



艾凯咨询
ICAN Consulting

2022-2027年中国运动服装行业 市场供需现状及投资战略研究报 告

一、调研说明

《2022-2027年中国运动服装行业市场供需现状及投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/360595.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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 运动服装行业发展环境分析

第一节 运动服装行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 运动服装行业经济环境分析

一、全球宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 运动服装行业社会环境分析

第四节 运动服装行业技术环境分析

一、运动服装技术发展水平

二、行业主要技术现状及发展趋势

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

第五节 2021年推动中国体育用品产业发展的建议

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

第二节 2021年中国运动服装市场发展状况分析

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 2019-2021年中国服装制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2019-2021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 2019-2021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 2019-2021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

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

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、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第二节 阿迪达斯

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第三节 彪马

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第四节 日本美津浓株式会社

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第五节 卡帕

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

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、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第二节 安踏（中国）有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第三节 三六一度国际有限公司

- 一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第四节 特步（中国）有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第五节 福建泉州匹克体育用品有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第十章 2022-2027年中国运动服装发展前景及趋势展望分析

第一节 2022-2027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、2022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 2022-2027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、2022-2027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

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/360595.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。