

2017-2022年中国运动休闲 服饰市场全景调查与行业竞争对手分析报告

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年中国运动休闲服饰市场全景调查与行业竞争对手分析报告》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/l58532YYCS.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

2016年前三季度运动休闲类上市公司除贵人鸟收入小幅下滑（-1.68%），其余公司全部实现正增长，搜于特表现最为突出，收入增速达到202.08%，主要来自于供应链新业务的贡献，此外，森马服饰在改善终端渠道、加强品牌管理方面有较大成效，收入、净利实现稳健增长。若剔除搜于特影响，16年上半年运动休闲板块收入/净利润分别增长11.03%/19.75%，Q3分别增长10.65%/17.46%。

运动休闲业历年收入、净利润增长情况

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国运动休闲服饰市场全景调查与行业竞争对手分析报告》共二十一章。首先介绍了运动休闲服饰产业相关概念及发展环境，接着分析了中国运动休闲服饰行业规模及消费需求，然后对中国运动休闲服饰行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国运动休闲服饰行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国运动休闲服饰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：

第一章 运动服装行业概述 32

第一节 运动服装行业的界定 32

一、行业经济特性 32

二、主要细分行业 32

三、产业链结构分析 33

第二节 运动服装行业发展成熟度分析 33

一、行业发展周期分析 33

二、行业中外市场成熟度对比 35

三、行业及其主要子行业成熟度分析 35

第二章 2014-2016年中国休闲服行业发展环境解析 37

第一节 2014-2016年中国经济环境分析 37

一、中国gdp分析 37

2015年，我国国民经济稳定增长。初步核算，全年国内生产总值676708亿元，比上年增长6.9%。其中，第一产业增加值60863亿元，增长3.9%；第二产业增加值274278亿元，增长6.0%；第三产业增加值341567亿元，增长8.3%。第一产业增加值占国内生产总值的比重为9.0%，第二产业增加值比重为40.5%，第三产业增加值比重为50.5%，首次突破50%。2015年以来，面对错综复杂的国际形势和国内经济下行压力加大的困难局面，稳中求进成为2015年的工作总基调，中国进入以提高质量效益为中心，调整产业结构，深化改革开放的发展阶段。

2011-2016年中国国内生产总值及其增长速度

二、城乡家庭人均可支配收入 39

三、恩格尔系数 42

四、存利率变化 45

第二节 中国休闲服装市场现状分析 45

一、中国休闲服装市场总现状 45

运动休闲类企业的应收账款周转率有所下降，而存货周转率在13年后也开始逐渐下降，相对应的是经营性净现金流同样在近几年有所下滑。

2012-2016年运动休闲业历年应收账款、存货周转率（次）

2012-2016年运动休闲业平均经营净现金流（亿元）

二、休闲服装市场的规模与前景 46

三、休闲服装市场主要品牌分析 46

四、中国休闲服装市场特点分析 46

五、中国休闲服装供给区域分布格局 48

第三节 中国休闲服装市场存在的主要问题 49

一、跟风模仿，迷失自我 49

二、广告内涵苍白，品牌文化不对称 49

三、没有明确的沟通主题 50

四、品牌个性不鲜明 50

五、终端布阵与品牌统一 50

六、漠视消费者 51

七、品牌核心价值模糊 51

八、不懂媒体通路 52

第四节 2014-2016年中国休闲服消费者分析 53

一、消费者性别 53

二、消费者年龄 53

三、消费者职业 54

四、消费者收入 54

第五节 2014-2016年中国休闲服市场竞争态势分析 55

一、国内休闲服装品牌直面国际竞争 55

二、休闲服饰进入大卖场竞争时代 57

三、中国时尚休闲服饰步入高端竞争时代 61

第六节 2014-2016年中国休闲服行业提升竞争力策略分析 63

第三章 2014-2016年中国休闲服行业细分市场分析 67

第一节 大众休闲 67

一、大众休闲的特点和主要品牌 67

二、大众休闲品牌运营分析 68

第二节 运动休闲 70

一、运动休闲市场分析 70

二、运动休闲的特点和主要品牌 70

第三节 时尚休闲 71

一、时尚休闲的特点和主要品牌 71

二、时尚休闲服装品牌经营分析 73

第四节 户外休闲 75

一、户外休闲市场现状 75

二、户外休闲的特点和主要品牌 75

第五节 商务休闲 76

一、商务休闲市场概况 76

二、商务休闲的特点和主要品牌 76

第四章 2014-2016年中国休闲服行业重点企业竞争力分析 79

第一节 上海美特斯邦威服饰股份有限公司 79

一、企业基本概况 79

二、企业经营情况分析 80

第二节 东莞市东越服装有限公司（以纯） 84

一、企业基本情况 84

二、企业经营情况分析 85

第三节 森马集团有限公司 90

一、企业基本情况 90

二、企业经营情况分析 92

第四节 班尼路集团有限公司 96

一、企业基本情况 96

二、企业经营情况分析 97

第五节 浙江高邦服饰集团有限公司 103

一、企业基本情况 103

二、企业经营情况分析 104

第六节 广东李宁体育发展有限公司 110

一、企业基本情况 110

二、企业经营情况分析 111

第七节 海宁蒙努集团有限公司 116

一、企业基本情况 116

二、企业经营情况分析 117

第八节 太子龙控股集团有限公司 122

一、企业基本情况 122

二、企业经营情况分析 122

第九节 江苏波司登制衣有限公司 128

一、企业基本情况 128

二、企业经营情况分析 129

第十节 石狮市爱登堡制衣发展有限公司 135

一、企业基本情况 135

二、企业经营情况分析 136

第五章 我国运动服装行业发展现状 143

第一节 我国运动服装行业发展现状 143

一、我国运动服装行业发展现状 143

二、我国运动服装市场特点分析 144

| | |
|------------------------------|-----|
| 三、我国运动服装设计现状分析 | 146 |
| 第二节 全国运动服装市场分析 | 146 |
| 一、2016年全国运动服装市场规模分析 | 146 |
| 二、2016年全国运动服装市场变化趋势 | 146 |
| 第三节 运动服装市场需求分析 | 147 |
| 一、2016年运动服装市场销量分析 | 147 |
| 二、2016年运动服装市场销量预测 | 147 |
| 第四节 运动服装市场价格分析 | 147 |
| 一、运动服装市场价格影响因素 | 147 |
| 二、2016年运动服装市场价格走势 | 149 |
| 三、2014年运动服装市场价格走势 | 149 |
| 第五节 2014-2016年运动服装行业发展分析 | 150 |
| 一、2014-2016年运动服装业产销存运行分析 | 150 |
| 二、2014-2016年运动服装行业利润情况分析 | 150 |
| 三、2012-2016年运动服装行业发展周期分析 | 150 |
| 四、2017-2022年运动服装行业发展机遇分析 | 151 |
| 五、2017-2022年运动服装行业利润增速预测 | 151 |
| 第六节 对中国运动服装市场的分析及思考 | 152 |
| 一、运动服装市场特点 | 152 |
| 二、运动服装市场分析 | 152 |
| 三、运动服装市场变化的方向 | 154 |
| 四、中国运动服装产业发展的新思路 | 155 |
| 五、对中国运动服装行业发展的思考 | 156 |
| | |
| 第六章 运动服装行业经济运行分析 | 157 |
| 第一节 2014-2016年运动服装产量分析 | 157 |
| 一、2015年运动服装产量分析 | 157 |
| 二、2016年运动服装产量分析 | 157 |
| 第二节 2012-2016年运动服装行业主要经济指标分析 | 158 |
| 一、销售收入前十家企业分析 | 158 |
| 二、2015年运动服装行业主要经济指标分析 | 158 |
| 三、2016年运动服装行业主要经济指标分析 | 159 |

第三节 2014-2016年我国运动服装行业绩效分析 159

- 一、2014-2016年行业产销情况 159
- 二、2014-2016年行业规模情况 159
- 三、2014-2016年行业盈利能力 160
- 四、2014-2016年行业经营发展能力 161
- 五、2014-2016年行业偿债能力分析 161

第七章 中国运动服装消费市场分析 163

第一节 运动服装消费者市场细分 163

- 一、2016年我国人口细分与运动服装市场人口结构 163
- 二、年龄结构细分与运动服装市场消费结构 163
- 三、消费者利益细分市场与运动服装市场消费结构 163
- 四、地理位置细分市场与运动服装市场 164

第二节 体育消费者情况分析 164

- 一、我国体育消费现状的研究与分析 164
- 二、我国知识女性体育消费情况分析 168
- 三、高校学生体育消费特征分析 173

第三节 消费者购买偏好分析 177

- 一、品牌偏好分析 177
- 二、颜色偏好分析 177
- 三、商品价格分析 178
- 四、流行趋势分析 179

第八章 运动服装销售及营销分析 180

第一节 中国运动服装的营销方式 180

- 一、大型商场/百货公司 180
- 二、普通商场/服装店 180
- 三、户外运动服装专卖店 180
- 四、商场、超市及连锁店 181
- 五、批发市场 181
- 六、邮购 182
- 七、网上销售 182

第二节 后奥运时代运动服装品牌的营销策略 182

一、明星效应 182

二、赛事赞助 183

三、公益营销 185

四、制造焦点 187

五、危机处理 188

六、体育营销 189

七、事件整合 189

第三节 运动服品牌的差异化突围 191

一、产品突围 191

二、文化突围 192

三、推广突围 193

第九章 运动服装行业竞争格局分析 196

第一节 行业竞争结构分析 196

一、现有企业间竞争 196

二、潜在进入者分析 197

三、替代品威胁分析 198

四、供应商议价能力 198

五、客户议价能力 199

第二节 行业集中度分析 199

一、市场集中度分析 199

二、企业集中度分析 200

三、区域集中度分析 200

第三节 中国运动服装行业竞争格局综述 200

一、2016年运动服装行业集中度 200

二、2016年运动服装行业竞争程度 200

三、2016年运动服装企业与品牌数量 201

四、2016年运动服装行业竞争格局分析 201

第四节 2014-2016年运动服装行业竞争格局分析 204

一、2014-2016年国内外运动服装竞争分析 204

二、2014-2016年我国运动服装市场竞争分析 204

- 三、2014-2016年我国运动服装市场集中度分析 204
- 四、2017-2022年国内主要运动服装企业动向 205
- 五、2016年国内运动服装拟在建项目分析 205

第十章 运动服装企业竞争策略分析 207

第一节 运动服装市场竞争策略分析 207

- 一、2016年运动服装市场增长潜力分析 207
- 二、2016年运动服装主要潜力品种分析 207
- 三、现有运动服装产品竞争策略分析 207
- 四、潜力运动服装品种竞争策略选择 208

五、典型企业产品竞争策略分析 209

第二节 运动服装企业竞争策略分析 209

- 一、金融危机对运动服装行业竞争格局的影响 209
- 二、金融危机后运动服装行业竞争格局的变化 210
- 三、2017-2022年我国运动服装市场竞争趋势 210
- 四、2017-2022年运动服装行业竞争格局展望 211
- 五、2017-2022年运动服装行业竞争策略分析 211
- 六、2017-2022年运动服装企业竞争策略分析 212

第三节 背靠背 (kappa) 215

- 一、企业概况 215
- 二、竞争优势分析 215
- 三、2014-2016年经营状况 217
- 四、2017-2022年发展战略 217

第十一章 运动服装行业发展趋势分析 219

第一节 我国运动服装行业前景与机遇分析 219

- 一、我国运动服装行业发展前景 219
- 二、我国运动服装发展机遇分析 220
- 三、2016年运动服装的发展机遇分析 220
- 四、金融危机对运动服装的影响分析 221

第二节 2017-2022年中国运动服装市场趋势分析 221

- 一、2017-2022年运动服装市场趋势总结 221

- 二、2017-2022年运动服装发展趋势分析 221
- 三、2017-2022年运动服装市场发展空间 221
- 四、2017-2022年运动服装产业政策趋向 222
- 五、2017-2022年运动服装技术革新趋势 223
- 六、2017-2022年运动服装价格走势分析 223
- 七、2017-2022年国际环境对行业的影响 223

第十二章 未来运动服装行业发展预测 225

第一节 未来运动服装需求与消费预测 225

- 一、2017-2022年运动服装产品消费预测 225
- 二、2017-2022年运动服装市场规模预测 225
- 三、2017-2022年运动服装行业总产值预测 226
- 四、2017-2022年运动服装行业销售收入预测 226
- 五、2017-2022年运动服装行业总资产预测 226

第二节 2017-2022年中国运动服装行业供需预测 227

- 一、2017-2022年中国运动服装供给预测 227
- 二、2017-2022年中国运动服装产量预测 227
- 三、2017-2022年中国运动服装需求预测 228
- 四、2017-2022年中国运动服装供需平衡预测 228
- 五、2017-2022年中国运动服装产品价格预测 229
- 六、2017-2022年主要运动服装产品进出口预测 229

第十三章 运动服装行业投资现状分析 230

第一节 2016年运动服行业投资情况分析 230

- 一、2016年总体投资及结构 230
- 二、2016年投资规模情况 230
- 三、2016年投资增速情况 231
- 四、2016年分行业投资分析 231
- 五、2016年分地区投资分析 231
- 六、2016年外商投资情况 232

第二节 2014年运动服行业投资情况分析 232

- 一、2014年总体投资及结构 232

- 二、2014年投资规模情况 233
- 三、2014年投资增速情况 233
- 四、2014年分行业投资分析 233
- 五、2014年分地区投资分析 233
- 六、2014年外商投资情况 234

第十四章 运动休闲服饰行业发展环境分析 235

第一节 2014-2016年中国运动休闲服饰行业发展政策环境分析 235

- 一、行业政策影响分析 235
- 二、相关行业标准分析 236

第二节 2014-2016年中国运动休闲服饰行业发展社会环境分析 236

- 一、居民消费水平分析 236
- 二、工业发展形势分析 249

第三节 中国运动休闲服饰行业产销情况分析 253

- 一、行业生产情况分析 253
- 二、行业销售情况分析 253
- 三、行业产销情况分析 254

第四节 中国运动休闲服饰行业财务能力分析 255

- 一、行业盈利能力分析与预测 255
- 二、行业偿债能力分析 255
- 三、行业营运能力分析 256
- 四、行业发展能力分析 257

第十五章 中国运动休闲服饰市场供需分析 259

第一节 运动休闲服饰市场现状分析及预测 259

- 一、2014-2016年我国运动休闲服饰行业总产值分析 259
- 二、2017-2022年我国运动休闲服饰行业总产值预测 259

第二节 运动休闲服饰产品产量分析及预测 260

- 一、2014-2016年我国运动休闲服饰产量分析 260
- 二、2017-2022年我国运动休闲服饰产量预测 260

第三节 运动休闲服饰市场需求分析及预测 261

- 一、2014-2016年我国运动休闲服饰市场需求分析 261

二、2017-2022年我国运动休闲服饰市场需求预测 261

第十六章 运动休闲服饰行业发展现状分析 262

第一节 中国运动休闲服饰行业发展分析 262

一、2014-2016年中国运动休闲服饰行业发展态势分析 262

二、2014-2016年中国运动休闲服饰行业发展特点分析 262

三、2014-2016年中国运动休闲服饰行业市场供需分析 263

第二节 中国运动休闲服饰产业特征与行业重要性 264

第三节 运动休闲服饰行业特性分析 265

第十七章 中国运动休闲服饰市场规模分析 266

第一节 2016年中国运动休闲服饰市场规模分析 266

第二节 2016年中国运动休闲服饰区域市场规模分析 266

一、2016年东北地区市场规模分析 266

二、2016年华北地区市场规模分析 266

三、2016年华东地区市场规模分析 266

四、2016年华中地区市场规模分析 267

五、2016年华南地区市场规模分析 267

六、2016年西部地区市场规模分析 267

第三节 2017-2022年中国运动休闲服饰市场规模预测 268

第十八章 运动休闲服饰及其主要上下游产品 269

第一节 运动休闲服饰上下游分析 269

一、与行业上下游之间的关联性 269

二、上游原材料供应形势分析 269

三、下游产品解析 270

第二节 运动休闲服饰行业产业链分析 270

一、行业上游影响及风险分析 270

二、行业下游风险分析及提示 270

三、关联行业风险分析及提示 271

第十九章 运动休闲服饰产品竞争力优势分析 272

第一节 整体产品竞争力评价 272

第二节 产品竞争力评价结果分析 273

第三节 竞争优势评价及构建建议 273

第二十章 运动休闲服饰行业市场竞争策略分析 278

第一节 行业竞争结构分析 278

一、现有企业间竞争 278

二、潜在进入者分析 279

三、替代品威胁分析 280

四、供应商议价能力 280

五、客户议价能力 281

第二节 行业国际竞争力比较 281

一、生产要素 281

二、需求条件 283

三、支援与相关产业 283

四、企业的战略、结构和竞争对手 284

五、政府的作用 285

第三节 运动休闲服饰企业竞争策略分析 285

一、提高运动休闲服饰企业核心竞争力的对策 285

二、影响运动休闲服饰企业核心竞争力的因素及提升途径 288

三、提高运动休闲服饰企业竞争力的策略 289

第二十一章 运动休闲服饰产业用户度分析 291 (ZY CW)

第一节 运动休闲服饰产业用户认知程度 291

第二节 运动休闲服饰产业用户关注因素 292

一、功能 292

二、质量 292

三、价格 293

四、外观 294

五、服务 294

图表目录：

图表 1 纺织服装行业产业链简要示意图 33

图表 2 2015年gdp初步核算数据 37

图表 3 2013-2015年gdp环比增长速度 37

图表 4 2015年gdp初步核算数据 38

图表 5 2015年gdp环比增长速度 38

图表 6 2013-2015年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 40

图表 7 2013-2015年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 40

图表 8 2013-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表 43

图表 9 2015年最新存利率 45

图表 10 中国休闲服消费者性别调查 53

图表 11 中国休闲服消费者职业调查 54

图表 12 中国休闲服消费者收入调查 54

图表 13 大众休闲服主要品牌 68

图表 14 运动休闲主要品牌 71

图表 15 时尚休闲面料主要品牌概况 73

图表 16 户外休闲主要品牌 76

图表 17 商务休闲服装主要品牌 77

图表 18 上海美特斯邦威服饰股份有限公司主要财务指标分析 80

图表 19 上海美特斯邦威服饰股份有限公司主要经济指标分析 81

图表 20 近4年东莞市东越服装有限公司固定资产周转次数情况 85

图表 21 近4年东莞市东越服装有限公司固定资产周转次数变化情况 85

图表 22 近4年东莞市东越服装有限公司流动资产周转次数变化情况 86

图表 23 近4年东莞市东越服装有限公司流动资产周转次数变化情况 86

图表 24 近4年东莞市东越服装有限公司销售毛利率变化情况 87

图表 25 近4年东莞市东越服装有限公司销售毛利率变化情况 87

图表 26 近4年东莞市东越服装有限公司资产负债率变化情况 87

图表 27 近4年东莞市东越服装有限公司资产负债率变化情况 88

图表 28 近4年东莞市东越服装有限公司产权比率变化情况 88

图表 29 近4年东莞市东越服装有限公司产权比率变化情况 89

图表 30 近4年东莞市东越服装有限公司总资产周转次数变化情况 89

图表 31 近4年东莞市东越服装有限公司总资产周转次数变化情况 89

图表 32 森马集团有限公司主要财务指标分析 92

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/I58532YYCS.html>