

2024-2030年中国运动服饰 市场深度评估与市场前景预测报告

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

《2024-2030年中国运动服饰市场深度评估与市场前景预测报告》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/202401/433198.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。

随着我国制造加工业的成熟发展我国运动服饰生产规模一直保持高规模增长，2018年全国运动服饰产量57784.7万套，同比提升5.04%，2015年开始我国运动服饰产业规模加速提升，到2018年全国运动服装市场规模1125亿元，占比46.26%。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国运动服饰市场深度评估与市场前景预测报告》共九章。首先介绍了中国运动服饰行业市场发展环境、运动服饰整体运行态势等，接着分析了中国运动服饰行业市场运行的现状，然后介绍了运动服饰市场竞争格局。随后，报告对运动服饰做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国运动服饰行业发展趋势与投资预测。您若想对运动服饰产业有个系统的了解或者想投资中国运动服饰行业，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 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 2022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 2022年中国宏观经济总体运行情况
 - 2.1.2 2022年中国经济运行情况分析
 - 2.1.3 2022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 2022年中国服装行业发展概况
 - 2.3.2 2022年中国服装消费市场状况
 - 2.3.3 2022年服装所属行业经济运行分析
 - 2.3.4 2022年国内服装销售市场情况
- 2.4 市场环境分析
 - 2.4.1 2022年中国的城市人口与城市化进程
 - 2.4.2 2022年居民家庭人均可支配收入状况
 - 2.4.3 2022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 2024-2030年中国运动服装所属行业市场状况

- 3.1 2022年中国运动服饰市场分析
 - 3.1.1 2022年中国运动服饰市场规模分析
 - 3.1.2 2022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 2022年中国运动服饰品牌竞争格局

- 3.2.2 2022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 2024-2030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 2024-2030年运动鞋产业发展分析
 - 4.2.1 2022年中国品牌运动鞋成绩飘红
 - 4.2.2 2022年中国运动鞋产业困境分析
 - 4.2.3 2022年中国运动鞋产业呈现回暖
 - 4.2.4 2022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 2022年中国服装网购分析
 - 5.2.1 2022年中国网民与网购规模分析
 - 5.2.2 2022年中国服装网购市场规模分析
 - 5.2.3 2022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 耐克公司经营情况分析

6.1.3 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 阿迪达斯公司经营情况分析

6.2.3 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 彪马公司经营情况

6.3.3 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 日本美津浓株式会社经营分析

6.4.3 日本美津浓株式会社发展动态

第七章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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030年运动服饰市场规模预测

9.3.1 2024-2030年中国运动服饰行业市场预测

9.3.2 2024-2030年中国运动服市场规模预测

9.3.3 2024-2030年中国运动鞋市场规模预测

图表目录:

图表 1 2024-2030年中国运动服饰行业市场规模统计

图表 2 2024-2030年中国运动服饰行业市场规模趋势图

图表 3 2024-2030年中国运动服市场规模增长趋势图

图表 4 2024-2030年中国运动鞋市场规模增长趋势图

图表 5 2022年全球人均运动服饰消费情况及增长趋势表

图表 6 2024-2030年中国运动服饰产品结构趋势

图表 7 2022年中国运动服饰市场产品结构图

图表 8 2024-2030年中国体育赛事情况表

图表 9 2022年中国运动服饰市场份额前十品牌情况

图表 10 2022年中国运动服饰市场份额前十品牌图

图表 11 2022年中国零售门店数量前五大运动服饰品牌情况表

图表 12 2022年中国运动服饰品牌收益增长率前五情况表

图表 13 2022年中国运动服饰市场国内外品牌份额对比表

图表 14 2022年中国运动服饰市场国内外品牌份额对比图

图表 15 2024-2030年度中国运动服企业规模构成情况表

图表 16 2024-2030年度中国运动服行业企业性质构成情况

图表 17 2024-2030年度中国主要省区服装企业数量分布情况

图表 18 2024-2030年度中国服装企业数量分布状况

图表 19 2024-2030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/202401/433198.html>