

2019年中国运动服装行业分析报告产业规模现状 与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国运动服装行业分析报告产业规模现状与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/422994422994.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章 运动服装行业概述

第一节 运动服装行业的界定

- 一、行业经济特性
- 二、主要细分行业
- 三、产业链结构分析

第二节 运动服装行业发展成熟度分析

- 一、行业发展周期分析
- 二、行业中外市场成熟度对比
- 三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 2015-2018年中国休闲服行业发展环境解析

第一节 2015-2018年中国经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入
- 三、恩格尔系数
- 四、存贷款利率变化

第二节 中国休闲服装市场现状分析

- 一、中国休闲服装市场总现状
- 二、休闲服装市场的规模与前景
- 三、休闲服装市场主要品牌分析
- 四、中国休闲服装市场特点分析
- 五、中国休闲服装供给区域分布格局

第三节 中国休闲服装市场存在的主要问题

- 一、跟风模仿，迷失自我
- 二、广告内涵苍白，品牌文化不对称
- 三、没有明确的沟通主题
- 四、品牌个性不鲜明
- 五、终端布阵与品牌统一
- 六、漠视消费者
- 七、品牌核心价值模糊
- 八、不懂媒体通路

第四节 2015-2018年中国休闲服消费者分析

- 一、消费者性别
- 二、消费者年龄
- 三、消费者职业
- 四、消费者收入

第五节 2015-2018年中国休闲服市场竞争态势分析

- 一、国内休闲服装品牌直面国际竞争
- 二、休闲服饰进入大卖场竞争时代
- 三、中国时尚休闲服饰步入高端竞争时代

第六节 2015-2018年中国休闲服行业提升竞争力分析

第三章 2015-2018年中国休闲服行业细分市场分析

第一节 大众休闲

- 一、大众休闲的特点和主要品牌
- 二、大众休闲品牌运营分析

第二节 运动休闲

- 一、运动休闲市场分析
- 二、运动休闲的特点和主要品牌

第三节 时尚休闲

- 一、时尚休闲的特点和主要品牌
- 二、时尚休闲服装品牌经营分析

第四节 户外休闲

- 一、户外休闲市场现状
- 二、户外休闲的特点和主要品牌

第五节 商务休闲

- 一、商务休闲市场概况
- 二、商务休闲的特点和主要品牌

第四章 中国休闲服行业重点企业竞争力分析

第一节 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营情况分析

第二节 东莞市东越服装有限公司（以纯）

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营情况分析

第三节 森马集团有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第四节 班尼路集团有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第五节 浙江高邦服饰集团有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第六节 广东李宁体育发展有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第七节 海宁蒙努集团有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第八节 太子龙控股集团有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第九节 江苏波司登制衣有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

节 石狮市爱登堡制衣发展有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第五章 我国运动服装行业发展现状

第一节 我国运动服装行业发展现状

一、我国运动服装行业发展现状

二、我国运动服装市场特点分析

三、我国运动服装设计现状分析

第二节 全国运动服装市场分析

一、2018年全国运动服装市场规模分析

二、2018年全国运动服装市场变化趋势

第三节 运动服装市场需求分析

一、2018年运动服装市场销量分析

二、2019-2025年运动服装市场销量预测

第四节 运动服装市场价格分析

一、运动服装市场价格影响因素

二、2018年运动服装市场价格走势

第五节 2015-2018年运动服装行业发展分析

一、2015-2018年运动服装所属行业产销存运行分析

二、2015-2018年运动服装所属行业利润情况分析

三、2015-2018年运动服装所属行业发展周期分析

四、2019-2025年运动服装所属行业发展机遇分析

五、2019-2025年运动服装所属行业利润增速预测

第六节 对中国运动服装市场的分析及思考

一、运动服装市场特点

二、运动服装市场分析

三、运动服装市场变化的方向

四、中国运动服装产业发展的新思路

五、对中国运动服装行业发展的思考

第六章 运动服装所属行业经济运行分析

第一节 2015-2018年运动服装产量分析

一、2017年运动服装产量分析

二、2018年运动服装产量分析

第二节 2015-2018年运动服装所属行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2017年运动服装所属行业主要经济指标分析

三、2018年运动服装所属行业主要经济指标分析

第三节 2015-2018年我国运动服装所属行业绩效分析

一、2015-2018年行业产销情况

二、2015-2018年行业规模情况

三、2015-2018年行业盈利能力

四、2015-2018年行业经营发展能力

五、2015-2018年行业偿债能力分析

第七章 中国运动服装消费市场分析

第一节 运动服装消费者市场细分

一、2018年我国人口细分与运动服装市场人口结构

- 二、年龄结构细分与运动服装市场消费结构
- 三、消费者利益细分市场与运动服装市场消费结构
- 四、地理位置细分市场与运动服装市场

第二节 体育消费者情况分析

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

第三节 消费者购买偏好分析

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

第八章 运动服装销售及营销分析

第一节 中国运动服装的营销方式

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

第二节 后奥运时代运动服装品牌的营销策略

- 一、明星效应
- 二、赛事赞助
- 三、公益营销
- 四、制造焦点
- 五、危机处理
- 六、体育营销
- 七、事件整合

第三节 运动服品牌的差异化突围

- 一、产品突围
- 二、文化突围
- 三、推广突围

第九章 运动服装行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国运动服装行业竞争格局综述

- 一、2018年运动服装行业集中度
- 二、2018年运动服装行业竞争程度
- 三、2018年运动服装企业与品牌数量
- 四、2018年运动服装行业竞争格局分析

第四节 2015-2018年运动服装行业竞争格局分析

- 一、2015-2018年国内外运动服装竞争分析
- 二、2015-2018年我国运动服装市场竞争分析
- 三、2015-2018年我国运动服装市场集中度分析
- 四、2019-2025年国内主要运动服装企业动向
- 五、2018年国内运动服装拟在建项目分析

第十章 运动服装企业竞争策略分析

第一节 运动服装市场竞争策略分析

- 一、2018年运动服装市场增长潜力分析
- 二、2018年运动服装主要潜力品种分析
- 三、现有运动服装产品竞争策略分析
- 四、潜力运动服装品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 运动服装企业竞争策略分析

- 一、金融危机对运动服装行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后运动服装行业竞争格局的变化
- 三、2019-2025年我国运动服装市场竞争趋势
- 四、2019-2025年运动服装行业竞争格局展望

五、2019-2025年运动服装行业竞争策略分析

六、2019-2025年运动服装企业竞争策略分析

第三节 背靠背 (KAPPA)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2018年经营状况

四、2019-2025年发展

第十一章 运动服装行业发展趋势分析

第一节 我国运动服装行业前景与机遇分析

一、我国运动服装行业发展前景

二、我国运动服装发展机遇分析

三、2018年运动服装的发展机遇分析

四、金融危机对运动服装的影响分析

第二节 2019-2025年中国运动服装市场趋势分析

一、2015-2018年运动服装市场趋势总结

二、2019-2025年运动服装发展趋势分析

三、2019-2025年运动服装市场发展空间

四、2019-2025年运动服装产业政策趋向

五、2019-2025年运动服装技术革新趋势

六、2019-2025年运动服装价格走势分析

七、2019-2025年国际环境对行业的影响

第十二章 未来运动服装行业发展预测

第一节 未来运动服装需求与消费预测

一、2019-2025年运动服装产品消费预测

二、2019-2025年运动服装市场规模预测

三、2019-2025年运动服装行业总产值预测

四、2019-2025年运动服装行业销售收入预测

五、2019-2025年运动服装行业总资产预测

第二节 2019-2025年中国运动服装行业供需预测

一、2019-2025年中国运动服装供给预测

二、2019-2025年中国运动服装产量预测

三、2019-2025年中国运动服装需求预测

四、2019-2025年中国运动服装供需平衡预测

五、2019-2025年中国运动服装产品价格预测

六、2019-2025年主要运动服装产品进出口预测

第十三章 运动服装行业投资现状分析

第一节 2017年运动服行业投资情况分析

一、2017年总体投资及结构

二、2017年投资规模情况

三、2017年投资增速情况

四、2017年分行业投资分析

五、2017年分地区投资分析

六、2017年外商投资情况

第二节 2018年运动服行业投资情况分析

一、2018年总体投资及结构

二、2018年投资规模情况

三、2018年投资增速情况

四、2018年分行业投资分析

五、2018年分地区投资分析

六、2018年外商投资情况

第十四章 运动休闲服饰所属行业发展环境分析

第一节 2015-2018年中国运动休闲服饰所属行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第二节 2015-2018年中国运动休闲服饰所属行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第三节 中国运动休闲服饰所属行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第四节 中国运动休闲服饰所属行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第十五章 中国运动休闲服饰市场供需分析

第一节 运动休闲服饰市场现状分析及预测

一、2015-2018年我国运动休闲服饰行业总产值分析

二、2019-2025年我国运动休闲服饰行业总产值预测

第二节 运动休闲服饰产品产量分析及预测

一、2015-2018年我国运动休闲服饰产量分析

二、2019-2025年我国运动休闲服饰产量预测

第三节 运动休闲服饰市场需求分析及预测

一、2015-2018年我国运动休闲服饰市场需求分析

二、2019-2025年我国运动休闲服饰市场需求预测

第十六章 运动休闲服饰行业发展现状分析

第一节 中国运动休闲服饰行业发展分析

一、2015-2018年中国运动休闲服饰行业发展态势分析

二、2015-2018年中国运动休闲服饰行业发展特点分析

三、2015-2018年中国运动休闲服饰行业市场供需分析

第二节 中国运动休闲服饰产业特征与行业重要性

第三节 运动休闲服饰行业特性分析

第十七章 中国运动休闲服饰市场规模分析

第一节 2018年中国运动休闲服饰市场规模分析

第二节 2018年中国运动休闲服饰区域市场规模分析

一、2018年东北地区市场规模分析

二、2018年华北地区市场规模分析

三、2018年华东地区市场规模分析

四、2018年华中地区市场规模分析

五、2018年华南地区市场规模分析

六、2018年西部地区市场规模分析

第三节 2019-2025年中国运动休闲服饰市场规模预测

第十八章 运动休闲服饰及其主要上下游产品

第一节 运动休闲服饰上下游分析

一、与行业上下游之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 运动休闲服饰行业产业链分析

一、行业上游影响及风险分析

二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第十九章 运动休闲服饰产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第二十章 运动休闲服饰行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业的战略、结构和竞争对手

五、政府的作用

第二节 运动休闲服饰企业竞争策略分析

一、提高运动休闲服饰企业核心竞争力的对策

二、影响运动休闲服饰企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高运动休闲服饰企业竞争力的策略

第二十一章 运动休闲服饰产业用户度分析

第一节 运动休闲服饰产业用户认知程度

第二节 运动休闲服饰产业用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

第二十二章：休闲服行业发展状况分析

第一节 休闲服行业价值链分析

一、休闲服行业产业链简介

二、休闲服行业价值链分析

第三节 休闲服行业发展状况分析

一、中国休闲服行业总体发展概况

二、中国休闲服行业发展特点分析

第四节 中国休闲服行业经营情况分析

一、休闲服行业盈利能力分析

二、休闲服行业运营能力分析

三、休闲服行业偿债能力分析

四、休闲服行业发展能力分析

第五节 休闲服行业经济指标分析

一、行业经济效益影响因素

二、行业主要经济指标分析

三、不同规模企业经济指标分析

四、不同性质企业经济指标分析

第五节.休闲服行业供需平衡分析

一、全国休闲服行业供给情况分析

(一) 全国休闲服行业总产值分析

(二) 行业产成品分析

二、各地区休闲服行业供给情况分析

(一) 总产值排名居前的10个地区分析

(二) 产成品排名前10个地区分析

三、全国休闲服行业需求情况分析

(一) 全国休闲服行业销售产值分析

(二) 全国休闲服行业销售收入分析

四、各地区休闲服行业需求情况分析

(一) 销售产值排名居前的10个地区分析

(二) 销售收入排名前10个地区分析

第六节.全国休闲服行业产销率分析

一、外资品牌在中国二三线城市的扩张分析

（一）对中国休闲服威胁最大外资品牌渠道下沉分析

（1）UNIQLO渠道下沉的优势与面临的挑战

（2）H&M、ZARA渠道下沉的优势与面临的挑战

（3）GAP渠道下沉的优势与面临的挑战

二、行业主要产品市场分析

三、大众休闲服市场分析

四、商务休闲服市场分析

五、运动休闲服市场分析

六、户外休闲服市场分析

第七节 行业产品设计投入与能力分析

一、休闲服年均新上市款式数量分析

二、休闲服行业设计人员规模分析

三、休闲服行业研发费用占收入比分析

四、休闲服行业产品系列与风格分析

五、休闲服销售渠道发展现状分析

（一）休闲服渠道覆盖率分析

（二）休闲服渠道发展特征分析

第八节 休闲服行业供应链管理模式分析

一、中国休闲服行业供应链管理现状分析

二、国际领先品牌供应链管理模式经验借鉴

第二十三章：休闲服行业领先企业生产经营状况分析

第一节大众休闲服类标杆企业生产经营状况分析

第二节德永佳集团有限公司经营情况分析

一、企业发展简况

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

第三节 佐丹奴国际有限公司经营情况分析

一、企业发展简况

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

第四节 上海美特斯邦威服饰股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

第五节 浙江森马服饰股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况

二、企业主营业务与产品

三、企业经营模式分析

四、企业经营情况分析

第六节 利郎（中国）有限公司经营情况分析

一、企业发展简况

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

第七节 劲霸男装股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

第八节 福建七匹狼实业股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

第九节 衣恋时装（上海）有限公司经营情况分析

一、企业发展简况

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

第十节 特步国际控股有限公司经营情况分析

一、企业发展简况

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

第十一节 安踏体育用品有限公司经营情况分析

一、企业发展简况

- 二、企业主营业务与产品
- 三、企业销售渠道与网络
- 四、企业经营情况分析

第二十四章 中国品牌运动品牌鞋服发展环境分析

第一节 经济环境分析

- 一、2018年经济发展状况
- 二、收入增长情况
- 三、固定资产投资
- 四、存贷款利率变化

第四节 技术环境分析

- 一、技术发展现状
- 二、新技术的发展
- 三、技术发展趋势

第二十五章 中国运动品牌市场规模分析

第一节 2015-2018年中国运动品牌市场规模分析

第二节 2018年我国运动品牌区域结构分析

第三节 中国运动品牌鞋服区域市场规模分析

- 一、东北地区市场规模分析
- 二、华北地区市场规模分析
- 三、华东地区市场规模分析
- 四、华中地区市场规模分析
- 五、华南地区市场规模分析
- 六、西部地区市场规模分析

第四节 2019-2025年中国运动品牌市场规模预测

第二十六章 中国运动品牌需求与消费者偏好调查

第一节 2015-2018年中国运动品牌产量统计分析

第二节 2015-2018年中国运动品牌历年消费量统计分析

第三节 运动品牌产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第四节 运动品牌产品的品牌市场调查

- 一、消费者对运动品牌品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对运动品牌鞋服产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对运动品牌鞋服品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、运动品牌鞋服品牌忠诚度调查
- 六、运动品牌鞋服品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第六节行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、威胁分析

图表 1 纺织服装行业产业链简要示意图

图表 2 2018年GDP初步核算数据

图表 2015-2018年GDP环比增长速度

图表 2018年GDP初步核算数据

图表 2018年GDP环比增长速度

图表 2015-2018年我国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表 2015-2018年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2015-2018年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国运动服装行业分析报告产业规模现状与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内

容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/422994422994.html>