

# 2018-2024年中国运动服装 行业市场分析与投资机遇研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国运动服装行业市场分析与投资机遇研究报告》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/N03827P1D4.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

据国家统计局数据，2016年，中国服装行业规模以上企业累计完成服装产量314.52亿件，同比下降1.64%；工业增加值增速为3.8%，较2015年下降0.6%。2017年3-5月分别实现工业增加值同比7.0%、6.3%、7.5%的上升，同比增长率较2016年同期分别提升2.1%、0.9%、2.3%。我国纺织服装行业一直是全球中心，虽然近几年来增速有所下滑，但随着行业去库存已经行业投资额增速触底反弹，去库存初显成效。2016年，纺织服装行业实际完成年度投资4780.91亿元，同比增长5.57%，增速较2015年略有下降，但还是保持稳定增长。

2017年Q1行业投资额为782.47亿元，同比增长12.4%，投资增速触底反弹。我们认为，纺织服装行业投资增速的回升，一方面是由于经济一定程度复苏带来的需求回升，更多的是来自于之前行业的去库存，从存货同比增速来看，2016年以来，纺织服装行业产成品存货同比增速呈逐渐下降趋势，行业存货水平得到一定程度控制，去库存效果初显。2012-2016年纺织服装投资额及其增速数据来源：公开资料整理 预计2017年中国纺织服装、服饰行业收入将达到25147亿元，未来五年年均复合增长率约为6.70%。2016年我国服装行业规模以上企业15715家，累计实现主营业务收入23605亿元，同比增长4.61%，增幅较2015年下降1个百分点。2017年一季度行业实现主营业务收入5319亿元，同比增长7.4%，根据协会预测，2017年行业收入将达到25147亿元，未来五年年均复合增长率约为6.70%，2021年行业收入将达到32595亿元。2012-2020年纺织服装营业收入及其增速数据来源：公开资料整理 据国家统计局数据，2016年，我国服装行业规模以上企业累计完成服装产量314.52亿件，同比下降1.64%，比2015年下降3.64个百分点。其中梭织服装170.26亿件，同比下降2.76%；针织服装144.27亿件，同比下降0.26%。2015-2016年服装行业规模以上企业产量累计增幅情况数据来源：国家统计局

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 运动服装行业发展分析

##### 第一章 运动服装行业概述

##### 第一节 运动服装的定义及分类

###### 一、运动服装的概念

## 二、运动服装的分类

### 第二节 运动服装市场的特性

#### 一、运动服装行业的定义

#### 二、运动服装业建立行业标准

#### 三、运动服装行业的特性

## 第二章 运动服装行业发展现状

### 第一节 中国运动服装行业发展现状

#### 一、2016年全国运动服行业发展分析

#### 二、体育用品库存压力大 行业进入休整期

#### 三、转型电子商务成为品牌建设重要渠道

#### 四、2016年全国运动服行业发展分析

#### 五、普通运动鞋实施新标准

#### 六、老年运动服装市场前景分析

### 第二节 中国运动服装市场发展分析

#### 一、2016年运动服装市场分析

#### 二、运动服企遭遇关店潮

#### 三、运动服装产品开始步入快时尚市场

#### 四、我国运动服装品牌闪耀伦敦现状调查

### 第三节 2016年本土运动品牌的发展情况

#### 一、2016年本土运动品牌的困扰

#### 二、本土运动品牌的发展现状

#### 三、本土运动品牌的消费情况

#### 四、本土运动品牌的发展策略

#### 五、本土运动品牌国际化的不归路

### 第四节 2016年运动品牌进入童装市场分析

#### 一、运动品牌纷纷进入童装市场

#### 二、运动品牌借童装寻找新的利润增长点

#### 三、体育用品延伸至儿童用品市场将成为发展方向

## 第三章 关联行业发展情况分析

### 第一节 体育产业发展分析

## 一、2016年体育产业发展现状分析

2012-2016年我国体育产业总产出和增加值的数据

资料来源：国家统计局、国家体育总局

## 二、2016年体育用品业发展现状分析

### 三、户外用品行业成体育市场新宠

### 四、两部门公布《“十三五”公共体育设施建设规划》

### 五、中国体育用品行业面临五大发展僵局

### 六、2016年体育用品制造主要经济指标分析

### 七、我国体育用品市场发展对策分析

### 八、2016年中国体育用品行业发展趋势

### 九、体育事业发展“十三五”规划

## 第二节 服装行业发展分析

### 一、2015年服装行业运行情况

### 二、2016年服装行业运行情况

### 三、2016年服装行业发展分析

### 四、2016年服装产品生产情况

### 五、2016年纺织服装制造主要经济指标分析

### 六、2016年纺织服装出口情况

### 七、2016年服装行业面临的成本压力

### 八、2016年服装行业出口形势

## 第三节 缝制设备行业发展分析

### 一、2016年缝制机械行业运行分析

### 二、2016年纺织机械经济分析

### 三、2016年缝制机械行业形势分析

### 四、缝制机械16项行业标准颁布

### 五、“十三五”缝制机械行业发展预测

## 第四节 服装面料行业发展分析

### 一、服装面料的特性

### 二、我国服装面料市场中存在的问题

### 三、我国服装面料行业发展的方向

### 四、中国国际服装面料时尚秀驱动产业升级

### 五、开发新型面料成服装行业趋势

六、传统服装面料行业在冲击中寻求转变

七、纺织服装新型光变色材料受欢迎

八、服装面料印染企业走绿色环保路

九、春夏中国纺织面料流行趋势

第五节 户外运动用品行业发展分析

一、2016年中国户外用品市场销售额

二、户外用品市场增长速度加快

三、中国户外用品市场品牌发展状况

四、装备配件类增速加快

五、中国户外用品市场面临发展机遇

六、中国户外市场整体呈现蓬勃发展的态势

七、中国户外用品市场发展不平衡

八、2018-2024年中国户外用品销售额预测

九、户外休闲成为运动服装新机遇

第二部分 运动服装行业竞争格局分析

第四章 运动服装市场竞争分析

第一节 2015-2016年我国运动服装市场竞争分析

一、2015年我国运动服装市场竞争格局

二、2016年我国运动服装市场竞争格局

三、我国运动服行业竞争趋势

四、设计将成未来突破口

第二节 2016年运动服装企业竞争格局

一、2016年运动服装企业的库存压力分析

二、2016年中国运动服市场中外企业竞争分析

三、2016年国际运动服装中国市场竞争分析

四、2016年本土运动装企业市场竞争分析

五、运动品牌加快门店形象升级

第五章 国际知名运动服装品牌分析

第一节 耐克体育用品有限公司（NIKE）

一、公司概况

- 二、耐克制胜之道解析
- 三、耐克的成功对国内品牌服饰企业的启示
- 四、2016年公司经营情况分析

## 第二节 阿迪达斯公司 (ADIDAS)

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营状况
- 三、阿迪达斯拟2016年向中国中小城市扩张

## 第三节 彪马公司 (PUMA)

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营情况分析

## 第四节 背靠背 (KAPPA)

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营状况
- 三、Kappa电子商务营销模式

# 第六章 中国优势运动服装企业分析

## 第一节 李宁有限公司

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营状况
- 三、2018-2024年公司发展战略
- 四、2016年公司经营策略
- 五、李宁推动改革转型初见成效
- 六、李宁开启儿童运动服饰新时代

## 第二节 安踏体育

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营状况
- 三、2018-2024年公司发展战略

## 第三节 特步国际

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营状况
- 三、2018-2024年公司发展战略

## 第四节 中国动向

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营状况
- 三、2018-2024年公司发展战略

#### 第五节 361度有限公司

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营状况
- 三、2018-2024年公司发展战略

#### 第六节 匹克体育

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营状况
- 三、2018-2024年公司发展战略

#### 第七节 美克国际

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营状况
- 三、2018-2024年公司发展战略

### 第三部分 运动服装行业发展趋势预测

#### 第七章 2018-2024年运动服装市场发展趋势预测

##### 第一节 2018-2024年我国运动服装市场展望

- 一、运动服装面料的趋势
- 二、运动服装的功能性趋势分析
- 三、中国运动服饰的发展方向

##### 第二节 2018-2024年运动服装发展趋势分析

- 一、2016年运动服生命周期
- 二、2016年秋冬运动服流行趋势
- 三、2015-2017年运动服装流行色及流行趋势
- 四、2018-2024年全球运动服装市场预测

### 第四部分 运动服装行业发展战略探讨

#### 第八章 2018-2024年运动服装发展战略探讨

##### 第一节 运动服装消费者市场

- 一、学生购买运动服装的消费行为



二、我国体育消费现状的研究与分析

三、我国知识女性体育消费情况分析

四、高校学生体育消费特征分析

第二节 运动服饰告别疯狂扩张战略分析

一、减速

二、收缩

三、去库存

四、新的领域

第三节 2016年启动品牌化营销新战略

一、瓶颈之下，力求改变

二、大卖场成新营销模式

三、启动新战略

第四节 国内运动品牌提升策略

一、运动品牌需提升店效

二、差异化发展

三、新营销策略

第九章 2018-2024年运动服装销售及营销策略探讨

第一节 中国运动服装的营销方式

一、大型商场百货公司

二、普通商场服装店

三、户外运动服装专卖店

四、商场、超市及连锁店

五、批发市场

六、邮购

七、网上销售

第二节 2016年中国运动服装品牌渠道存在的问题

一、李宁渠道模式分析

二、安踏渠道模式分析

三、晋江模式分析

四、晋江模式的罪与罚

第三节 全面剖析体育用品品牌化营销新战略——ZICY

一、中国体育用品市场的发展现状

二、我国体育用品企业营销存在的问题 三、我国体育用品品牌化市场营销战略分

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/N03827P1D4.html>