

2023-2029年中国运动装行业市场深度评估及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2029年中国运动装行业市场深度评估及投资战略规划报告》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.huaon.com/channel/clothing/917291.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

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家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 运动装行业发展概述

第一节 运动装的概念

第二节 运动装行业发展成熟度

一、运动装行业发展周期分析

二、运动装行业中外市场成熟度对比

第三节 运动装行业产业链分析

一、运动装行业上游原料供应市场分析

二、运动装行业下游产品需求市场状况

第二章 2018-2022年中国运动装行业运行环境分析

第一节 2018-2022年中国宏观经济环境分析

第二节 2018-2022年中国运动装行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

二、运动装行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2018-2022年中国运动装行业发展社会环境分析

第三章 2018-2022年中国运动装行业市场发展分析

第一节 运动装行业市场发展现状

一、市场发展概况

二、发展热点回顾

三、市场存在问题及策略分析

第二节 运动装行业技术发展

一、技术特征现状分析

二、新技术研发及应用动态

三、技术发展趋势

第三节 中国运动装行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节 运动装行业产销数据统计分析

一、整体市场规模

二、区域市场数据统计情况

第五节 2023-2029年运动装行业市场发展趋势

第四章 中国运动装行业供给情况分析 & 趋势

第一节 2018-2022年中国运动装行业市场供给分析

一、运动装整体供给情况分析

二、运动装重点区域供给分析

第二节 运动装行业供给关系因素分析

第三节 2023-2029年中国运动装行业市场供给趋势

一、运动装整体供给情况趋势分析

二、运动装重点区域供给趋势分析

三、影响未来运动装供给的因素分析

第五章 运动装行业产品价格分析

第一节 中国运动装行业产品历年价格回顾

第二节 中国运动装行业产品当前市场价格

一、产品当前价格分析

二、产品未来价格预测

第三节 中国运动装行业产品价格影响因素分析

一、全球经济形式及影响

二、人民币汇率变化影响

第六章 运动装主要上下游产品分析

第一节 运动装上下游分析

一、与行业上下游之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 运动装行业产业链分析

一、行业上游影响及风险分析

二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第七章 2022年中国运动装行业渠道分析及策略

第一节 运动装行业渠道分析

第二节 运动装行业营销策略分析

第八章 中国运动装所属行业主要指标监测分析

第一节 中国运动装所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国运动装所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国运动装所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第九章 中国运动装所属行业区域市场分析

第一节 华北地区运动装行业分析

第二节 东北地区运动装行业分析

第三节 华东地区运动装行业分析

第四节 华南地区运动装行业分析

第五节 华中地区运动装行业分析

第六节 西南地区运动装行业分析

第七节 西北地区运动装行业分析

第十章 运动装行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 2018-2022年运动装行业竞争格局分析

一、2018-2022年国内外运动装竞争分析

二、2018-2022年中国运动装市场竞争分析

三、2023-2029年国内主要运动装企业动向

第十一章 运动装企业竞争策略分析

第一节 运动装市场竞争策略分析

一、2022年运动装市场增长潜力分析

二、2022年运动装主要潜力品种分析

三、现有运动装产品竞争策略分析

四、潜力运动装品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 运动装企业竞争策略分析

第三节 运动装行业产品定位及市场推广策略分析

一、运动装行业产品市场定位

二、运动装行业广告推广策略

三、运动装行业产品促销策略

四、运动装行业招商加盟策略

五、运动装行业网络推广策略

第十二章 运动装行业企业分析

第一节 阿迪达斯体育(中国)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 耐克商业（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 安踏（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 李宁（中国）体育用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 安德阿谟贸易（上海）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第六节 开云（中国）企业管理有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十三章 运动装行业投资战略研究

第一节 运动装行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国运动装品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、运动装实施品牌战略的意义

三、运动装企业品牌的现状分析

四、中国运动装企业的品牌战略

五、运动装品牌战略管理的策略

第三节 运动装行业投资战略研究

图表目录：

图表：运动装行业生命周期图

图表：运动装产品国内、国际市场成熟度对比

图表：运动装产品行业主要竞争因素分析

图表：2018-2022年运动装产品消费量变化图

图表：2018-2022年运动装企业品牌集中度分析

图表：2018-2022年运动装产品产能分析

图表：规模企业主营业务收入分析

图表：运动装不同所有制企业主营业务收入比较

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/clothing/917291.html>