

2021-2027年中国运动服装 行业前景展望与产业竞争格局报告

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

《2021-2027年中国运动服装行业前景展望与产业竞争格局报告》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/202012/197693.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

运动服饰是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作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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国运动服装行业前景展望与产业竞争格局报告》共十二章。首先介绍了中国运动服装行业市场发展环境、运动服装整体运行态势等，接着分析了中国运动服装行业市场运行的现状，然后介绍了运动服装市场竞争格局。随后，报告对运动服装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国运动服装行业发展趋势与投资预测。您若想对运动服装产业有个系统的了解或者想投资中国运动服装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业现状分析

第一章 运动服装相关定义及投资特性

第一节 运动服装的定义及分类

一、运动服装的概念

二、运动服装的分类

第二节 运动服装市场的投资特性

一、运动服装行业的定义

二、我国运动服装行业特点

三、运动服装行业的投资特性

四、纺织服装业景气度分析

第二章 关联行业发展情况分析

第一节 2019年我国服装行业发展状况分析

- 一、2019年我国服装业运行情况
- 二、2019年我国服装产量分析
- 三、2019年我国纺织服装制造业主要经济指标分析
- 四、2019年我国服装业进出口分析
- 五、纺织服装行业发展趋势预测

第二节 2019年我国缝制设备行业发展状况分析

- 一、2019年我国缝制设备行业运行情况
- 二、2019年我国缝制设备行业进出口分析
- 三、2019年我国缝制设备面临行业整合
- 四、2019年缝制设备行业投资机会分析
- 五、缝制设备行业发展趋势分析

第三节 2019年我国服装面料行业发展状况分析

- 一、2019年我国面料行业运行情况
- 二、2019年色纺面料发展状况
- 三、2019年记忆面料发展状况
- 四、2019年长绒面料发展状况
- 五、2019年面料业增长方式转变
- 六、2019年我国服装面料行业进出口分析
- 七、服装面料行业发展对策
- 八、服装面料行业发展趋势

第四节 2019年我国户外运动用品行业发展状况分析

- 一、中国户外运动用品市场现状
- 二、中国户外运动用品市场发展方向
- 三、2019年户外运动用品市场发展状况

第三章 运动服装行业发展现状

第一节 世界运动服装市场发展概况

- 一、世界运动服市场发展状况

二、世界运动服市场的分布格局

三、2019年国际纺织服装贸易界发展动态

第二节 中国运动服装市场发展现状

一、我国运动服装行业发展现状分析

二、现阶段中国运动服装市场发展特点

三、中国运动服装供给区域分布格局

四、2019年我国运动服装市场行情

五、2019年我国运动服装销售情况

六、2019年民营运动品牌发展状况

七、2019年运动服装行业标准制定情况

第三节 运动服装区域市场分析

一、2019年绍兴运动服装市场发展状况

二、2019年石狮运动服装市场发展状况

三、2019年晋江运动服装市场发展状况

四、2019年宁波运动服装市场发展状况

五、2019年福建运动服装市场发展状况

六、2019年平湖运动服装市场发展状况

第二部分 行业进出口分析

第四章 2019年中国运动服装所属行业进出口分析

第一节 2019年中国运动服装进口分析

一、2019年针织或钩编的运动服进口数据分析

二、2019年针织或钩编的滑雪服进口数据分析

三、2019年针织或钩编的游泳服进口数据分析

四、2019年针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心进口数据分析

第二节 2019年中国运动服装出口分析

一、2019年针织或钩编的运动服出口数据分析

二、2019年针织或钩编的滑雪服出口数据分析

三、2019年针织或钩编的游泳服出口数据分析

四、2019年针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心出口数据分析

第三节 中国运动服装出口贸易壁垒与应对措施

一、中国运动服装出口贸易壁垒分析

- 二、中国运动服装企业扩大出口的对策
- 三、应对运动服装出口贸易壁垒策略分析
- 四、2019年输欧纺织品服装配额销售情况
- 五、2019年中欧协议类别清关率
- 六、2019年美国对中国纺织品实施限制最新情况
- 七、2013-2019年后纺织服装贸易形势分析
- 第四节 知名运动服装企业成功开拓国际市场借鉴
 - 一、李宁开拓俄罗斯国家市场
 - 二、美国运动休闲鞋拓展欧洲市场
 - 三、意大利运动服饰-Lotto拓展广州市场

第五章 中国运动服装主要进出口市场分析

第一节 美国运动服装市场分析

- 一、美国运动服装市场发展概况
- 二、2019年美国纺织品和服装进出口状况
- 三、中国服装进入美国市场策略分析

第二节 法国运动服装市场分析

- 一、法国运动服装市场发展概况
- 二、2019年法国运动服装消费趋势
- 三、2019年法国从中国进口服装情况

第三节 越南运动服装市场分析

- 一、越南服装市场发展概况
- 二、2019年越南服装出口状况
- 三、2019年越南服装出口中国情况

第四节 其他国家地区运动服装市场

- 一、2019年泰国运动服装行业发展状况
- 二、2019年韩国运动服装行业发展状况
- 三、2019年德国运动服装行业发展状况

第三部分 消费者分析及需求预测

第六章 运动服装消费分析

第一节 服装消费心理与行为分析

一、影响顾客对服装购买的核心要素

二、服装消费心理与行为分析

第二节 青年消费者市场分析

一、目标消费群体中青年的构成分析

二、青少年运动服装消费调查分析

第三节 运动服装消费者市场细分

一、我国人口细分与运动服装市场人口结构

二、年龄结构细分与运动服装市场消费结构

三、消费者利益细分市场与运动服装市场消费结构

四、地理位置细分市场与运动服装市场

第四节 消费者购买偏好分析

一、品牌偏好分析

二、颜色偏好分析

三、商品价格分析

四、流行趋势分析

第七章 运动服装营销分析

第一节 设计与营销分析

一、以设计为中心的服装品牌思维分析

二、以顾客和利润为中心的服装品牌思维分析

三、设计与市场结合的营销分析

第二节 李宁的非奥运营销策略分析

一、李宁的奥运营销策略

二、李宁的曲线救国之策

三、非奥运营销策略分析

第三节 彪马的游击营销策略分析

一、老品牌建立新的生活态度

二、按“生活态度”细分消费者

三、低价而高回报的营销活动

四、跨界联合提升品牌影响力

第四节 老年服装市场的分析及营销策略

一、老年服装市场发展现状

- 二、老年服装市场商机无限
- 三、老年服装市场存在问题
- 四、老年服装市场营销策略

第四部分 行业竞争分析

第八章 运动服装销售渠道分析

第一节 中国服装零售渠道发展状况

- 一、中国零售渠道的转变
- 二、中国渠道支撑的需求
- 三、渠道催生出品牌诞生
- 四、渠道发展存在的问题
- 五、零售终端信息化需求

第二节 中国运动服装国内销售渠道构成

- 一、大型商场/百货公司
- 二、普通商场/服装店
- 三、户外运动服装专卖店
- 四、商场、超市及连锁店
- 五、批发市场
- 六、邮购
- 七、网上销售

第九章 运动服装市场竞争分析

第一节 2019年我国运动服装市场竞争分析

- 一、市场定位之战
- 二、市场策略之战
- 三、运动品牌竞争海滩原理分析
- 四、中外运动服装品牌各领风骚
- 五、内外之战看核心竞争力

第二节 2019年国际运动品牌和本土品牌的竞争

- 一、2019年国际运动品牌发展状况
- 二、2019年本土运动品牌发展状况
- 三、本土运动品牌应采取的策略

四、2019年奥运将成为集中考核期

五、运动服装的奥运大战新趋势

第三节 中国运动服装行业微观竞争局势分析

一、中国运动服装竞争分布格局

二、运动服装市场品牌竞争分析

三、运动服装市场广告竞争分析

四、运动服装市场产品竞争分析

五、运动服装营销竞争分析

第十章 国际知名运动服装品牌分析

第一节 耐克公司（NIKE）

一、企业概况

二、经营发展状况

三、耐克公司SWOT分析

四、耐克的营销组织变革

五、女性运动品营销

第二节 德国阿迪达斯公司（ADIDAS）

一、企业概况

二、经营发展状况

三、2019年锐步品牌状况

四、阿迪达斯与奥运会

五、Acceptor品牌中国市场传播攻略

六、阿迪达斯战略转型分析

第三节 匡威公司（CONVERSE）

一、企业概况

二、中国市场开发情况

三、营销策略

第四节 德国彪马公司（PUMA）

一、企业概况

二、经营发展状况

三、奥运营销战略

四、中国市场发展计划

第十一章 中国优势运动服装企业分析

第一节 李宁有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营发展状况
- 三、李宁公司的奥运战略
- 四、品牌推广战略
- 五、市场策略

第二节 广州康威体育用品股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营发展状况
- 三、康威与李宁的竞争分析
- 四、市场运作策略
- 五、发展规划

第三节 安踏体育用品有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营发展状况
- 三、竞争优势分析
- 四、品牌建设
- 五、人才政策

第四节 青岛双星股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营发展状况
- 三、财务分析
- 四、优劣势分析
- 五、双星品牌战略

第五节 福建凤竹纺织科技股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营发展状况
- 三、财务分析
- 四、奥运策略

第六节 格威特体育用品有限公司

一、企业概况

二、格威特品牌理念

第五部分 发展趋势及策略

第十二章 运动服装市场发展趋势与策略

第一节 我国运动服装需求发展趋势预测

一、运动服装面料与产品发展趋势

二、中国运动服装市场潜力分析

三、运动服装功能性趋势分析

四、老年运动服装市场前景分析

五、户外运动服装市场前景分析

六、运动服装功能性面料的需求

七、2019年我国运动服装的发展趋势

八、2019年我国运动服装的发展方向

第二节 我国运动服装发展策略分析

一、运动服装的品牌建设策略

二、运动服装的渠道开发策略

三、运动服装的营销选择策略

第三节 毗邻服装专卖店的竞争策略

一、比拼产品增强内功

二、款式各异优势互补

三、扎堆开店吸引客流

第四节 阿迪达斯王国的供应链策略

一、阿迪达斯的传奇

二、外包物流保障王国运转

三、扩大网点与结合代工的保障供应链战略

附录 世界排名前十的服装品牌

图表目录：

图表 运动服装层次需求特点与影响因数

图表 运动服装分类以及分类运动服装的特点

图表 世界十大纺织品出口方劳动力成本比较

图表 2019年服装产量全国合计

图表 2019年服装产量北京市合计

图表 2019年服装产量天津市合计

图表 2019年服装产量河北省合计

图表 2019年服装产量山西省合计

图表 2019年服装产量辽宁省合计

图表 2019年服装产量吉林省合计

图表 2019年服装产量黑龙江合计

图表 2019年服装产量上海市合计

图表 2019年服装产量江苏省合计

图表 2019年服装产量浙江省合计

图表 2019年服装产量安徽省合计

图表 2019年服装产量福建省合计

图表 2019年服装产量江西省合计

图表 2019年服装产量山东省合计

图表 2019年服装产量河南省合计

图表 2019年服装产量湖北省合计

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/197693.html>