

2017-2022年中国运动服市场深度研究与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国运动服市场深度研究与投资前景评估报告》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.abaogao.com/b/fuzhuang/883827VA2E.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

运动服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。广义上还包括从事户外体育活动穿用的服装。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国运动服市场深度研究与投资前景评估报告》共十四章。首先介绍了运动服产业相关概念及发展环境，接着分析了中国运动服行业规模及消费需求，然后对中国运动服行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国运动服行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国运动服行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 产业环境透视

第一章 中国运动服行业发展背景分析

第一节 运动服行业界定及分类

一、行业界定

二、行业属性

1、行业所处的生命周期

2、行业对经济周期的反应

第二节 运动服行业产业链及下游需求分析

一、行业产业链结构

二、行业产业链价值环节

第三节 运动服行业发展环境分析

一、行业政策环境分析

1、行业主管部门与监管体制

2、行业相关政策动向

3、行业相关标准分析

4、行业发展规划

二、行业经济环境分析

- 1、国外宏观经济走势分析
- 2、国内宏观经济走势分析
- 三、行业贸易环境分析
 - 1、行业贸易环境发展现状
 - 2、行业贸易环境发展趋势
- 四、行业消费环境分析
 - 1、人口总量及结构
 - 2、城镇居民消费支出
 - 3、居民消费行为特征分析
- 五、行业技术环境分析
 - 1、行业技术活跃程度分析
 - 2、行业技术领先企业分析
 - 3、行业热门技术分析
 - 4、行业技术发展趋势

第二部分 行业深度分析

第二章 运动服行业发展状况分析

第一节 国际运动服行业发展状况分析

- 一、国际运动服行业发展概况
- 二、重点国家运动服行业发展概况
 - 1、美国运动服行业发展现状分析
 - 2、法国运动服行业发展现状分析
 - 3、加拿大运动服行业发展现状分析
 - 4、德国运动服行业发展现状分析
 - 5、英国运动服行业发展现状分析
 - 6、意大利运动服行业发展现状分析
 - 7、日本运动服行业发展现状分析
- 三、国际运动服行业发展趋势分析

第二节 中国运动服行业发展状况分析

- 一、运动服行业发展现状分析
- 二、运动服行业发展特性分析
 - 1、劳动密集型产业

- 2、运动服设计专业性
- 3、运动服需求时尚性
- 4、运动服需求季节性
- 5、运动服品牌效应化
- 6、运动服产品雷同化

三、运动服行业市场状况分析

- 1、人均运动服支出情况
- 2、运动服市场规模分析

第三节 中国运动服行业消费群体分析

一、运动服消费群体特征分析

- 1、运动服目标消费群体范围
- 2、运动服消费群体性别结构
- 3、运动服消费群体年龄结构
- 4、运动服消费群体城乡差别

二、青少年运动服市场需求分析

- 1、消费结构
- 2、消费理念
- 3、品牌意识
- 4、接触媒体

三、中老年人运动服市场需求分析

- 1、中年运动服市场需求分析
- 2、老年运动服市场需求分析

四、大学生运动服品牌需求心理调查分析

- 1、调查对象与方法
- 2、大学生体育消费情况
- 3、大学生运动服品牌选择及比较
- 4、影响大学生运动服品牌需求心理因素
- 5、调查结论分析及建议

五、运动服需求影响因素

- 1、消费者自身因素
- 2、社会因素
- 3、企业和产品因素

第四节 中国运动服行业进出口市场分析

一、运动服行业进出口状况综述

二、运动服行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构分析

三、运动服行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

四、运动服行业进出口前景及建议

1、运动服行业出口前景及建议

2、运动服行业进口前景及建议

第五节 中国运动服行业发展前景分析

一、运动服行业发展的驱动因素分析

二、运动服行业发展的障碍因素分析

三、运动服行业发展趋势分析

第三章 我国运动服行业整体运行指标分析

第一节 2014-2016年中国运动服行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2014-2016年中国运动服行业产销情况分析

一、我国运动服行业工业总产值

二、我国运动服行业工业销售产值

三、我国运动服行业产销率

第三节 2014-2016年中国运动服行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国运动服行业销售利润率

2、我国运动服行业成本费用利润率

3、我国运动服行业亏损面

二、行业偿债能力分析

- 1、我国运动服行业资产负债比率
- 2、我国运动服行业利息保障倍数
- 三、行业营运能力分析
 - 1、我国运动服行业应收帐款周转率
 - 2、我国运动服行业总资产周转率
 - 3、我国运动服行业流动资产周转率
- 四、行业发展能力分析
 - 1、我国运动服行业总资产增长率
 - 2、我国运动服行业利润总额增长率
 - 3、我国运动服行业主营业务收入增长率
 - 4、我国运动服行业资本保值增值率

第三部分 市场全景调研

第四章 运动服行业产业结构分析

第一节 运动服产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国运动服行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第五章 中国运动服行业细分市场潜力分析

第一节 运动服行业产品定义及分类

- 一、运动服行业产品定义
- 二、运动服行业产品分类

第二节 各类运动服市场发展分析

一、各类运动服行业市场概况

1、市场定位分析

2、市场发展概况

二、篮球服市场发展分析

1、篮球服市场概况

2、篮球球迷市场分析

3、篮球服市场需求分析

4、篮球服市场需求趋势

三、足球服市场发展分析

1、足球服市场概况

2、足球球迷市场分析

3、足球服市场需求分析

4、足球服市场需求趋势

四、田径服市场发展分析

1、田径服市场概况

2、田径爱好者市场分析

3、田径服市场需求分析

4、田径服市场需求趋势

五、户外运动服市场发展分析

1、户外运动服市场需求规模

2、户外运动服消费群体分析

3、户外运动服企业经营模式

4、户外运动服市场展望

六、其他运动服市场分析

1、网球服市场发展状况

2、羽毛球服市场发展状况

3、跆拳道服市场发展状况

第三节 游泳服市场发展分析

一、游泳服市场发展概况

二、游泳服市场竞争情况

三、夏季游泳服关注度分析

- 1、 游泳服内容搜索情况
- 2、 游泳服品牌关注排行
- 3、 游泳服网民性别分布
- 4、 游泳服网民年龄分布
- 5、 游泳服网民地区分布

四、 游泳服市场发展趋势分析

第四节 滑雪服市场发展分析

- 一、 滑雪服市场现状分析
- 二、 滑雪服市场发展对策
- 三、 滑雪服产品设计趋势
 - 1、 功能性设计
 - 2、 色彩设计
 - 3、 其它细节设计
- 四、 滑雪装备的发展趋势

第六章 中国运动服行业市场营销分析

第一节 运动服行业营销渠道分析

- 一、 行业营销渠道类型
 - 1、 大型商场/百货公司
 - 2、 普通商场及服装店
 - 3、 专卖店
 - 4、 仓储商超及连锁店
 - 5、 批发市场
 - 6、 网上销售
 - 二、 行业零售渠道格局
 - 1、 百丽国际
 - 2、 宝盛道吉
 - 3、 劲浪体育
 - 4、 国美锐动
 - 三、 行业外销转内销的渠道升级策略
 - 四、 行业营销渠道发展趋势
- ##### 第二节 运动服行业营销策略分析

一、行业战略营销策略

- 1、知名品牌战略营销策略
- 2、运动服企业战略营销建议

二、行业品牌营销策略

- 1、行业品牌建设现状
- 2、行业品牌建设策略

三、行业网络营销策略

- 1、网络产品策略
- 2、网络定价策略
- 3、网络分销策略
- 4、网络促销策略

四、行业展会营销策略

- 1、行业展会的筛选策略
- 2、参展企业的备战策略
- 3、参展企业的招商策略

五、体育赛事营销策略

- 1、体育赛事营销内涵
- 2、体育赛事营销新手段
- 3、体育赛事营销现状
- 4、体育赛事营销优势
- 5、体育赛事营销建议

六、行业营销策略新动向

- 1、体育本位营销
- 2、植入式体育营销
- 3、品牌推广三“势”
- 4、整合传播三剑客

第四部分 竞争格局分析

第七章 运动服产业集群发展及区域市场分析

第一节 中国运动服产业集群发展特色分析

- 一、长江三角洲运动服产业发展特色分析
- 二、珠江三角洲运动服产业发展特色分析

三、环渤海地区运动服产业发展特色分析

四、闽南地区运动服产业发展特色分析

第二节 运动服重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

- 1、区域结构总体特征
- 2、行业区域集中度分析
- 3、行业区域分布特点分析
- 4、行业规模指标区域分布分析
- 5、行业效益指标区域分布分析
- 6、行业企业数的区域分布分析

二、运动服重点区域市场分析

- 1、江苏
- 2、浙江
- 3、上海
- 4、福建
- 5、广东

第八章 运动服行业市场竞争状况分析

第一节 国际运动服行业市场竞争状况分析

- 一、国际运动服市场竞争现状
- 二、国际运动服市场竞争格局
- 三、国际运动服市场竞争趋势

第二节 国内运动服行业市场竞争状况分析

- 一、运动服行业议价能力分析
- 二、运动服行业潜在威胁分析
 - 1、新进入者威胁
 - 2、替代品威胁
- 三、运动服行业集中度分析
 - 1、区域集中情况
 - 2、所有制构成
- 四、运动服行业竞争状况分析
 - 1、品牌竞争格局

- 2、门店竞争格局
- 3、营销竞争分析
- 4、技术竞争分析

第九章 2014-2016年运动服行业领先企业经营形势分析

第一节 赛琪（中国）体育用品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第二节 裕晟（昆山）体育用品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第三节 特步（中国）有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第四节 匹克体育用品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第五节 中国动向（集团）有限公司

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第六节 鸿星尔克体育用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第七节 乔丹体育股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第八节 阿迪达斯（苏州）有限公司

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第九节 耐克体育（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第十节 李宁（中国）体育用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第十章 中国运动服行业投资分析及预测

第一节 运动服行业及细分市场吸引力评价

一、运动服行业吸引力评价

二、运动服行业细分市场吸引力评价

第二节 运动服行业投资特性分析

一、运动服行业进入壁垒分析

1、品牌壁垒

2、技术壁垒

3、贸易壁垒

4、人才壁垒

二、运动服行业盈利模式分析

三、运动服行业盈利因素分析

四、运动服行业投资兼并动态分析

五、运动服行业投资兼并趋势分析

六、运动服行业投资机会分析

七、运动服行业投资风险分析

1、政策风险

2、技术风险

3、供求风险

- 4、关联产业风险
- 5、产品结构风险
- 八、运动服行业投资建议

第十一章 2017-2022年运动服行业投资机会与风险防范

第一节 运动服行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、运动服行业投资现状分析
 - 1、运动服产业投资经历的阶段
 - 2、2014-2016年运动服行业投资状况回顾
 - 3、2014-2016年中国运动服行业风险投资状况
 - 4、2017-2022年我国运动服行业的投资态势

第二节 2017-2022年运动服行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、运动服行业投资机遇

第三节 2017-2022年运动服行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节 中国运动服行业投资建议

- 一、运动服行业未来发展方向
- 二、运动服行业主要投资建议
- 三、中国运动服企业融资分析
 - 1、中国运动服企业IPO融资分析

2、中国运动服企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十二章 2016年运动服行业面临的困境及对策

第一节 2016年运动服行业面临的困境

第二节 运动服企业面临的困境及对策

一、重点运动服企业面临的困境及对策

1、重点运动服企业面临的困境

2、重点运动服企业对策探讨

二、中小运动服企业发展困境及策略分析

1、中小运动服企业面临的困境

2、中小运动服企业对策探讨

三、国内运动服企业的出路分析

第三节 中国运动服行业存在的问题及对策

一、中国运动服行业存在的问题

二、运动服行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国运动服市场发展面临的挑战与对策

第十三章 运动服行业发展战略研究

第一节 运动服行业发展战略研究

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 对我国运动服品牌的战略思考

一、运动服品牌的重要性

二、运动服实施品牌战略的意义

三、运动服企业品牌的现状分析

四、我国运动服企业的品牌战略

五、运动服品牌战略管理的策略

第三节 运动服经营策略分析

一、运动服市场细分策略

二、运动服市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、运动服新产品差异化战略

第四节 运动服行业投资战略研究

一、2016年运动服行业投资战略

二、2017-2022年运动服行业投资战略

三、2017-2022年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议 (ZY CW)

第一节 运动服行业研究结论及建议

第二节 运动服子行业研究结论及建议

第三节 运动服行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：运动服行业生命周期

图表：运动服行业产业链结构

图表：2014-2016年全球运动服行业市场规模

图表：2014-2016年中国运动服行业市场规模

图表：2014-2016年运动服行业重要数据指标比较
图表：2014-2016年中国运动服市场占全球份额比较
图表：2014-2016年运动服行业工业总产值
图表：2014-2016年运动服行业销售收入
图表：2014-2016年运动服行业利润总额
图表：2014-2016年运动服行业资产总计
图表：2014-2016年运动服行业负债总计
图表：2014-2016年运动服行业竞争力分析
图表：2014-2016年运动服市场价格走势
图表：2014-2016年运动服行业主营业务收入
图表：2014-2016年运动服行业主营业务成本
图表：2014-2016年运动服行业销售费用分析
图表：2014-2016年运动服行业管理费用分析
图表：2014-2016年运动服行业财务费用分析
图表：2014-2016年运动服行业销售毛利率分析
图表：2014-2016年运动服行业销售利润率分析
图表：2014-2016年运动服行业成本费用利润率分析
图表：2014-2016年运动服行业总资产利润率分析
图表：2014-2016年运动服行业产能分析
图表：2014-2016年运动服行业产量分析
图表：2014-2016年运动服行业需求分析
图表：2014-2016年运动服行业进口数据
图表：2014-2016年运动服行业出口数据
图表：2014-2016年运动服行业集中度
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/883827VA2E.html>