

# 2014-2020年中国运动服装 市场前景研究与行业运营态势报告

## 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

《2014-2020年中国运动服装市场前景研究与行业运营态势报告》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/441043BPP5.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

### 第一部分行业发展现状

第一章 2013-2014年运动服装产业发展分析	1
第一节运动服装概念、分类及历史沿革	1
一、简介	1
二、分类	1
三、种类	3
四、兴起与发展	5
第二节全球运动服装产业发展综述	6
一、全球运动服装市场规模分析	6
二、全球主要运动服装品牌介绍	7
三、国外高性能运动服装的发展	11
四、全球运动服装市场前景及趋势	16
第三节全球主要国家运动服装产业发展状况	18
一、美国运动服饰市场销售分析	18
二、德国运动服装市场销售情况	20
三、韩国运动服装市场发展状况	21
四、日本运动服装企业的业务重点	21
第四节中国运动服装产业发展综述	24
一、中国运动服装发展现状	24
二、中国运动服装行业发展规模分析	27
三、中国运动服装产业立足标准化发展	28
四、中国运动服行业的品牌政策	29
五、中国运动服装行业面临转型	31
六、时装化逐渐融入运动服装设计中	32
第五节中国运动服装行业发展面临的问题及对策	37
一、中国运动服装产业结构存在的问题	37
二、制约中国本土运动品牌发展的瓶颈	39
三、提升中国运动服装行业竞争力的对策	41
四、中国本土运动服装品牌的塑造策略	46
五、中国运动服装企业快速发展的建议	48

第二章 2013-2014年中国运动服装市场分析	51
第一节 中国运动服装市场发展现状	51
一、中国运动服装市场规模情况	51
二、2013年中国运动服装市场发展状况	52
三、2013年中国运动服装品牌发展状况	56
四、2014年中国运动服装品牌运营状况	57
五、中国运动服装市场规模制胜时代结束	59
六、运动服装产品的时尚化发展动向	60
第二节 2013-2014年中国运动服装市场销售格局	62
一、2013年中国运动服装市场销售状况	62
二、2013年中国运动服装市场品牌格局	63
三、2014年中国运动服装市场品牌格局	66
第三节 2012-2014年中国运动服装网络用户关注格局	68
一、2013年中国运动服装市场用户关注状况	68
二、2013年中国运动服装市场用户关注状况	71
第四节 中国运动服装出口状况分析	72
一、近几年中国运动服的出口情况	72
二、中国运动服出口海外市场分析	72
三、主要地区运动服出口分析	74
第五节 户外运动服装市场发展分析	74
一、中国户外运动用品市场趋热	74
二、户外运动服装面料的若干特征	78
三、2013年中国户外运动用品市场销售情况	82
四、2013年中国户外运动用品市场发展分析	83
五、2014年中国户外运动用品市场发展分析	84
六、户外运动品牌在中国市场的竞争格局	86
七、中国户外运动服装的主要销售渠道	88
第六节 儿童运动服装市场发展分析	90
一、童装市场成为运动品牌新目标	90
二、中国童装运动品牌的发展状况	92
三、中国童装运动品牌的竞争态势	93

四、运动品牌进军童装市场的策略分析 95

五、运动品牌进军童装市场需找准定位 95

### 第三章 2013-2014年运动服装营销探讨 98

#### 第一节运动服装营销模式及渠道分析 98

一、体育赞助 98

二、时尚营销 99

三、迅速推新 104

四、明星效应 105

五、网络营销 105

六、销售方式与销售渠道简析 108

#### 第二节运动服装主要营销策略分析 110

一、运动服装产品的定位及营销策略简述 110

二、三级市场凭借价格营销取得良好发展 112

三、运动服装品牌草根营销风头正健 112

四、运动服装品牌的营销动向分析 113

五、中国运动品牌营销的问题及对策 114

#### 第三节中国运动品牌体育营销组合策略探讨 118

一、产品策略 118

二、价格策略 118

三、体育促销策略 119

四、体育营销分销渠道选择策略 120

#### 第四节运动服装“纵向切割”营销模式分析 121

一、运动服装“横向切割”发展之路 121

二、“横向切割”模式的弊端分析 121

三、实施“纵向切割”实现品牌突围 122

#### 第五节主要国际运动服装品牌营销模式分析 125

一、阿迪达斯 125

二、彪马 128

三、Kappa 129

四、美津浓 130

#### 第六节国内主要运动服装品牌营销策略解析 133

一、李宁	133
二、安踏	134
三、匹克	135
四、361度	137
五、特步	138

## 第二部分市场竞争分析

第四章 2013-2014年运动服装行业竞争分析	153
第一节中国体育用品国际竞争力分析	153
一、中国体育用品行业的发展状况	153
二、中国体育用品国际竞争力状况剖析	154
三、影响中国体育用品产业国际竞争力的因素	155
四、提升中国体育用品产业国际竞争力的战略	157
第二节中国运动服装市场竞争状况分析	160
一、国际运动服装品牌竞争优势显著	160
二、国内外运动服装品牌对比分析	160
三、运动服装品牌细分市场竞争激烈	161
四、国内外运动服装品牌竞争新动向	161
五、中国运动服装线上市场竞争加剧	179
第三节中国运动服装行业的竞争格局	181
一、进入退出壁垒	181
二、潜在进入者	182
三、替代产品	183
四、下游议价能力	183
五、上游议价能力	183
第四节主要运动服装品牌对比竞争状况	184
一、耐克与阿迪达斯在女性市场的竞争	184
二、阿迪达斯与彪马竞争状况分析	185
三、李宁与安踏财务竞争力的比拼	192
四、李宁与探路者竞争状况分析	193
五、本土主要运动品牌零售网点比较	195
第五节运动服装企业供应链竞争力分析及提升对策	198

一、运动服装企业供应链的特性分析	198
二、运动服装企业供应链比较研究的指标选取	199
三、耐克与李宁供应链定性比较分析	200
四、耐克与李宁供应链定量比较分析	203
五、提升企业供应链竞争力的启示与建议	205
第五章 2013-2014年主要国际运动服装企业	207
第一节 耐克	207
一、公司简介	207
二、2013年财年耐克经营状况	207
三、2014年耐克经营状况	208
四、未来几年耐克公司的发展战略与目标	209
五、移动互联网时代耐克的新变革分析	210
第二节 阿迪达斯	211
一、公司简介	211
二、2013年阿迪达斯经营状况	211
三、2013年阿迪达斯经营状况	212
四、2014年第一季度阿迪达斯经营状况	213
五、阿迪达斯在中国的成功经验解析	214
六、阿迪达斯零售终端布局策略分析	215
第三节 彪马	216
一、公司简介	216
二、2013年第一季度彪马经营状况	217
三、彪马集团全新营销战略解读	218
第四节 日本美津浓株式会社	218
一、公司简介	218
二、2014年美津浓经营状况	218
三、美津浓的发展策略与目标分析	219
第五节 卡帕	220
一、公司简介	220
二、Kappa进入中国市场的发展历程	221
三、Kappa赢取市场的成功经验	222

四、Kappa中国电商渠道的发展剖析	224
五、近年Kappa中国市场运营状况分析	224
第六章 2013-2014年中国主要运动服装企业分析	226
第一节 李宁体育用品有限公司	226
一、公司简介	226
二、模式体系	226
三、发展简史	226
四、2010年李宁经营状况分析	230
五、2013年李宁经营状况分析	230
六、2013年李宁经营状况分析	231
七、2014年李宁经营状况分析	231
八、李宁进军美国体育用品市场的策略	231
第二节 安踏体育用品有限公司	233
一、公司简介	233
二、2013年1-12月安踏经营状况分析	233
三、安踏发展战略	234
四、安踏开始向全产业链延伸	234
第三节 三六一度国际有限公司	235
一、企业简介	235
二、2013年361度国际有限公司经营状况分析	236
三、361度财务指标状况分析	237
四、361度的品牌形象塑造策略解读	238
五、361度门店分布格局与业绩分析	239
第四节 特步(中国)有限公司	239
一、公司简介	239
二、2010年1-12月特步国际经营状况分析	240
三、2013年1-12月特步门店经营状况分析	241
四、特步电商销售渠道的发展态势	241
第五节 福建泉州匹克(集团)公司	245
一、公司简介	245
二、匹克体育主要产品	245



三、2012-2014年匹克体育经营状况分析 246

四、匹克积极推进国际化发展战略 247

五、匹克电商差异化定价策略分析 247

### 第三部分行业发展前景

第七章中国运动服装未来发展前景及趋势展望 249

第一节体育用品发展趋势及前景 249

一、中国体育用品市场发展形势展望 249

二、中国体育用品市场发展空间大 258

三、体育用品网购趋势分析 261

第二节运动服装发展前景与趋势分析 262

一、中国宏观经济分析 262

1、中国GDP分析 262

2、全社会固定资产投资分析 271

3、消费价格指数分析 277

4、城乡居民收入分析 278

5、社会消费品零售总额 282

6、进出口总额及增长率分析 284

7、2013年全国进出口数据 286

二、中国运动服装发展前景广阔 286

三、运动服装的未来发展方向浅析 287

四、高性能运动服装发展的三大趋势 294

五、2014-2020年中国运动服装行业预测分析 303

### 图表目录

图表：2012-2014年全球运动与健身服装市场规模 6

图表：2012-2014年德国运动服装营业收入 20

图表：2012-2014年中国运动服装市场规模 51

图表：2010-2013年中国运动服装市场销售额 62

图表：2013年中国运动服装市场品牌排名前五 64

图表：2013年品牌市场占有率 64

图表：2014年上半年中国运动服装市场热销品牌 66

图表：2013年中国运动服装市场用户关注前十	69
图表：2013年中国运动服装品牌日均搜索前5	69
图表：2013年中国运动服装国际品牌用户关注前八	70
图表：2013年中国运动服装本土品牌用户关注前八	70
图表：2013年中国运动服装行业上搜索指数	71
图表：2013年中国运动服装行业搜索词排名	71
图表：2009-2014年上半年中国运动服、滑雪服及游泳服出口金额	72
图表：国外运动服装品牌“纵向切割”策略图	123
图表：国内运动服装品牌“纵向切割”策略图	123
图表：运动服装“纵向切割”手法案例	124
图表：主要竞争对手情况一览表	143
图表：执行计划一览表	151
图表：经费预算一览表	152
图表：2012-2014年纺织服装、服饰业企业单位数	162
图表：2012-2014年服饰制造企业数	162
图表：2013年华北地区纺织服装、服饰业企业数量	163
图表：2013年东北地区纺织服装、服饰业企业数量	163
图表：2013年华东地区纺织服装、服饰业企业数量	164
图表：2013年华中地区纺织服装、服饰业企业数量	164
图表：2013年华南地区纺织服装、服饰业企业数量	164
图表：2013年西南地区纺织服装、服饰业企业数量	165
图表：2013年西北地区纺织服装、服饰业企业数量	165
图表：2012-2014年纺织服装、服饰业主营业务收入	166
图表：2012-2014年服饰制造主营业务收入	166
图表：2013年华北地区纺织服装、服饰业主营业务收入	167
图表：2013年东北地区纺织服装、服饰业主营业务收入	167
图表：2013年华东地区纺织服装、服饰业主营业务收入	168
图表：2013年华中地区纺织服装、服饰业主营业务收入	168
图表：2013年华南地区纺织服装、服饰业主营业务收入	169
图表：2013年西南地区纺织服装、服饰业主营业务收入	169
图表：2013年西北地区纺织服装、服饰业主营业务收入	169
图表：2012-2014年纺织服装、服饰业主营业务成本	170

图表：2012-2014年服饰制造主营业务成本	170
图表：2012-2014年纺织服装、服饰业利润总额	171
图表：2012-2014年服饰制造利润总额	171
图表：2013年华北地区纺织服装、服饰业利润总额	172
图表：2013年东北地区纺织服装、服饰业利润总额	172
图表：2013年华东地区纺织服装、服饰业利润总额	172
图表：2013年华中地区纺织服装、服饰业利润总额	173
图表：2013年华南地区纺织服装、服饰业利润总额	173
图表：2013年西南地区纺织服装、服饰业利润总额	173
图表：2013年西北地区纺织服装、服饰业利润总额	174
图表：2012-2014年纺织服装、服饰业销售费用	174
图表：2012-2014年服饰制造销售费用	175
图表：2012-2014年纺织服装、服饰业管理费用	175
图表：2012-2014年服饰制造管理费用	176
图表：2012-2014年纺织服装、服饰业财务费用	176
图表：2012-2014年服饰制造财务费用	176
图表：2013年李宁经营情况	194
图表：耐克和李宁的金字塔	198
图表：基于微笑曲线的物流与供应链分析	199
图表：费舍尔的供应链匹配模型	199
图表：耐克与李宁公司供应链定性比较	202
图表：耐克和李宁公司的资产收益率比较	203
图表：耐克和李宁公司的库存周转率比较	203
图表：耐克和李宁公司的收入增长率比较	204
图表：2014年Q3-Q4耐克公司总收入	208
图表：2014年Q3-Q4耐克公司毛利总额	208
图表：2014年Q3-Q4耐克公司净利润	208
图表：2014年Q3-Q4耐克公司流动资产总额	208
图表：2014年Q3-Q4耐克公司资产总额	209
图表：2014年Q3-Q4耐克公司流动负债总额	209
图表：2014年Q3-Q4耐克公司负债总额	209
图表：彪马产品新旧对比分析	217

图表 ; 2012年李宁有限公司收入	230
图表 ; 2013年李宁有限公司收入	230
图表 ; 2013年李宁有限公司收入	231
图表 ; 2014年李宁有限公司收入	231
图表 : 安踏体育用品有限公司	233
图表 : 2009-2014年361度国际有限公司财务指标一览	237
图表 : 361度国际有限公司财务数据分析	238
图表 : 特步 ( 中国 ) 有限公司简介	240
图表 : 2006-2013年中国国内生产总值 ( GDP ) 总体走势	262
图表 : 2006-2013年中国国内生产总值季度分析 ( 1 )	263
图表 : 2006-2013年中国国内生产总值季度分析 ( 2 )	263
图表 : 2006-2013年中国国内生产总值季度分析 ( 3 )	263
图表 : 2006-2012中国国内生产总值季度分析 ( 4 )	263
图表 : 2006-2013年中国国内生产总值季度分析 ( 5 )	263
图表 : 2006-2013年中国国内生产总值季度分析 ( 6 )	264
图表 : 2006-2013年中国国内生产总值季度分析 ( 7 )	264
图表 : 2006-2013年中国国内生产总值季度分析 ( 8 )	264
图表 : 2006-2013年中国国内生产总值季度分析 ( 9 )	264
图表 : 经济增长处于复苏期的调整阶段	265
图表 : 2013年一季度GDP同比增速大幅下滑	265
图表 : 2013年一季度GDP环比增速继续下滑	266
图表 : 2014年上半年消费增速不断下滑	267
图表 : 2014年上半年固定资产投资增速持续下滑	267
图表 : 2014年上半年出口增速底部徘徊	268
图表 : 2013年工业增速大幅下滑	269
图表 : 2013年12月汇丰PMI创新低反映中小企业经营状况恶化	269
图表 : 2013年12月形成CPI低点概率大	270
图表 : 2014年上半年CPI涨幅总体趋向回落	271
图表 : 2003-2013年全社会固定资产投资情况	272
图表 : 2008-2013年中国居民消费价格指数 ( CPI ) 总体走势	277
图表 : 2012-2014年全国、城市、农村月CPI ( 1 )	277
图表 : 2012-2014年全国、城市、农村月CPI ( 2 )	277

图表：2012-2014年全国、城市、农村月CPI（3）	277
图表：2012-2014年全国、城市、农村月CPI（4）	277
图表：2012-2014年全国、城市、农村月CPI（5）	278
图表：2012-2014年全国、城市、农村月CPI（6）	278
图表：2012-2014年全国、城市、农村月CPI（7）	278
图表：2012-2014年全国、城市、农村月CPI（8）	278
图表：2013年城乡居民人均收入平均数与中位数比较情况	281
图表：2013年农村居民人均纯收入构成	281
图表：2013年城镇居民人均总收入构成	281
图表：历年城乡居民人均收入及人均国内生产总值实际增长率	282
图表：历年城乡居民收入差距	282
图表：2008-2013年中国社会消费品零售总额总体走势	282
图表：2012-2014年中国社会消费品零售总额分析（1）	283
图表：2012-2014年中国社会消费品零售总额分析（2）	283
图表：2012-2014年中国社会消费品零售总额分析（3）	283
图表：2012-2014年中国社会消费品零售总额分析（4）	283
图表：2012-2014年中国社会消费品零售总额分析（5）	283
图表：2012-2014年中国社会消费品零售总额分析（6）	283
图表：2012-2014年中国社会消费品零售总额分析（7）	284
图表：2008-2013年中国中国海关进出口增减总体走势	284
图表：2012-2014年中国中国海关进出口增减（1）	284
图表：2012-2014年中国中国海关进出口增减（2）	284
图表：2012-2014年中国中国海关进出口增减（3）	285
图表：2012-2014年中国中国海关进出口增减（4）	285
图表：2012-2014年中国中国海关进出口增减（5）	285
图表：2012-2014年中国中国海关进出口增减（6）	285
图表：2012-2014年中国中国海关进出口增减（7）	285
图表：2012-2014年中国中国海关进出口增减（8）	286
图表：全国进出口简要情况表	286
略.....	

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/441043BPP5.html>