运动服饰行业市场规模统计

图表 37 2015-2017年中国运动服饰行业市场规模趋势图 (value)

图表 38 2015-2017年中国运动服市场规模增长趋势图 (value)

图表 39 2015-2017年中国运动鞋市场规模增长趋势图 (value)

图表 40 2017年全球人均运动服饰消费情况及增长趋势表

图表 41 2015-2017年中国运动服饰产品结构趋势

图表 42 2017年中国运动服饰市场产品结构图

图表 43 2015-2017年中国体育赛事情况表

图表 44 2017年中国运动服饰市场份额前十品牌情况

图表 45 2017年中国运动服饰市场份额前十品牌图

图表 46 2017年中国零售门店数量前五大运动服饰品牌情况表

图表 47 2017年中国运动服饰品牌收益增长率前五情况表

图表 48 2017年中国运动服饰市场国内外品牌份额对比表

图表 49 2017年中国运动服饰市场国内外品牌份额对比图

图表 50 2015-2017年度中国运动服企业规模构成情况表

图表 51 2015-2017年度中国运动服行业企业性质构成情况

图表 52 2015-2017年度中国主要省区服装企业数量分布情况

图表 53 2015-2017年度中国服装企业数量分布状况

图表 54 2015-2017年度中国主要省区运动服行业销售收入所占份额

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/143917.html>