

# 2022-2028年中国运动服装行业市场竞争策略及未来发展潜力报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国运动服装行业市场竞争策略及未来发展潜力报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/978197.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

运动服是指专用于体育运动竞赛的服装。广义上还包括从事户外体育活动所穿用的服装。运动服通常是按照运动项目的特定要求设计制作。

运动服主要分为田径服、球类服、水上服、冰上服、举重服、摔跤服、体操服、登山服、击剑服9类。

智研咨询发布的《2022-2028年中国运动服装行业市场竞争策略及未来发展潜力报告》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

##### 第二节 中国运动服装市场发展分析

##### 第三节 2021年本土运动品牌的发展情况

##### 第四节 2021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、2021年体育产业发展现状分析
  - 二、2021年体育用品业发展现状分析
  - 第二节 服装行业发展分析
    - 一、2021年服装行业运行情况
    - 二、2021年服装行业运行情况
    - 三、2021年服装行业发展分析
    - 四、2021年服装产品生产情况
    - 五、2021年纺织服装制造主要经济指标分析
    - 六、2021年纺织服装出口情况
    - 七、2021年服装行业面临的成本压力
    - 八、2021年服装行业出口形势
  - 第三节 缝制设备行业发展分析
    - 一、2021年缝制机械行业运行分析
    - 二、2021年纺织机械经济分析
    - 三、2021年缝制机械行业形势分析
    - 五、“十四五”缝制机械行业发展预测
  - 第四节 服装面料行业发展分析
  - 第五节 户外运动用品行业发展分析
- 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 2016- 2021年我国运动服装市场竞争分析
- 一、2021年我国运动服装市场竞争格局
  - 二、2021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 2021年运动服装企业竞争格局
- 一、2021年运动服装企业的库存压力分析
  - 二、2021年中国运动服市场中外企业竞争分析
  - 三、2021年国际运动服装中国市场竞争分析
  - 四、2021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、公司经营情况分析

#### 四、公司经营情况分析

##### 第二节 阿迪达斯公司 (ADIDAS)

###### 一、公司概况

###### 二、公司经营情况分析

##### 第三节 彪马公司 (PUMA)

###### 一、公司概况

###### 二、公司经营情况分析

##### 第四节 背靠背 (KAPPA)

###### 一、公司概况

###### 二、公司经营情况分析

#### 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、企业经营状况

###### 三、企业发展战略

##### 第二节 安踏体育

###### 一、公司概况

###### 二、企业经营状况

###### 三、企业发展战略

##### 第三节 特步国际

###### 一、公司概况

###### 二、企业经营状况

###### 三、企业发展战略

##### 第四节 中国动向

###### 一、公司概况

###### 二、企业经营状况

###### 三、企业发展战略

##### 第五节 361度有限公司

###### 一、公司概况

###### 二、企业经营状况

###### 三、企业发展战略

##### 第六节 匹克体育

###### 一、公司概况

###### 二、企业经营状况

###### 三、企业发展战略

## 第七节 美克国际

- 一、公司概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业发展战略

## 第三部分 运动服装行业发展趋势预测

### 第七章 2022-2028年运动服装市场发展趋势预测

#### 第一节 2022-2028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 2022-2028年运动服装发展趋势分析

- 一、2021年运动服生命周期
- 二、2021年秋冬运动服流行趋势
- 三、2016- 2021年运动服装流行色及流行趋势
- 四、2022-2028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 2022-2028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 2021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 2022-2028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 2021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：<https://www.chyxx.com/research/202110/978197.html>