

# 2021-2027年中国运动服装 行业分析与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国运动服装行业分析与行业竞争对手分析报告》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/202011/194561.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

中企顾问网发布的《2021-2027年中国运动服装行业分析与行业竞争对手分析报告》共九章。首先介绍了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 运动服装行业发展分析

#### 第一章 运动服装行业概述

##### 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 运动服装市场的特性

###### 一、运动服装行业的定义

###### 二、运动服装业建立行业标准

###### 三、运动服装行业的特性

#### 第二章 运动服装行业发展现状

##### 第一节 中国运动服装行业发展现状

###### 一、2018年全国运动服行业发展分析

###### 二、体育用品库存压力大 行业进入休整期

###### 三、转型电子商务成为品牌建设重要渠道

###### 四、2018年全国运动服行业发展分析

###### 五、普通运动鞋实施新标准

###### 六、老年运动服装市场前景分析

##### 第二节 中国运动服装市场发展分析

- 一、2018年运动服装市场分析
- 二、运动服企遭遇关店潮
- 三、运动服装产品开始步入快时尚市场
- 四、我国运动服装品牌闪耀伦敦现状调查
- 第三节 2018年本土运动品牌的发展情况
  - 一、2018年本土运动品牌的困扰
  - 二、本土运动品牌的发展现状
  - 三、本土运动品牌的消费情况
  - 四、本土运动品牌的发展策略
  - 五、本土运动品牌国际化的不归路
- 第四节 2018年运动品牌进入童装市场分析
  - 一、运动品牌纷纷进入童装市场
  - 二、运动品牌借童装寻找新的利润增长点
  - 三、体育用品延伸至儿童用品市场将成为发展方向

### 第三章关联行业发展情况分析

#### 第一节 体育产业发展分析

- 一、2018年体育产业发展现状分析
- 二、2018年体育用品业发展现状分析
- 三、户外用品行业成体育市场新宠
- 四、两部门公布《“十三五”公共体育设施建设规划》
- 五、中国体育用品行业面临五大发展僵局
- 六、2018年体育用品制造主要经济指标分析
- 七、我国体育用品市场发展对策分析
- 八、2018年中国体育用品行业发展趋势
- 九、体育事业发展“十三五”规划

#### 第二节 服装行业发展分析

- 一、2017年服装行业运行情况
- 二、2018年服装行业运行情况
- 三、2018年服装行业发展分析
- 四、2018年服装产品生产情况
- 五、2018年纺织服装制造主要经济指标分析

六、2018年纺织服装出口情况

七、2018年服装行业面临的成本压力

八、2018年服装行业出口形势

### 第三节 缝制设备行业发展分析

一、2018年缝制机械行业运行分析

二、2018年纺织机械经济分析

三、2018年缝制机械行业形势分析

四、缝制机械16项行业标准颁布

五、“十三五”缝制机械行业发展预测

### 第四节 服装面料行业发展分析

一、服装面料的特性

二、我国服装面料市场中存在的问题

三、我国服装面料行业发展的方向

四、中国国际服装面料时尚秀驱动产业升级

五、开发新型面料成服装行业趋势

六、传统服装面料行业在冲击中寻求转变

七、纺织服装新型光变色材料受欢迎

八、服装面料印染企业走绿色环保路

九、春夏中国纺织面料流行趋势

### 第五节 户外运动用品行业发展分析

一、2018年中国户外用品市场销售额

二、户外用品市场增长速度加快

三、中国户外用品市场品牌发展状况

四、装备配件类增速加快

五、中国户外用品市场面临发展机遇

六、中国户外市场整体呈现蓬勃发展的态势

七、中国户外用品市场发展不平衡

八、2021-2027年中国户外用品销售额预测

九、户外休闲成为运动服装新机遇

## 第二部分 运动服装行业竞争格局分析

### 第四章 运动服装市场竞争分析

## 第一节 2017-2018年我国运动服装市场竞争分析

一、2017年我国运动服装市场竞争格局

二、2018年我国运动服装市场竞争格局

三、我国运动服行业竞争趋势

四、设计将成未来突破口

## 第二节 2018年运动服装企业竞争格局

一、2018年运动服装企业的库存压力分析

二、2018年中国运动服市场中外企业竞争分析

三、2018年国际运动服装中国市场竞争分析

四、2018年本土运动装企业市场竞争分析

五、运动品牌加快门店形象升级

## 第五章 国际知名运动服装品牌分析

### 第一节 耐克体育用品有限公司 ( NIKE )

一、公司概况

二、耐克制胜之道解析

三、耐克的成功对国内品牌服饰企业的启示

四、2018年公司经营情况分析

### 第二节 阿迪达斯公司 ( ADIDAS )

一、公司概况

二、2018年公司经营状况

三、阿迪达斯拟2018年向中国中小城市扩张

### 第三节 彪马公司 ( PUMA )

一、公司概况

二、2018年公司经营情况分析

### 第四节 背靠背 ( KAPPA )

一、公司概况

二、2018年公司经营状况

三、Kappa电子商务营销模式

## 第六章 中国优势运动服装企业分析

### 第一节 李宁有限公司

- 一、公司概况
- 二、2018年公司经营状况
- 三、2021-2027年公司发展战略
- 四、2018年公司经营策略
- 五、李宁推动改革转型初见成效
- 六、李宁开启儿童运动服饰新时代

## 第二节 安踏体育

- 一、公司概况
- 二、2018年公司经营状况
- 三、2021-2027年公司发展战略

## 第三节 特步国际

- 一、公司概况
- 二、2018年公司经营状况
- 三、2021-2027年公司发展战略

## 第四节 中国动向

- 一、公司概况
- 二、2018年公司经营状况
- 三、2021-2027年公司发展战略

## 第五节 361度有限公司

- 一、公司概况
- 二、2018年公司经营状况
- 三、2021-2027年公司发展战略

## 第六节 匹克体育

- 一、公司概况
- 二、2018年公司经营状况
- 三、2021-2027年公司发展战略

## 第七节 美克国际

- 一、公司概况
- 二、2018年公司经营状况
- 三、2021-2027年公司发展战略

## 第三部分运动服装行业发展趋势预测

## 第七章 2021-2027年运动服装市场发展趋势预测

### 第一节 2021-2027年我国运动服装市场展望

#### 一、运动服装面料的趋势

#### 二、运动服装的功能性趋势分析

#### 三、中国运动服饰的发展方向

### 第二节 2021-2027年运动服装发展趋势分析

#### 一、2018年运动服生命周期

#### 二、2018年秋冬运动服流行趋势

#### 三、2017-2018年运动服装流行色及流行趋势

#### 四、2021-2027年全球运动服装市场预测

## 第四部分运动服装行业发展战略探讨

### 第八章 2021-2027年运动服装发展战略探讨

#### 第一节 运动服装消费者市场

##### 一、学生购买运动服装的消费行为

##### 二、我国体育消费现状的研究与分析

##### 三、我国知识女性体育消费情况分析

##### 四、高校学生体育消费特征分析

#### 第二节 运动服饰告别疯狂扩张战略分析

##### 一、减速

##### 二、收缩

##### 三、去库存

##### 四、新的领域

#### 第三节 2018年启动品牌化营销新战略

##### 一、瓶颈之下，力求改变

##### 二、大卖场成新营销模式

##### 三、启动新战略

#### 第四节 国内运动品牌提升策略

##### 一、运动品牌需提升店效

##### 二、差异化发展

##### 三、新营销策略



## 第九章 2021-2027年运动服装销售及营销策略探讨（ ）

### 第一节 中国运动服装的营销方式

- 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

### 第二节 2018年中国运动服装品牌渠道存在的问题

- 一、李宁渠道模式分析
- 二、安踏渠道模式分析
- 三、晋江模式分析
- 四、晋江模式的罪与罚

### 第三节 全面剖析体育用品品牌化营销新战略（ ）

- 一、中国体育用品市场的发展现状
- 二、我国体育用品企业营销存在的问题
- 三、我国体育用品品牌化市场营销战略分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202011/194561.html>