

2016-2022年中国运动服装 市场深度调查与市场分析预测报告

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

《2016-2022年中国运动服装市场深度调查与市场分析预测报告》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/44104393A5.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

运动服装一般指运动服,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。

运动服的上游产业为纺织行业的面、辅料子行业及成衣制造业。从产品生产成本的角度分析,面、辅料等原材料成本约占65%-75%左右,成衣制造成本约占25%-35%。

运动服的下游直接面向服装零售顾客。中国巨大的人口基数、人均可支配收入的不断提高、城市化进程的迅猛推进、居民健身意识的增强以及运动消费的日益时尚化、品牌化,保证了运动服零售业拥有广阔且日益扩大的消费群体。

智研咨询发布的《2016-2022年中国运动服装市场深度调查与市场分析预测报告》共九章。首先介绍了运动服装相关概念及发展环境,接着分析了中国运动服装规模及消费需求,然后对中国运动服装市场运行态势进行了重点分析,最后分析了中国运动服装面临的机遇及发展前景。您若想对中国运动服装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 行业发展分析

第一章 运动服装 行业概述 1

第一节 运动服装 的定义及分类 1

一、运动服装 的概念 1

二、运动服装 的分类 1

第二节 运动服装 市场的特性 2

一、运动服装 行业的定义 2

二、运动服装 业建立行业标准 2

三、运动服装 行业的特性 4

第二章 运动服装 行业发展现状 5

第一节 中国运动服装 行业发展现状 5

- 一、2016年全国运动服行业发展分析 5
- 二、体育用品库存压力大 行业进入休整期 15
- 三、转型电子商务成为品牌建设重要渠道 15
- 四、2016年全国运动服行业发展分析 16
- 五、普通运动鞋实施新标准 17
- 六、老年运动服装 市场前景分析 18
- 第二节 中国运动服装 市场发展分析 19
 - 一、2016年运动服装 市场分析 19
 - 二、运动服企遭遇关店潮 22
 - 三、运动服装 产品开始步入快时尚市场 24
 - 四、我国运动服装 品牌闪耀伦敦现状调查 25
- 第三节 2016年本土运动品牌的发展情况 27
 - 一、2016年本土运动品牌的困扰 27
 - 二、本土运动品牌的发展现状 29
 - 三、本土运动品牌的消费情况 31
 - 四、本土运动品牌的发展策略 32
 - 五、2016年本土运动品牌国际化的不归路 33
- 第四节 2016年运动品牌进入童装市场分析 36
 - 一、运动品牌纷纷进入童装市场 36
 - 二、运动品牌借童装寻找新的利润增长点 37
 - 三、体育用品延伸至儿童用品市场将成为发展方向 39

- 第三章 关联行业发展情况分析 40
 - 第一节 体育产业发展分析 40
 - 一、2016年体育产业发展现状分析 40
 - 二、2016年体育用品业发展现状分析 42
 - 三、2016年户外用品行业成体育市场新宠 44
 - 四、《“十三五”公共体育设施建设规划》 47
 - 五、中国体育用品行业面临五大发展僵局 48
 - 六、2016年体育用品制造主要经济指标分析 51
 - 七、我国体育用品市场发展对策分析 52
 - 八、2016年中国体育用品行业发展趋势 54

九、体育事业发展“十三五”规划	55
第二节 服装行业发展分析	72
一、2016年服装行业运行情况	72
二、2016年服装行业运行情况	75
三、2016年服装行业发展分析	80
四、2012-2016年服装产品生产情况	81
五、2016年纺织服装制造主要经济指标分析	83
六、2016年纺织服装出口情况	84
七、2016年服装行业面临的成本压力	90
八、2016年服装行业出口形势	97
九、服装行业将触底缓慢回升	97
十、我国部分纺织服装原料关税下调	98
第三节 缝制设备行业发展分析	98
一、2016年缝制机械行业运行分析	98
二、2016年纺织机械经济分析	100
三、2016年缝制机械行业形势分析	101
四、缝制机械16项行业标准颁布	103
五、“十三五”缝制机械行业发展预测	103
第四节 服装面料行业发展分析	107
一、服装面料的特性	108
二、我国服装面料市场中存在的问题	108
三、我国服装面料行业发展的方向	109
四、2016年中国国际服装面料时尚秀驱动产业升级	111
五、2016年开发新型面料成服装行业趋势	113
六、2016年传统服装面料行业在冲击中寻求转变	114
七、2016年纺织服装新型光变色材料受欢迎	116
八、2016年服装面料印染企业走绿色环保路	117
九、2016年春夏中国纺织面料流行趋势	118
第五节 户外运动用品行业发展分析	119
一、2016年中国户外用品市场销售额	119
二、2016年户外用品市场增长速度加快	121
三、中国户外用品市场品牌发展状况	122

- 四、装备配件类增速加快 131
- 五、中国户外用品市场面临发展机遇 132
- 六、中国户外市场整体呈现蓬勃发展的态势 133
- 七、中国户外用品市场发展不平衡 133
- 八、2016-2022年中国户外用品销售额预测 133
- 九、户外休闲成为运动服装 新机遇 138

第二部分 行业竞争格局分析

第四章 运动服装 市场竞争分析 140

第一节 2016年我国运动服装 市场竞争分析 140

- 一、2015年我国运动服装 市场竞争格局 140
- 二、2016年我国运动服装 市场竞争格局 140
- 三、我国运动服行业竞争趋势 146
- 四、设计将成未来突破口 147

第二节 2016年运动服装 企业竞争格局 147

- 一、2016年运动服装 企业的库存压力分析 147
- 二、2016年中国运动服市场中外企业竞争分析 150
- 三、2016年国际运动服装 中国市场竞争分析 154
- 四、2016年本土运动装企业市场竞争分析 156
- 五、2016年运动品牌加快门店形象升级 159

第五章 国际知名运动服装 品牌分析 161

第一节 耐克体育用品有限公司 (nike) 161

- 一、公司概况 161
- 二、耐克制胜之道解析 163
- 三、耐克的成功对国内品牌服饰企业的启示 168
- 四、2016年公司经营情况分析 170

第二节 阿迪达斯公司 (adidas) 176

- 一、公司概况 176
- 二、2016年公司经营状况 176
- 三、阿迪达斯拟2016年向中国中小城市扩张 177

第三节 彪马公司 (puma) 177

一、公司概况 177

二、2016年公司经营情况分析 178

第四节 背靠背 (kappa) 179

一、公司概况 179

二、2016年经营状况 179

三、kappa电子商务营销模式 180

第六章 中国优势运动服装企业分析 183

第一节 李宁有限公司 183

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第二节 安踏体育 195

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第三节 特步国际 200

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第四节 中国动向 204

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第五节 361度有限公司 209

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第六节 匹克体育 213

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第七节 美克国际 218

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第三部分 行业发展趋势预测

第七章 2016-2022年运动服装市场发展趋势预测 224

第一节 2016-2022年我国运动服装 市场展望 224

- 一、运动服装 面料的趋势 224
- 二、运动服装 的功能性趋势分析 226
- 三、中国运动服饰的发展方向 227

第二节 2016-2022年运动服装 发展趋势分析 231

- 一、2016年运动服生命周期 231
- 二、2016年秋冬运动服流行趋势 233
- 三、2016年运动服装 流行色及流行趋势 234
- 四、2016-2022年全球运动服装 市场预测 235

第四部分 行业发展战略探讨

第八章 2016-2022年运动服装发展战略探讨 237

第一节 运动服装 消费者市场 237

- 一、学生购买运动服装 的消费行为 237
- 二、我国体育消费现状的研究与分析 238
- 三、我国知识女性体育消费情况分析 241
- 四、高校学生体育消费特征分析 244

第二节 运动服饰告别疯狂扩张战略分析 248

- 一、减速 248
- 二、收缩 248
- 三、去库存 249
- 四、新的领域 249

第三节 2016年启动品牌化营销新战略 250

- 一、瓶颈之下，力求改变 250
- 二、大卖场成新营销模式 252

三、启动新战略 253

第四节 国内运动品牌提升策略 255

一、运动品牌需提升店效 255

二、差异化发展 255

三、新营销策略 256

第九章 2016-2022年运动服装销售及营销策略探讨 257(ZY WZY)

第一节 中国运动服装的营销方式 257

一、大型商场百货公司 257

二、普通商场服装店 257

三、户外运动服装专卖店 257

四、商场、超市及连锁店 258

五、批发市场 258

六、邮购 258

七、网上销售 258

第二节 2016年中国运动服装品牌渠道存在的问题 262

一、李宁渠道模式分析 263

二、安踏渠道模式分析 264

三、晋江模式分析 265

四、晋江模式的罪与罚 270

第三节 全面剖析体育用品品牌化营销新战略 279

一、中国体育用品市场的发展现状 279

二、我国体育用品企业营销存在的问题 281

三、我国体育用品品牌化市场营销战略分析 282

图表目录：

图表：2006-2016年主要运动服装企业的开店数目 5

图表：2008-2016年主要运动服装企业的同店销售增长 6

图表：2006-2016年主要运动服装企业销售及净利润同比增长情况 6

图表：2016年主要运动服装上市的店铺数目排序 7

图表：2016年主要运动服装公司的销售和单店销售 8

图表：2006-2016年主要运动服装企业的经营费用占比 9

图表：2006-2016年主要运动服装 主要费用的销售占比情况 9

图表：1994-2016年国内体育用品企业与国际体育用品企业的利润率情况比较 10

图表：主要运动服装 库存严重过剩导致零售终端销售恶性循环 11

图表：2005-2016年主要运动服装 企业的库存周转天数 11

图表：2005-2016年主要运动服装 企业的应收账款周转天数 12

图表：李宁2015年底的应收账款的账龄情况 13

图表：中国动向2015年底的应收账款的账龄情况 13

图表：2016年主要运动服装 公司重点财务指标 14

图表：2016年1-6月体育用品制造业主要经济指标统计 51

图表：2006-2016年国内服装产量及增速走势 72

图表：2016年纺织品服装需求情况 73

图表：2009-2016年6月国内服装价格走势 74

图表：2008-2016年6月社会消费品零售总额累计同比（%） 76

图表：2008-2016年6月服装鞋帽针纺织品类零售总额累计同比(%) 76

图表：2008-2016年6月服装类零售总额累计同比（%） 77

图表：2011-2016年6月百家大型零售企业及服装类零售额月增速（%） 77

图表：2011-2016年6月百家大型零售企业零售额月增速（%） 78

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/44104393A5.html>