

2017-2022年中国运动休闲 服饰行业全景调研及未来前景预测报告

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

《2017-2022年中国运动休闲服饰行业全景调研及未来前景预测报告》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/M9327128RW.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

根据预测，2015-2019年，中国成人服饰市场规模年均复合增长6.2%，到2019年，成人服饰市场规模将达到近14000亿元，休闲服饰市场容量将超过8000亿元。根据价格区间和整体定位可将休闲服市场进一步细分为低档、中档和高档市场，其中中档休闲服装，以冬装外套为例，价格通常在500-2500元之间。当前中档休闲服饰市场规模2000亿+，预计2019年将达到3000亿量级。

根据统计，2011-2015年，女士中档休闲服饰市场规模从859亿元增长至1344亿元，年均复合增长率为11.8%，预计15-19年的年均复合增长率为8.1%，到2019年其市场规模将达到1993亿元。而男士中档休闲服饰市场规模在2011-2015年从467亿元增长至713亿元，年均复合增长率为11.1%，预计15-19年的年均复合增长率为7.9%，到2019年其市场规模将达到1046亿元。

国内服饰市场规模与休闲服饰市场规模

国内中档休闲服饰市场规模与增长率

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国运动休闲服饰行业全景调研及未来前景预测报告》共二十章。首先介绍了运动休闲服饰相关概念及发展环境，接着分析了中国运动休闲服饰规模及消费需求，然后对中国运动休闲服饰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面临的机遇及发展前景。您若想对中国运动休闲服饰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
二、城乡居民家庭人均可支配收入	39
三、恩格尔系数	42
四、存贷款利率变化	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体现状	45
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、企业基本概况84

二、企业经营情况分析85

第三节 森马集团有限公司90

一、企业基本概况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、2017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、2015年运动服装市场价格走势149

三、2016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、2014-2016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 2015-2016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 2015-2016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 2015年运动服行业投资情况分析230

- 一、2015年总体投资及结构230
- 二、2015年投资规模情况230
- 三、2015年投资增速情况231
- 四、2015年分行业投资分析231
- 五、2015年分地区投资分析231
- 六、2015年外商投资情况232

第二节 2016年运动服行业投资情况分析232

- 一、2016年总体投资及结构232
- 二、2016年投资规模情况233
- 三、2016年投资增速情况233
- 四、2016年分行业投资分析233
- 五、2016年分地区投资分析233
- 六、2016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、行业偿债能力分析与预测255

三、行业营运能力分析与预测256

四、行业发展能力分析与预测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 (ZY ZM)

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

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 2016年GDP初步核算数据 37
- 图表 3 2011-2016年GDP环比增长速度 37
- 图表 4 2016年GDP初步核算数据 38
- 图表 5 2016年GDP环比增长速度 38
- 图表 6 2014-2016年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 40
- 图表 7 2014-2016年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 40
- 图表 8 2014-2016年中国城乡居民恩格尔系数对比表 43
- 图表 9 2016年最新存贷款利率 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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/M9327128RW.html>