

2023-2028年中国运动服饰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《2023-2028年中国运动服饰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/868218.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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022年运动鞋产业发展分析

4.3 晋江运动鞋产业分析

4.4 中国运动鞋市场竞争分析

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 2023-2028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 2023-2028年运动服饰行业投资风险

9.3 2023-2028年运动服饰市场规模预测

9.3.1 2023-2028年中国运动服饰行业市场预测

9.3.2 2023-2028年中国运动服市场规模预测

9.3.3 2023-2028年中国运动鞋市场规模预测

图表目录：

图表1 2018-2022年中国运动服饰行业市场规模统计

图表2 2018-2022年中国运动服饰行业市场规模趋势图

图表3 2018-2022年中国运动服市场规模增长趋势图

图表4 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/clothing/868218.html>