

2022-2028年中国运动服装 行业分析与市场全景评估报告

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

《2022-2028年中国运动服装行业分析与市场全景评估报告》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/202111/250342.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《2022-2028年中国运动服装行业分析与市场全景评估报告》共十章。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：

第一章 2021年中国运动服装行业运行环境分析

第一节 2021年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2021年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2021年中国运动服装行业政策环境分析

- 一、专业运动服装和防护用品通用技术规范
- 二、服装行业标准分析
- 三、相关政策影响分析

第二章 2021年全球体育用品行业发展状况分析

第一节 2021年国际体育用品行业发展概况

- 一、世界体育用品市场发展简况
- 二、美国体育用品市场发展状况探讨
- 三、德国体育用品市场发展综述
- 四、加拿大体育用品产业发展状况剖析

第二节 2021年中国体育用品行业发展状况分析

- 一、我国体育用品业发展回顾
- 二、我国体育用品市场发展状况解读

三、我国体育用品生产企业发展简述

四、我国体育用品产业加快整合进程

五、中国体育用品产业国际化发展状况概述

第三节 2021年中国体育用品产业集群发展分析

一、我国体育用品产业集群发展简况

二、我国体育用品产业集群发展的特征

三、体育用品产业集群的有利条件

四、中国体育用品产业集群发展存在的阻力

五、我国体育用品产业集群发展对策解析

第四节 2021年中国体育用品行业发展存在的问题

一、后奥运时期我国体育用品产业发展存在的不足

二、我国体育用品业发展中存在的若干问题

三、我国体育用品产业与发达国家之间存在的差距

第五节 2021年推动中国体育用品产业发展的建议

一、后奥运时期中国体育用品产业的发展策略

二、我国体育用品产业发展的途径

三、发展我国体育用品业的主要战略

四、发展中国体育用品市场的建议措施

第三章 2021年全球运动服装产业发展走势分析

第一节 运动服装概念、分类及历史沿革

一、简介

二、分类

三、运动服装发展的历史沿革

第二节 2021年国际运动服装产业发展概况

一、2021年世界运动服装市场发展概况分析

二、欧美运动服装市场发展简况

三、2021年美国运动服饰销售解析

四、法国体育服装市场持续下跌

五、孟加拉国致力成世界运动服采购中心

第四章 2021年中国运动服装行业运行态势分析

第一节 2021年中国运动服装产业发展状况分析

- 一、我国运动服装60年发展之路
- 二、我国运动服装产业立足标准化发展
- 三、时装化逐渐融入运动服装设计中

第二节 2021年中国运动服装市场发展状况分析

- 一、我国运动服装市场发展浅析
- 二、2021年我国运动服市场发展状况概述
- 三、我国运动服市场国内外品牌呈现国进洋退态势
- 四、新形势下国内运动服装企业向二三线城市快速扩张
- 五、中国运动服市场销售状况

第三节 2021年户外运动服装发展状况分析

- 一、户外运动服装面料的若干特征
- 二、我国户外运动服装市场发展状况
- 三、户外运动服装正成为时尚生活方式
- 四、2021年羊毛户外运动服装发展迅速

第四节 2021年中国运动服装企业上市热潮探析

- 一、收购——多品牌战略之路
- 二、市场——重视渠道建设
- 三、模式——“轻资产运营”与纵向一体化
- 四、国际化——重视路线与行动

第五章 2017-2021年中国服装制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2017-2021年中国服装制造所属行业总体数据分析

- 一、2019年中国服装制造行业全部企业数据分析
- 二、2020年中国服装制造行业全部企业数据分析
- 三、2021年中国服装制造行业全部企业数据分析

第二节 2017-2021年中国服装制造所属行业不同规模企业数据分析

- 一、2019年中国服装制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2020年中国服装制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2021年中国服装制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2017-2021年中国服装制造所属行业不同所有制企业数据分析

- 一、2019年中国服装制造行业不同所有制企业数据分析

二、2020年中国服装制造行业不同所有制企业数据分析

三、2021年中国服装制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2021年中国运动服装市场营销战略分析

第一节 2021年中国体育用品网络营销特征

一、网络营销成为体育用品类企业宣传的重要手段

二、网络营销的重点将放在企业形象的宣传

三、网络营销向精准化方向迈进

第二节 2021年运动服装主要营销策略分析

一、校园体验式营销透析

二、三级市场凭借价格营销取得良好发展

三、实现运动服装品牌营销的途径

四、运动服装主要营销手段分析

第三节 2021年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”导致运动服装行业同质化严重

三、实施“纵向切割”实现品牌突围

第五节 2021年中国运动服装品牌发展状况分析

一、国内运动服装企业品牌建设历程

二、国内外运动服装品牌状况对比分析

三、我国体育用品品牌发展过程中存在的不足

四、提升我国本土运动服装品牌的策略

第六节 2021年主要国际运动服装品牌营销模式分析

一、阿迪达斯在中国市场的营销战略剖析

二、彪马主要营销策略分析

三、Kappa运动品牌营销模式剖析

四、美津浓百年经营战略分析

第七节 2021年国内主要运动服装品牌营销策略解析

- 一、李宁奥运整合营销剖析
- 二、安踏通过创新营销管理实现快速发展
- 三、匹克国际化营销模式解读
- 四、361度营销模式浅析
- 五、特步互动整合营销方式评析

第七章 2021年中国运动服装行业市场竞争格局分析

第一节 2021年中国体育用品国际竞争力分析

- 一、我国体育用品国际竞争力状况剖析
- 二、影响我国体育用品产业国际竞争力的多重因素
- 三、提升我国体育用品产业国际竞争力的战略
- 四、我国体育用品产业获得国际竞争地位的方法

第二节 2021年中国运动服装市场竞争状况分析

- 一、我国运动服装竞争日趋激烈
- 二、我国运动服装品牌与国际品牌竞争中存在的差距
- 三、著名运动服装品牌通过细分产品占据市场份额
- 四、通过高科技与文化理念来争夺市场
- 五、专业化高端运动服装具有强大的市场竞争力

第三节 2021年主要运动服装品牌对比竞争状况

- 一、2021年耐克与阿迪达斯在女性市场上的竞争解读
- 二、阿迪达斯与彪马竞争状况分析
- 三、阿迪达斯、耐克与李宁在中国市场的竞争状况浅析

第八章 主要国际运动服装企业运营竞争力分析

第一节 耐克

- 一、公司简介
- 二、公司发展状况分析
- 三、公司经营状况分析

第二节 阿迪达斯

- 一、公司简介
- 二、公司发展状况分析

三、公司经营状况分析

第三节 彪马

一、公司简介

二、公司发展状况分析

三、公司经营状况分析

第四节 日本美津浓株式会社

一、公司简介

二、公司发展状况分析

三、公司经营状况分析

第五节 卡帕

一、公司简介

二、公司发展状况分析

三、公司经营状况分析

第九章中国主要运动服装优势企业竞争力分析

第一节 李宁体育用品有限公司

一、公司简介

二、公司发展状况分析

三、公司经营状况分析

第二节 安踏（中国）有限公司

一、公司简介

二、公司发展状况分析

三、公司经营状况分析

第三节 三六一度国际有限公司

一、公司简介

二、公司发展状况分析

三、公司经营状况分析

第四节 特步（中国）有限公司

一、公司简介

二、公司发展状况分析

三、公司经营状况分析

第五节 福建泉州匹克体育用品有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司发展状况分析
- 三、公司经营状况分析

第十章 2022-2028年中国运动服装发展前景及趋势展望分析

第一节 2022-2028年中国体育用品发展趋势及前景

- 一、美国体育用品行业未来主流趋向
- 二、2021年我国体育用品产业发展展望
- 三、我国户外运动用品市场未来前景分析
- 四、后奥运时代我国体育用品消费趋势解读

第二节 2022-2028年中国运动服装发展前景与趋势分析

- 一、运动服装市场前景看好
- 二、2022-2028年中国运动服装行业预测分析
- 三、运动服的未来发展方向浅析
- 四、随着宏观环境好转我国运动服装产业竞争趋向激烈
- 五、今后运动服装的发展方向

图表目录：

图表：2017-2021年国内生产总值

图表：2017-2021年居民消费价格涨跌幅度

图表：2021年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2017-2021年国家外汇储备

图表：2017-2021年财政收入

图表：2017-2021年全社会固定资产投资

图表：2021年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2021年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2021年以来三次退税率调整涉及到的主要体育用品

图表：2021年美国消费者穿着运动服饰从事其他活动调查

图表：2021年美国消费者购买运动服饰最普遍的渠道

图表：中国体育用品类网络广告投放费用及增长率

图表：中国体育用品类细分行业网络广告投放费用情况

图表：体育用品类广告主网络广告投放费用媒体频道排名比较

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202111/250342.html>