

2024-2030年中国运动服装 行业分析与行业发展趋势报告

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年中国运动服装行业分析与行业发展趋势报告》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/202310/415764.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

随着体育产业的高速发展、居民收入的提升、二三四线城市的消费升级以及消费者对运动服装的专业化、细分化需求，运动服装行业将继续保持较高的景气度。全球运动服装行业呈现集中度稳健提升的趋势，而中国运动服装行业集中度较全球市场则更高，且集中度也呈稳步增长趋势。随着龙头品牌供应链提效、渠道市场拓展下沉，以及瑜伽等小众运动的发展流行，运动服装消费群体有望继续扩充，行业规模有望保持稳健增长。

随着人们生活水平的提高和运动健康观念的深入人心，近年我国运动服饰消费市场呈增长趋势。我国运动服饰行业市场规模由2017年的2215亿元增长至2021年的3871亿元，复合年均增长率达15.0%，2022年我国运动服饰行业市场规模约为4157亿元，预计2023年我国运动服饰行业市场规模将增至4534亿元。

运动服装行业在体育运动参与人次及人均消费的双重推动下呈现较高成长性，空间广阔。根据国务院下发的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》2025年体育产业总规模将超过5万亿元，经常参加体育锻炼的人口数将达到5亿人。2021年8月3日，在全民健身、体育强国的发展战略下，国务院印发《全民健身计划（2024-2030年）》，政策驱动下运动服装行业有望进一步扩容。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国运动服装行业分析与行业发展趋势报告》共十六章。报告首先介绍了运动服装的种类、特点等，并对中国运动服装行业发展环境及政策实施状况做了详细分析。接着报告对国内外运动服装行业发展情况、中国运动服装消费市场发展情况以及主要细分领域如运动鞋、户外用品、儿童运动服装的发展状况做了具体分析。随后报告对中国运动服装行业进出口数据、竞争格局、营销模式、行业渠道做了详实的解析，并对国内外运动服装行业龙头企业经营状况进行了透彻的研究。报告最后对中国运动服装行业投资状况以及投资风险做了细致的分析，并对其发展前景进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国服装行业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对运动服装产业有个系统深入的了解、或者想投资运动服装行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 运动服装的基本情况

1.1 运动服装介绍

- 1.1.1 运动服装的定义
- 1.1.2 运动服装的种类
- 1.1.3 运动服装的特性
- 1.1.4 运动服装的变迁
- 1.2 运动服装行业基本特征
- 1.2.1 行业形态分析
- 1.2.2 行业发展阶段
- 1.2.3 行业的周期性
- 1.2.4 行业的地域性
- 1.2.5 行业的季节性

第二章 2021-2023年中国运动服装行业发展环境分析

- 2.1 宏观经济环境
- 2.1.1 宏观经济概况
- 2.1.2 对外经济分析
- 2.1.3 工业运行情况
- 2.1.4 固定资产投资
- 2.1.5 宏观经济展望
- 2.2 社会发展环境
- 2.2.1 人口结构状况
- 2.2.2 居民消费结构
- 2.2.3 城镇化发展进程
- 2.2.4 互联网普及程度
- 2.3 体育产业发展环境
- 2.3.1 体育产业规模分析
- 2.3.2 体育运动参与人数
- 2.3.3 体育教育培训规模
- 2.3.4 体育赛事发展情况
- 2.4 技术发展环境
- 2.4.1 专利申请情况
- 2.4.2 专利研发格局
- 2.4.3 研发经费投入

2.4.4 企业研发情况

2.4.5 行业技术标准

第三章 2021-2023年运动服装行业政策发展分析

3.1 中国宏观政策情况

3.1.1 货币政策

3.1.2 财政政策

3.1.3 产业政策

3.2 国家体育总局体育相关政策

3.2.1 全民健身意见

3.2.2 体育工作要点

3.2.3 体育发展规划

3.2.4 体育消费方案

3.2.5 消费政策布局

3.3 服装产业发展政策

3.3.1 行业主管部门

3.3.2 行业法律法规

3.3.3 主要产业政策

3.3.4 相关标准实施

第四章 2021-2023年中国服装产业发展分析

4.1 中国服装行业运行状况

4.1.1 服装行业现状分析

4.1.2 服装行业女装分析

4.1.3 服装行业男装分析

4.1.4 服装行业童装分析

4.2 中国服装消费市场发展分析

4.2.1 服装消费市场运行情况

4.2.2 服装消费市场发展特点

4.2.3 服装消费市场发展形势

4.3 中国智能服装产业发展分析

4.3.1 智能服装的组成要素

- 4.3.2 智能服装的应用进展
- 4.3.3 智能服装面临的挑战
- 4.3.4 智能服装的问题分析
- 4.3.5 智能服装的发展方向
- 4.4 中国服装电子商务发展分析
 - 4.4.1 服装行业电商发展现状
 - 4.4.2 服装电子商务模的选择
 - 4.4.3 网络直播服装电商分析
 - 4.4.4 服装电子商务发展趋势
- 4.5 中国纺织服装专业市场运行分析
 - 4.5.1 市场发展态势
 - 4.5.2 市场运行现状
 - 4.5.3 市场景气指数
 - 4.5.4 市场区域结构
 - 4.5.5 市场品类结构

第五章 2021-2023年全球运动服装产业发展分析

- 5.1 全球运动服装产业综述
 - 5.1.1 全球运动服装品牌介绍
 - 5.1.2 全球运动服装发展现状
 - 5.1.3 全球运动服装零售规模
 - 5.1.4 全球运动服装地区规模
- 5.2 国际运动服装行业多元对比
 - 5.2.1 国际品牌市场份额
 - 5.2.2 百度搜索指数对比
 - 5.2.3 运动行业整体对比
 - 5.2.4 行业发展模式对比
- 5.3 国际运动品牌崛起经验
 - 5.3.1 品牌战略规划
 - 5.3.2 品牌产品研发
 - 5.3.3 品牌营销资源

第六章 2021-2023年中国运动服装产业深度分析

6.1 运动服装产业综述

6.1.1 市场规模分析

6.1.2 电商销售规模

6.1.3 市场的集中度

6.1.4 行业市场格局

6.2 运动服装面料发展分析

6.2.1 保暖

6.2.2 抗菌除臭

6.2.3 温湿度调节

6.2.4 负离子运动保健

6.2.5 新型面料研究进展

6.2.6 功能性设计的建议

6.3 运动服装行业发展面临的问题及对策

6.3.1 品牌定位问题

6.3.2 发展模式问题

6.3.3 跨国品牌影响

6.3.4 相关行业影响

6.3.5 行业发展对策

6.4 运动服装行业国际化策略分析

6.4.1 国际化发展的现状

6.4.2 国际化进程的问题

6.4.3 国际化的战略途径

第七章 2021-2023年中国运动服装消费市场发展分析

7.1 运动服装消费力分析

7.1.1 当前中国体育消费力

7.1.2 Z世代的消费力分析

7.1.3 女性运动消费力分析

7.1.4 体育消费力提升路径

7.2 运动服装消费者行为分析

7.2.1 消费者数量对比

- 7.2.2 消费者品牌偏好
- 7.2.3 产品的使用场景
- 7.2.4 消费者购买渠道
- 7.2.5 消费者人均消费

第八章 2021-2023年其他运动产品市场发展分析

8.1 运动鞋市场

- 8.1.1 国内运动鞋市场规模
- 8.1.2 国内运动鞋出口规模
- 8.1.3 运动鞋区域竞争格局
- 8.1.4 运动鞋的品牌排行榜
- 8.1.5 运动鞋行业发展前景

8.2 户外用品市场

- 8.2.1 户外运动相关利好政策
- 8.2.2 户外用品零售总额情况
- 8.2.3 户外用品品牌出货总额
- 8.2.4 高端户外运动市场情况
- 8.2.5 户外用品行业发展趋势

8.3 儿童运动服装市场

- 8.3.1 运动品牌进军童装市场
- 8.3.2 运动品牌儿童服装现状
- 8.3.3 运动品牌儿童服装趋势
- 8.3.4 儿童运动服装策略分析

第九章 2021-2023年中国运动服进出口数据分析

9.1 2021-2023年中国棉制针织或钩编的运动服进出口数据分析

- 9.1.1 进出口总量数据分析
- 9.1.2 主要贸易国进出口情况分析
- 9.1.3 主要省市进出口情况分析

9.2 2021-2023年中国合成纤维制针织或钩编的运动服进出口数据分析

- 9.2.1 进出口总量数据分析
- 9.2.2 主要贸易国进出口情况分析

9.2.3 主要省市进出口情况分析

9.3 2021-2023年中国其他纺织材料制针织或钩编的运动服进出口数据分析

9.3.1 进出口总量数据分析

9.3.2 主要贸易国进出口情况分析

9.3.3 主要省市进出口情况分析

9.4 2021-2023年中国针织或钩编的滑雪服进出口数据分析

9.4.1 进出口总量数据分析

9.4.2 主要贸易国进出口情况分析

9.4.3 主要省市进出口情况分析

第十章 2021-2023年运动服装行业竞争格局分析

10.1 中国企业竞争格局分析

10.1.1 企业发展情况

10.1.2 企业市场份额

10.1.3 企业类型格局

10.2 中国运动服装行业竞争结构分析

10.2.1 潜在竞争者能力

10.2.2 供应商议价能力

10.2.3 购买者议价能力

10.2.4 替代品的威胁

10.2.5 同业竞争程度

10.3 运动服装行业竞争问题及策略分析

10.3.1 行业竞争主要问题

10.3.2 行业竞争壁垒分析

10.3.3 提升核心竞争力对策

10.4 国内外运动服装市场竞争对比

10.4.1 国产品牌竞争优势

10.4.2 市场渠道占比竞争

10.4.3 国际市场竞争情况

第十一章 2021-2023年运动服装营销发展分析

11.1 运动服装品牌行业营销分析

- 11.1.1 运动品牌现状原因分析
- 11.1.2 新型营销模式发展分析
- 11.1.3 零售终端现有营销模式分析
- 11.1.4 网红经济运动品牌营销分析
- 11.1.5 运动品牌跨界策略未来思路
- 11.2 国产运动品牌传播营销战略
 - 11.2.1 塑造品牌形象
 - 11.2.2 尊重竞争对手
 - 11.2.3 善于察觉变化
 - 11.2.4 寻找潜在消费者
 - 11.2.5 重视品牌包装
- 11.3 国际主要品牌营销策略分析
 - 11.3.1 Nike的营销策略分析
 - 11.3.2 Adidas品牌营销策略
 - 11.3.3 Under Armour营销策略
 - 11.3.4 Lululemon营销增长策略
- 11.4 国内主要品牌营销策略分析
 - 11.4.1 李宁品牌营销策略分析
 - 11.4.2 安踏品牌营销策略分析
 - 11.4.3 特步品牌营销策略分析

第十二章 2021-2023年运动服装渠道分析

- 12.1 主要销售渠道
 - 12.1.1 百货商店
 - 12.1.2 超级市场
 - 12.1.3 品牌专卖店
 - 12.1.4 体育用品卖场
 - 12.1.5 电商销售平台
- 12.2 运动服装行业渠道发展分析
 - 12.2.1 渠道改革分析
 - 12.2.2 线下渠道分析
 - 12.2.3 线上渠道分析

12.3 运动服装行业渠道策略分析

12.3.1 错位布局+零售导向

12.3.2 渠道结构升级

12.3.3 强化渠道管理

12.4 主要品牌渠道分析

12.4.1 耐克

12.4.2 阿迪达斯

12.4.3 李宁

12.4.4 安踏

12.4.5 特步

第十三章 2021-2023年国际运动服装行业典型企业运营状况分析

13.1 耐克公司（NIKE, Inc.）

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 2021财年企业经营状况分析

13.1.3 2022财年企业经营状况分析

13.1.4 2023财年企业经营状况分析

13.2 阿迪达斯公司（adidas AG）

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 2021年企业经营状况分析

13.2.3 2022年企业经营状况分析

13.2.4 2023年企业经营状况分析

13.3 安德玛（Under Armour）

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 2021年企业经营状况分析

13.3.3 2022年企业经营状况分析

13.3.4 2023年企业经营状况分析

13.4 lululemon

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 2021财年企业经营状况分析

13.4.3 2022财年企业经营状况分析

13.4.4 2023财年企业经营状况分析

13.5 彪马（Puma）

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 2021年企业经营状况分析

13.5.3 2022年企业经营状况分析

13.5.4 2023年企业经营状况分析

第十四章 2021-2023年中国运动服装行业典型企业运营状况分析

14.1 安踏体育用品有限公司

14.1.1 企业发展概况

14.1.2 2021年企业经营状况分析

14.1.3 2022年企业经营状况分析

14.1.4 2023年企业经营状况分析

14.2 李宁有限公司

14.2.1 企业发展概况

14.2.2 2021年企业经营状况分析

14.2.3 2022年企业经营状况分析

14.2.4 2023年企业经营状况分析

14.3 特步国际控股有限公司

14.3.1 企业发展概况

14.3.2 2021年企业经营状况分析

14.3.3 2022年企业经营状况分析

14.3.4 2023年企业经营状况分析

14.4 361度国际有限公司

14.4.1 企业发展概况

14.4.2 2021年企业经营状况分析

14.4.3 2022年企业经营状况分析

14.4.4 2023年企业经营状况分析

第十五章 中国运动服装行业投资分析及风险预警

15.1 体育产业投资机会

15.1.1 体育产业数字化转型机遇

15.1.2 体育产业投融资事件统计

- 15.1.3 体育产业经济效益的分析
- 15.1.4 体育用品发展和转型升级
- 15.2 运动服装企业融资分析
 - 15.2.1 OMG
 - 15.2.2 焦玛
 - 15.2.3 Moodlab
 - 15.2.4 MAIA ACTIVE
- 15.3 运动服装行业投资风险
 - 15.3.1 纺织服装需求风险
 - 15.3.2 服装企业信用风险
 - 15.3.3 服装行业政策风险
 - 15.3.4 棉花供给需求风险

第十六章 2024-2030年中国运动服装发展前景分析及趋势预测

- 16.1 体育产业发展前景分析
 - 16.1.1 体育产业发展前瞻
 - 16.1.2 体育产业发展机遇
 - 16.1.3 疫情常态下的机遇
 - 16.1.4 体育产业发展方向
- 16.2 运动服装行业发展前景及趋势
 - 16.2.1 消费升级带来的机遇
 - 16.2.2 运动服饰行业发展前景
 - 16.2.3 运动服装装饰变化趋势
 - 16.2.4 运动服装行业发展趋势
- 16.3 对2024-2030年中国运动服装行业预测分析
 - 16.3.1 2024-2030年中国运动服装行业影响因素分析
 - 16.3.2 2024-2030年中国运动服装行业市场规模预测
 - 16.3.3 2024-2030年全球运动服装行业市场规模预测

图表目录

- 图表 2018-2022年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2018-2022年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2018-2022年货物进出口总额

图表 2022年货物进出口总额及其增长速度

图表 2022年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2022年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2022年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重

图表 2022年外商直接投资及其增长速度

图表 2022年对外非金融类直接投资额及其增长速度

图表 2018-2022年全部工业增加值及其增长速度

图表 2022年主要工业产品产量及其增长速度

图表 2023年全国规模以上工业增加值同比增长速度

图表 2023年全国规模以上工业生产主要数据

图表 2021年全国三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重

图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2022年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重

图表 2022年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2022年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2023年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重

图表 2023年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2023年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 1953-2021年全国人口规模

图表 1953-2021年全国人口性别构成

图表 全国人口年龄构成

图表 2010-2021年各地区人口数量统计

图表 2021年居民人均消费支出及构成

图表 2022年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2023年居民人均消费支出及构成

图表 1953-2021年人口普查城乡人口

图表 2022年全国体育产业状况

图表 2010-2025年我国体育人口数量

图表 体育赛事发展动力

图表 2021-2022年计划举办国际体育赛事

图表 2010-2021年全球体育用品行业技术来源国专利申请量趋势

图表 2021年中国当前申请省（市、自治区）体育用品专利数量TOP10

图表 2010-2021年全球体育用品专利申请人集中度-CR10

图表 2021年全球体育用品行业专利申请数量TOP10申请人

图表 2016-2020年运动服装品牌研发费用

图表 2016-2020运动服装品牌研发费用率

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/415764.html>