

2023-2029年中国运动装行业 前景展望与市场年度调研报告

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

《2023-2029年中国运动装行业前景展望与市场年度调研报告》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/202309/409171.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

运动装是专用于体育运动竞赛或从事户外体育活动穿用的服装。多为休闲服装。专用于体育运动竞赛的服装。通常按运动项目的特定要求设计制作。

运动装在广义上还包括从事户外体育活动穿用的服装。现多泛指用于日常生活穿着的运动休闲服装。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国运动装行业前景展望与市场年度调研报告》共十三章。首先介绍了运动装行业市场发展环境、运动装整体运行态势等，接着分析了运动装行业市场运行的现状，然后介绍了运动装市场竞争格局。随后，报告对运动装做了重点企业经营状况分析，最后分析了运动装行业发展趋势与投资预测。您若想对运动装产业有个系统的了解或者想投资运动装行业，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：

第一章 运动装行业发展概述

第一节 运动装的概念

一、运动装的界定

二、运动装的特点

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 2017-2022年中国运动装行业运行环境分析

第一节 2017-2022年中国宏观经济环境分析

第二节 2017-2022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

1、继续实施积极的财政政策，加大结构调整力度

2、采取组合调控措施，确保物价水平稳定

二、运动装行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2017-2022年中国运动装行业发展社会环境分析

第三章 2017-2022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 2017-2022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

一、需求变化因素

二、厂商产能因素

三、原料供给状况

四、技术水平提高

五、政策变动因素

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

三、其它

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

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对运动装行业的影响

三、主要运动装企业渠道策略研究

四、各区域主要代理商情况

第二节 运动装行业用户分析

一、用户认知程度分析

二、用户需求特点分析

三、用户购买途径分析

第三节 运动装行业营销策略分析

一、中国运动装营销概况

二、运动装营销策略探讨

三、运动装营销发展趋势

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 中国运动装行业区域市场分析

第一节 华北地区运动装行业分析

- 一、2017-2022年行业发展现状分析
- 二、2017-2022年市场规模情况分析
- 三、2023-2029年市场需求情况分析
- 四、2023-2029年行业发展前景预测
- 五、2023-2029年行业投资风险预测

第二节 东北地区运动装行业分析

- 一、2017-2022年行业发展现状分析
- 二、2017-2022年市场规模情况分析
- 三、2023-2029年市场需求情况分析
- 四、2023-2029年行业发展前景预测
- 五、2023-2029年行业投资风险预测

第三节 华东地区运动装行业分析

- 一、2017-2022年行业发展现状分析
- 二、2017-2022年市场规模情况分析
- 三、2023-2029年市场需求情况分析
- 四、2023-2029年行业发展前景预测
- 五、2023-2029年行业投资风险预测

第四节 华南地区运动装行业分析

- 一、2017-2022年行业发展现状分析
- 二、2017-2022年市场规模情况分析
- 三、2023-2029年市场需求情况分析
- 四、2023-2029年行业发展前景预测
- 五、2023-2029年行业投资风险预测

第五节 华中地区运动装行业分析

- 一、2017-2022年行业发展现状分析
- 二、2017-2022年市场规模情况分析
- 三、2023-2029年市场需求情况分析
- 四、2023-2029年行业发展前景预测
- 五、2023-2029年行业投资风险预测

第六节 西南地区运动装行业分析

- 一、2017-2022年行业发展现状分析

二、2017-2022年市场规模情况分析

三、2023-2029年市场需求情况分析

四、2023-2029年行业发展前景预测

五、2023-2029年行业投资风险预测

第七节 西北地区运动装行业分析

一、2017-2022年行业发展现状分析

二、2017-2022年市场规模情况分析

三、2023-2029年市场需求情况分析

四、2023-2029年行业发展前景预测

五、2023-2029年行业投资风险预测

第十章 公司对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 2017-2022年运动装行业竞争格局分析

一、2017-2022年国内外运动装竞争分析

二、2017-2022年我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 安德阿模贸易(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 对我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、我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：2017-2022年运动装产品消费量变化图

图表：2017-2022年运动装企业品牌集中度分析

图表：2017-2022年运动装产品产能分析

图表：中国运动装产业工业总产值分析

图表：运动装不同规模企业工业总产值分析

图表：运动装不同所有制企业工业总产值比较

图表：中国运动装产业主营业务收入分析

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

图表：中国运动装产业销售成本分析

图表：运动装不同规模企业销售成本比较分析

图表：运动装不同所有制企业销售成本比较分析

图表：中国运动装产业利润总额分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/409171.html>