

2017-2022年中国运动服饰 市场深度研究与投资战略报告

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年中国运动服饰市场深度研究与投资战略报告》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/338477WHYJ.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

报告目录：

第一章运动服饰行业的相关概述13

1.1运动服装的概述13

1.1.1运动服装的概念13

1.1.2运动服装的分类14

1.1.3运动服饰的演变15

1.2运动鞋的概述17

1.2.1运动鞋的概述17

1.2.2运动鞋的种类18

1.2.3运动鞋技术发展趋势19

1.3运动服装行业概况19

1.3.1运动服饰行业界定19

1.3.2运动服饰行业特点20

1.3.3行业经营模式分析23

1.3.4运动服饰产业链分析23

第二章2012-2016年中国运动服饰行业发展环境分析24

2.1宏观经济环境24

2.1.12016年中国宏观经济总体运行情况24

2.1.2中国积极应对金融危机促进经济增长31

2.1.32016年上半年中国经济运行情况分析38

2.1.42016年下半年中国经济总体发展形势41

2.2政策法规环境44

2.2.1运动服饰行业的监管体制44

2.2.2运动服饰行业主要法律法规44

2.2.3运动服饰行业发展相关政策47

2.3产业发展环境48

2.3.12016年中国服装行业发展概况48

2.3.22016年中国服装消费市场状况54

2.3.32016年下半年服装行业经济运行分析56

2.3.4	2016年下半年国内服装销售市场情况	60
2.4	市场环境分析	61
2.4.1	2016年中国的城市人口与城市化进程	61
2.4.2	2016年居民家庭人均可支配收入状况	63
2.4.3	2016年居民衣着服装类消费支出情况	63
2.4.4	中国零售市场可持续增长主要推动力	65

第三章2012-2016年中国运动服装市场状况66

3.1	2016年中国运动服饰市场分析	66
3.1.1	2016年中国运动服饰市场规模分析	66
3.1.2	2016年中国运动服饰市场产品结构	68
3.1.3	中国运动服饰行业增长推动力分析	69
3.2	中国运动服饰品牌竞争分析	69
3.2.1	2016年中国运动服饰品牌竞争格局	69
3.2.2	2016年中外运动服饰品牌市场份额	71
3.2.3	国内运动服饰与国际品牌差距分析	72
3.3	中国运动服装产业概述	73
3.3.1	中国运动服装产业发展现状	73
3.3.2	中国运动服装企业构成情况	73
3.3.3	中国运动服装产业分布状况	74
3.4	中国运动服装市场状况	75
3.4.1	运动服装市场的需求多样化	75
3.4.2	运动服装层次需求与影响因素	76
3.4.3	青少年运动服装消费增长迅速	76
3.4.4	女性运动服装消费增长不容忽视	77
3.4.5	中国运动服装市场的发展对策	78
3.5	中国运动服装消费者分析	79
3.5.1	运动服装行业主要消费群体情况	79
3.5.2	影响消费者购买运动服装的因素	80
3.5.3	消费者购买运动服装的偏好分析	82
3.5.4	消费者购买运动服装的渠道分析	83

第四章2012-2016年中国运动鞋市场分析	85
4.1中国运动鞋产业规模分析	85
4.1.1中国运动鞋产业发展概况	85
4.1.2中国运动鞋企业构成情况	86
4.1.3中国运动鞋行业地区分布	87
4.1.4中国运动鞋行业规模统计	90
4.22012-2016年运动鞋产业发展分析	91
4.2.12016年中国品牌运动鞋成绩飘红	91
4.2.22016年中国运动鞋产业困境分析	92
4.2.32016年中国运动鞋产业呈现回暖	92
4.2.42016年一线运动鞋企业订单情况	93
4.32012-2016年晋江运动鞋产业分析	94
4.3.12016年晋江运动鞋产业发展概况	94
4.3.22016年晋江运动鞋企开拓国内市场	95
4.3.32016年晋江运动鞋企渠道竞争分析	97
4.3.42016年晋江运动鞋企掀海外上市潮	100
4.4中国运动鞋市场竞争分析	102
4.4.1中国运动鞋市场竞争现状	102
4.4.2运动鞋企业夺战高端资源争	104
4.4.3品牌运动鞋业竞争迈进童鞋市场	108
4.4.4国内运动鞋品牌进军农村市场	109
4.52016年中国运动鞋企营销策略分析	109
4.5.1中国运动鞋体育营销策略分析	109
4.5.2中国品牌运动鞋定位营销分析	114
4.5.3品牌运动鞋企业试水营销新模式	117
4.5.42016年运动鞋企的营销策略	118
4.6运动鞋行业发展问题与对策	121
4.6.1国产运动鞋品牌面对的四大僵局	121
4.6.2中国运动鞋产业与国外的差距	123
4.6.32016年中国运动鞋企发展策略	124
4.6.4对国内运动鞋行业的发展建议	125

第五章2012-2016年中国运动服饰网购分析126

5.1服装网购概述126

5.1.1服装网购的定义126

5.1.2服装网购网站的分类126

5.1.3服装网购的优势概述127

5.22016年中国服装网购分析128

5.2.12016年中国网民与网购规模分析128

5.2.22016年中国服装网购市场规模分析131

5.2.32016年中国服装网购消费群体分析133

5.2.4中国服装网络零售现状与趋势分析135

5.2.5中国服装网购行业成长空间巨大138

5.32016年中国运动服饰网购分析139

5.3.12016年运动休闲服饰网购调查分析139

5.3.22016年运动服饰企业网络营销布局141

5.3.32016年361°网络营销燃渠道新火141

5.3.42016年李宁携手快钱拓展网上业务142

第六章2012-2016年国外运动服饰重点品牌运营分析143

6.1耐克Nike143

6.1.1耐克公司简介143

6.1.22012-2016年耐克公司经营情况分析144

6.1.32005-2016年耐克公司市场细分情况145

6.1.4耐克公司发展动态148

6.2阿迪达斯Adidas153

6.2.1阿迪达斯公司简介153

6.2.22016年阿迪达斯公司经营情况分析153

6.2.32016年阿迪达斯公司经营情况分析157

6.2.4阿迪达斯公司发展动态158

6.3彪马PUMA159

6.3.1彪马公司简介159

6.3.22016年彪马公司经营情况159

6.3.32016年彪马公司发展动态164

6.4美津浓Mizuno164

6.4.1日本美津浓株式会社简介164

6.4.22016年日本美津浓株式会社经营分析165

6.4.32016年日本美津浓株式会社发展动态170

第七章2012-2016年中国运动服饰品牌经营分析172

7.1李宁Li-Ning172

7.1.1李宁简介172

7.1.22016年公司经营情况分析173

7.1.32016年李宁发展最新动态178

7.2安踏ANTA179

7.2.1安踏简介179

7.2.22016年安踏经营情况分析179

7.2.32016年安踏发展最新动态183

7.3特步Xtep185

7.3.1特步简介185

7.3.22016年特步经营情况分析185

7.3.32016年特步发展战略分析193

7.4361°194

7.4.1361°简介194

7.4.22012-2016年361°经营情况分析194

7.4.32012-2016年361°发展最新动态198

7.5鸿星尔克ERKE199

7.5.1鸿星尔克简介199

7.5.22016年鸿星尔克经营情况分析199

7.5.32016年鸿星尔克发展最新动态203

7.6中国动向205

7.6.1中国动向简介205

7.6.22016年中国动向经营情况分析205

7.6.32016年中国动向发展最新动态209

第八章中国运动服饰企业发展策略分析211

- 8.1运动服饰企业营销策略分析211
 - 8.1.1运动服饰企业营销的战略转型211
 - 8.1.2运动服饰企业营销的发展趋势212
 - 8.1.3运动服饰企业营销战略和策略214
- 8.2运动服饰企业竞争策略分析216
 - 8.2.1领先者市场竞争策略216
 - 8.2.2挑战者市场竞争策略217
 - 8.2.3追随者市场竞争策略218
 - 8.2.4补缺者市场竞争策略219
- 8.3运动服饰企业资本市场的运作建议220
 - 8.3.1运动服饰企业的兼并及收购建议220
 - 8.3.2运动服饰企业的融资方式选择建议222
 - 8.3.3运动服饰企业海外资本市场的运作建议223

第九章2017-2022年中国运动服饰行业投资前景分析225(ZYWZY)

- 9.1中国运动服饰行业发展前景225
 - 9.1.1中国体育用品产业发展前景分析225
 - 9.1.2中国体育运动服饰市场前景广阔226
 - 9.1.3中国户外运动服饰产品前景分析226
- 9.22017-2022年运动服饰行业投资风险227
 - 9.2.1产业政策风险227
 - 9.2.2市场竞争风险227
 - 9.2.3行业经营风险228
 - 9.2.4成本上升风险229
- 9.32017-2022年运动服饰市场规模预测229
 - 9.3.12017-2022年中国运动服饰行业市场预测229
 - 9.3.22017-2022年中国运动服市场规模预测230
 - 9.3.32017-2022年中国运动鞋市场规模预测231

部分图表目录：

- 图表1国家统计局对中国运动服装产品的统计分类14
- 图表22009-2016年中国GDP增长趋势图24

图表32009-2016年中国工业增加值及其增长速度25
图表42016年1-8月中国规模以上工业企业利润及其增速25
图表52009-2016年中国固定资产投资及其增长速度26
图表62009-2016年中国社会消费品零售总额及其增速27
图表72009-2016年中国居民消费价格涨跌幅度27
图表82016年中国居民消费价格比上年涨跌幅度28
图表92016年中国货物进出口总额及其增长速度28
图表102009-2016年中国城乡居民人民币储蓄存款余额及其增速29
图表112009-2016年中国城镇居民人均纯收入及其增长速度30
图表122009-2016年中国农村居民人均纯收入及其增长速度30
图表132016年中国人口数及其构成31
图表142017-2022年中国各项主要经济指标预测41
图表15运动服装行业涉及的主要法律法规44
图表16运动服装行业外商投资涉及的主要法律法规46
图表172006-2016年中国服装产量统计49
图表182006-2016年中国服装产量增长趋势图49
图表192016年1-8月份服装生产前10名省市服装生产情况50
图表202016年全国重点大型零售企业服装市场销售统计表55
图表212016年1-8月中国规模以上企业服装产量情况56
图表222016年1-8月中国主要地区服装行业投资统计59
图表232016年1-8月中国服装出口主要地区统计59
图表242016年1-8月全国重点大型零售企业服装市场销售统计表60
图表252016年1-8月中国衣着服装消费价格指数61
图表262009-2016年中国人均国内生产总值增长情况62
图表272006-2016年中国城市人口数量增长趋势表62
图表282006-2016年中国城市化进程趋势图62
图表292009-2016年中国城镇家庭人均可支配收入统计63
图表302009-2016年中国城镇家庭人均可支配收入增长趋势图63

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/338477WHYJ.html>