

中国运动服装行业现状调研与市场前 景分析报告（2025年）

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国运动服装行业现状调研与市场前景分析报告（2025年）
报告编号： 1A3A717 ← 咨询订购时，请说明该编号
报告价格： 电子版：9200 元 纸质+电子版：9500 元
优惠价格： 电子版：8200 元 纸质+电子版：8500 元 可提供增值税专用发票
咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099
电子邮箱： kf@Cir.cn
详细内容： <https://www.cir.cn/7/71/YunDongFuZhuangHangYeYanJiuBaoGao.html>
提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

运动服装是一种结合时尚与功能性的产品，近年来随着健身热潮和技术的进步，市场需求持续增长。目前，运动服装不仅在面料和设计上实现了优化，还在功能性上进行了改进，以适应不同运动场景的需求。例如，通过采用吸湿排汗材料和抗菌技术来提高穿着的舒适度。此外，随着可持续时尚概念的普及，越来越多的品牌开始采用环保材料，并关注供应链的可持续性。

未来，运动服装行业将更加注重技术创新和服务升级。产业调研网指出，一方面，随着新材料和新技术的应用，能够提供更高性能和更长使用寿命的产品将成为趋势。例如，通过采用智能纺织品技术来监测生理指标并提高运动表现。另一方面，随着消费者对健康和环保生活方式的追求，能够提供更个性化设计和更负责任生产方式的运动服装将更受欢迎。此外，随着可持续发展目标的推进，采用环保材料和可持续生产方式的运动服装也将占据市场优势。

第一章 运动服装行业基本界定

1.1 运动服装概述

1.1.1 简介

1.1.2 分类

1.1.3 特点

1.1.4 兴起与发展

1.2 运动服装行业基本特性

1.2.1 行业的周期性

1.2.2 行业的地域性

1.2.3 行业的季节性

1.3 运动服装行业产业链分析

- 1.3.1 产业链简况
- 1.3.2 上游产业状况
- 1.3.3 下游产业状况

第二章 2019-2031年中国运动服装产业发展环境分析

2.1 经济环境分析

- 2.1.1 全球经济发展形势
- 2.1.2 全球经济环境对中国的影响
- 2.1.3 中国宏观经济发展现状
- 2.1.4 中国宏观经济发展趋势

2.2 社会环境分析

- 2.2.1 人口环境分析
- 2.2.2 收入及消费水平
- 2.2.3 大众体育文化观念
- 2.2.4 居民体育消费现状
- 2.2.5 潮流趋势分析

2.3 政策环境分析

- 2.3.1 行业监管体系
- 2.3.2 主要法律法规
- 2.3.3 主要产业政策
- 2.3.4 行业标准分析
- 2.3.5 行业利好政策

2.4 技术环境分析

- 2.4.1 行业技术水平
- 2.4.2 行业技术动态
- 2.4.3 行业技术趋势

第三章 2019-2031年运动服装产业深度分析

3.1 全球运动服装产业发展综述

- 3.1.1 市场规模分析
- 3.1.2 重点品牌介绍
- 3.1.3 主要国家市场发展
- 3.1.4 市场前景及趋势

3.2 中国运动服装行业驱动因素分析

- 3.2.1 城镇化进程带动消费增长
- 3.2.2 体育强国战略促进行业发展
- 3.2.3 体育活动参与度提高

3.2.4 第三方物流发展迅速

3.3 中国运动服装产业发展综述

3.3.1 市场规模情况

3.3.2 市场集中度

3.3.3 行业运行态势

3.3.4 行业转型发展状况

3.3.5 企业经营模式

3.3.6 资本运营现状分析

3.4 中国运动服装行业发展面临的问题及对策

3.4.1 产业结构的问题

3.4.2 本土品牌发展的瓶颈

3.4.3 提升行业竞争力的对策

3.4.4 品牌塑造的策略分析

3.4.5 企业快速发展的建议

第四章 2019-2031年中国运动服装消费市场分析

4.1 消费行为分析

4.1.1 市场消费者分析

4.1.2 市场消费层次

4.1.3 市场消费趋势

4.2 用户关注分析

4.2.1 行业搜索指数

4.2.2 品牌细分市场

4.2.3 网民人群属性

第五章 2019-2031年中国运动服装细分市场分析

5.1 户外运动服装市场发展分析

5.1.1 中国户外运动用品市场趋热

5.1.2 户外运动服装面料的若干特征

5.1.3 中国户外运动用品市场发展分析

5.1.4 户外运动品牌在中国市场的竞争格局

5.1.5 中国户外运动服装的主要销售渠道

5.2 儿童运动服装市场发展分析

5.2.1 童装市场成为运动品牌新目标

5.2.2 中国童装运动品牌的发展状况

5.2.3 中国童装运动品牌的竞争态势

5.2.4 运动品牌进军童装市场的策略分析

5.2.5 运动品牌进军童装市场需找准定位

第六章 2019-2031年中国运动服装行业进出口贸易分析

6.1 中国运动服装出口概况

6.1.1 出口现状分析

6.1.2 出口特点及形势

6.1.3 出口税率状况

6.2 2019-2031年中国运动服装进出口数据分析

6.2.1 棉制针织或钩编的运动服进出口数据分析

6.2.2 合成纤维制针织或钩编的运动服进出口数据分析

6.2.3 其他纺织材料制针织或钩编的运动服进出口数据分析

6.3 2019-2031年中国运动服装主要细分产品进出口数据分析

6.3.1 男式游泳服进出口数据分析

6.3.2 女式游泳服进出口数据分析

6.3.3 滑雪套服进出口数据分析

第七章 2019-2031年运动服装行业竞争格局分析

7.1 中国运动服装市场竞争状况分析

7.1.1 行业竞争概况

7.1.2 国际品牌竞争优势

7.1.3 国内外品牌对比分析

7.1.4 细分市场竞争状况

7.1.5 国内外品牌竞争新动向

7.1.6 线上市场竞争分析

7.1.7 行业遇跨领域竞争

7.2 中国运动服装行业的竞争格局

7.2.1 进入退出壁垒

7.2.2 潜在进入者

7.2.3 替代产品

7.2.4 下游议价能力

7.2.5 上游议价能力

7.3 主要运动服装品牌对比竞争状况

7.3.1 耐克与阿迪达斯在女性市场的竞争

7.3.2 阿迪达斯与彪马竞争状况分析

7.3.3 李宁与安踏财务竞争力的比拼

7.3.4 李宁与探路者竞争状况分析

7.3.5 本土主要运动品牌零售网点比较

7.4 运动服装企业供应链竞争力分析及提升对策

- 7.4.1 运动服装企业供应链的特性分析
- 7.4.2 运动服装企业供应链比较研究的指标选取
- 7.4.3 耐克与李宁供应链定性比较分析
- 7.4.4 耐克与李宁供应链定量比较分析
- 7.4.5 提升企业供应链竞争力的启示与建议

第八章 中国运动服装市场销售渠道分析

8.1 主要销售渠道

- 8.1.1 百货商店
- 8.1.2 超级市场
- 8.1.3 品牌专卖店
- 8.1.4 体育用品卖场
- 8.1.5 网络销售平台

8.2 电商渠道分析

- 8.2.1 电商市场规模
- 8.2.2 电商市场特点
- 8.2.3 电商渠道模式
- 8.2.4 电商市场渗透状况

8.3 主要品牌电商渠道开展状况

- 8.3.1 阿迪达斯
- 8.3.2 耐克
- 8.3.3 彪马
- 8.3.4 锐步
- 8.3.5 卡帕
- 8.3.6 李宁
- 8.3.7 安踏
- 8.3.8 特步

8.4 传统运动服装企业开拓电商渠道的要点

- 8.4.1 组织架构的配置
- 8.4.2 供应链体系
- 8.4.3 线上线下渠道的整合

第九章 中国运动服装市场营销模式及策略探析

9.1 运动服装营销模式及渠道分析

- 9.1.1 体育赞助
- 9.1.2 时尚营销

- 9.1.3 迅速推新
- 9.1.4 明星效应
- 9.1.5 网络营销
- 9.2 运动服装主要营销策略分析
 - 9.2.1 运动服装产品的定位及营销策略简述
 - 9.2.2 三级市场凭借价格营销取得良好发展
 - 9.2.3 运动服装品牌草根营销风头正健
 - 9.2.4 运动服装品牌的营销动向分析
 - 9.2.5 中国运动品牌营销的问题及对策
- 9.3 中国运动品牌体育营销组合策略探讨
 - 9.3.1 产品策略
 - 9.3.2 价格策略
 - 9.3.3 体育促销策略
 - 9.3.4 体育营销分销渠道选择策略
- 9.4 运动服装“纵向切割”营销模式分析
 - 9.4.1 运动服装“横向切割”发展之路
 - 9.4.2 “横向切割”模式的弊端分析
 - 9.4.3 实施“纵向切割”实现品牌突围
- 9.5 主要国际运动服装品牌营销模式分析
 - 9.5.1 阿迪达斯
 - 9.5.2 彪马
 - 9.5.3 kappa
 - 9.5.4 美津浓
- 9.6 国内主要运动服装品牌营销策略解析
 - 9.6.1 李宁
 - 9.6.2 安踏
 - 9.6.3 匹克
 - 9.6.4 361度
 - 9.6.5 特步

第十章 2019-2031年国际优势运动服装品牌运营经验借鉴

- 10.1 耐克
 - 10.1.1 企业发展概况
 - 10.1.2 经营状况分析
 - 10.1.3 品牌策略分析
 - 10.1.4 成功经验借鉴
 - 10.1.5 企业战略动态

10.2 阿迪达斯

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 经营状况分析

10.2.3 品牌策略分析

10.2.4 成功经验借鉴

10.2.5 企业战略动态

10.2.6 区域分布状况

10.3 彪马

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 经营状况分析

10.3.3 成功经验借鉴

10.3.4 品牌策略分析

10.3.5 企业战略动态

10.4 美津浓

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 经营状况分析

10.4.3 品牌策略分析

10.4.4 成功经验借鉴

10.4.5 企业战略动态

10.5 卡帕

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 经营状况分析

10.5.3 品牌策略分析

10.5.4 成功经验借鉴

10.5.5 企业战略动态

第十一章 2019-2031年中国领先运动服装企业运营状况分析

11.1 李宁体育用品有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

11.2 安踏体育用品有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析

- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

11.3 三六一度国际有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

11.4 特步（中国）有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

11.5 福建泉州匹克（集团）公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

第十二章 中国运动服装行业投资风险及建议分析

12.1 中国运动服行业盈利分析

- 12.1.1 行业盈利现状
- 12.1.2 行业盈利模式分析
- 12.1.3 决定行业盈利的因素

12.2 中国运动服装行业进入壁垒分析

- 12.2.1 品牌壁垒
- 12.2.2 营销网络规模
- 12.2.3 供应链管理能力和
- 12.2.4 研发设计能力
- 12.2.5 人才壁垒

12.3 中国运动服装行业投资风险

- 12.3.1 零售终端风险
- 12.3.2 原材料风险
- 12.3.3 全球品牌挤压风险

12.4 行业投资建议

第十三章 中智林^一济研：中国运动服装行业发展前景预测分析

13.1 中国运动服装行业发展前景及趋势分析

13.1.1 行业发展前景分析

13.1.2 行业发展阶段展望

13.1.3 未来发展方向浅析

13.1.4 细分领域发展趋势

13.2 2019-2031年中国运动服装行业预测分析

13.2.1 中国运动服装行业影响因素分析

13.2.2 2019-2031年运动服装市场整体规模预测分析

13.2.3 2019-2031年本土品牌运动服装销售规模预测分析

图表 纺织服装行业产业链简要示意图

图表 2019-2024年七国集团gdp增长率

图表 2019-2024年金砖国家及部分亚洲经济体gdp同比增长率

图表 2025年全球及主要经济体制造业和服务业pmi

图表 2025年全球及主要经济体制造业pmi新订单和出口新订单指数

图表 2019-2024年国内生产总值及其增长速度

图表 2019-2024年城镇新增就业人数

图表 2019-2024年国内生产总值与全部就业人员比率

图表 2025年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 2025年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2025年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表 2019-2024年公共财政收入

图表 2019-2024年末国家外汇储备

图表 2019-2024年粮食产量

图表 2025年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2025年主要工业产品产量及其增长速度

图表 2019-2024年建筑业增加值

图表 2025年固定资产投资（不含农户）增速累计同比

图表 2025年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表 2025年固定资产投资新增主要生产能力

图表 2025年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表 2019-2024年货物进出口总额

图表 2025年货物进出口总额及其增长速度

图表 2025年主要商品出口数量、金额及其增长速度

……

图表 2025年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

- 图表 2025年非金融领域外商直接投资及其增长速度
- 图表 2025年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表 2025年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
- 图表 2019-2024年末电话用户数
- 图表 2024年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度
- 图表 2019-2024年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数
- 图表 2019-2024年研究与试验发展（r&d）经费支出
- 图表 2019-2024年卫生技术人员人数
- 图表 2019-2024年人口及其自然增长率变化情况
- 图表 2019-2024年我国农村和城镇居民收入中转移性收入占比
- 图表 2019-2024年农村居民收入构成
- 图表 2019-2024年农村居民人均纯收入
- 图表 2019-2024年城镇居民人均可支配收入
- 图表 2025年社会消费品零售总额增速月度同比
- 图表 不同体育消费项目的人数百分比
- 图表 不同体育消费项目的人均消费金额
- 图表 城乡居民体育消费一览表
- 图表 运动服装行业生产经营所涉及的要法律法规
- 图表 运动服装产品执行的主要质量控制标准
- 图表 运动服行业专利申请量分布图
- 图表 美国消费者穿着运动服饰从事其他活动调查
- 图表 美国消费者购买运动服饰最普遍的渠道
- 图表 美国消费者对35%具有功能性运动服饰吸湿整理功能的关注度
- 图表 2019-2024年耐克品牌产品按地区划分销售收入
- 图表 阿迪达斯和彪马产品对比
- 图表 2019-2024年我国人均gdp和城镇居民家庭人均可支配收入
- 图表 我国提倡健身事业发展的政策
- 图表 我国人均运动频率
- 图表 中国运动服饰市场规模
- 图表 2025年中国运动服市场占有率排名（top10）
- 图表 2025年运动服饰行业搜索指数
- 图表 2025年运动服饰行业用户搜索内容
- 图表 2024-2025年运动服饰行业搜索指数
- 图表 2025年运动服饰产品大类关注度
- 图表 2024-2025年运动服饰品牌属性关注趋势
- 图表 2025年运动服饰网民与全网网民性别分布对比

图表 2025年运动服饰行业网民年龄分布

图表 2025年运动服饰网民与全网网民性别分布对比

图表 2019-2024年运动服出口数量统计表

图表 2019-2024年运动服出口金额统计表

图表 2025年以来我国纺织、服装出口退税率调整情况

.....

图表 2025年主要省份棉制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

.....

图表 2025年主要省份合成纤维制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

.....

图表 2025年主要省份其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

.....

略.....

订阅“中国运动服装行业现状调研与市场前景分析报告（2025年）”，编号：1A3A717，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/7/71/YunDongFuZhuangHangYeYanJiuBaoGao.html>

热点：运动服装品牌排行榜前十名、运动服装品牌标志logo大全、运动服装标志、运动服装尺码对照表
男士、运动服装文案短句高级感

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！