

2018年中国运动服装市场分析报告- 行业运营态势与投资前景研究

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《2018年中国运动服装市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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/366535366535.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，运动服装行业也得到了快速发展，2016年我国运动服装行业的市场规模达到**亿元，2017年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，运动服装行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持**的增速，达到**亿元。

2012-2017年行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从运动服装行业企业区域分布情况来看，运动服装行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2017年我国行业企业区域格局

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2018年中国运动服装市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

【报告大纲】

第一部分 运动服装行业发展分析

第一章 运动服装行业概述

第一节 运动服装的定义及分类

一、运动服装的概念

二、运动服装的分类

第二节 运动服装市场的特性

一、运动服装行业的定义

二、运动服装业建立行业标准

三、运动服装行业的特性

第二章 运动服装行业发展现状

第一节 中国运动服装行业发展现状

一、2018年全国运动服行业发展分析

二、体育用品库存压力大 行业进入休整期

三、转型电子商务成为品牌建设重要渠道

四、2018年全国运动服行业发展分析

五、2018年普通运动鞋实施新标准

六、老年运动服装市场前景分析

第二节 中国运动服装市场发展分析

一、2018年运动服装市场分析

二、2018年运动服企遭遇关店潮

三、2018年运动服装产品开始步入快时尚市场

四、2018年我国运动服装品牌闪耀伦敦现状调查

第三节 2018年本土运动品牌的发展情况

一、2018年本土运动品牌的困扰

二、本土运动品牌的发展现状

三、本土运动品牌的消费情况

四、本土运动品牌的发展策略

五、2018年本土运动品牌国际化的不归路

第四节 2018年运动品牌进入童装市场分析

一、运动品牌纷纷进入童装市场

二、运动品牌借童装寻找新的利润增长点

三、体育用品延伸至儿童用品市场将成为发展方向

第三章 关联行业发展情况分析

第一节 体育产业发展分析

- 一、2018年体育产业发展现状分析
- 二、2018年体育用品业发展现状分析
- 三、2018年户外用品行业成体育市场新宠
- 四、2018年两部门公布《“十三五”公共体育设施建设规划》
- 五、中国体育用品行业面临五大发展僵局
- 六、2018年体育用品制造主要经济指标分析
- 七、我国体育用品市场发展对策分析
- 八、2018年中国体育用品行业发展趋势
- 九、体育事业发展“十三五”规划

第二节 服装行业发展分析

- 一、2018年服装行业运行情况
- 二、2018年服装行业运行情况
- 三、2018年服装行业发展分析
- 四、2016-2018年服装产品生产情况

第三节 缝制设备行业发展分析

- 一、2018年缝制机械所属行业运行分析
- 二、2018年纺织机械经济分析
- 三、2018年缝制机械行业形势分析
- 四、2018年缝制机械16项行业标准颁布
- 五、“十三五”缝制机械行业发展预测

第四节 服装面料行业发展分析

- 一、服装面料的特性
- 二、我国服装面料市场中存在的问题
- 三、我国服装面料行业发展的方向
- 四、2018年中国国际服装面料时尚秀驱动产业升级
- 五、2018年开发新型面料成服装行业趋势
- 六、2018年传统服装面料行业在冲击中寻求转变
- 七、2018年纺织服装新型光变色材料受欢迎
- 八、2018年服装面料印染企业走绿色环保路
- 九、2018年春夏中国纺织面料流行趋势

第五节 户外运动用品行业发展分析

- 一、2018年中国户外用品市场销售额
- 二、2018年户外用品市场增长速度加快
- 三、中国户外用品市场品牌发展状况
- 四、装备配件类增速加快
- 五、中国户外用品市场面临发展机遇
- 六、中国户外市场整体呈现蓬勃发展的态势
- 七、中国户外用品市场发展不平衡
- 八、2018-2024年中国户外用品销售额预测
- 九、户外休闲成为运动服装新机遇

第二部分 运动服装行业竞争格局分析

第四章 运动服装市场竞争分析

第一节 2018年我国运动服装市场竞争分析

- 一、2018年我国运动服装市场竞争格局
- 二、2018年我国运动服装市场竞争格局
- 三、我国运动服行业竞争趋势
- 四、设计将成未来突破口

第二节 2018年运动服装企业竞争格局

- 一、2018年运动服装企业的库存压力分析
- 二、2018年中国运动服市场中外企业竞争分析
- 三、2018年国际运动服装中国市场竞争分析
- 四、2018年本土运动装企业市场竞争分析
- 五、2018年运动品牌加快门店形象升级

第五章 国际知名运动服装品牌分析

第一节 耐克体育用品有限公司（NIKE）

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第二节 阿迪达斯公司（ADIDAS）

- 一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 彪马公司 (PUMA)

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 背靠背 (KAPPA)

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六章 中国优势运动服装企业分析

第一节 李宁有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 安踏体育

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 特步国际

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 中国动向

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 361度有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 匹克体育

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 美克国际

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三部分 运动服装行业发展趋势预测

第七章 2018-2024年运动服装市场发展趋势预测

第一节 2018-2024年我国运动服装市场展望

一、运动服装面料的趋势

二、运动服装的功能性趋势分析

三、中国运动服饰的发展方向

第二节 2018-2024年运动服装发展趋势分析

一、2018年运动服生命周期

二、2018年秋冬运动服流行趋势

三、20182018年运动服装流行色及流行趋势

四、2018-2024年全球运动服装市场预测

第四部分 运动服装行业发展战略探讨

第八章 2018-2024年运动服装发展战略探讨

第一节 运动服装消费者市场

一、学生购买运动服装的消费行为

二、我国体育消费现状的研究与分析

三、我国知识女性体育消费情况分析

四、高校学生体育消费特征分析

第二节 运动服饰告别疯狂扩张战略分析

一、减速

二、收缩

三、去库存

四、新的领域

第三节 2018年启动品牌化营销新战略

- 一、瓶颈之下，力求改变
- 二、大卖场成新营销模式
- 三、启动新战略

第四节 国内运动品牌提升策略

- 一、运动品牌需提升店效
- 二、差异化发展
- 三、新营销策略

第九章 2018-2024年运动服装销售及营销策略探讨

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 2018年中国运动服装品牌渠道存在的问题

- 一、李宁渠道模式分析
- 二、安踏渠道模式分析
- 三、晋江模式分析
- 四、晋江模式的罪与罚

第三节 全面剖析体育用品品牌化营销新战略

- 一、中国体育用品市场的发展现状
- 二、我国体育用品企业营销存在的问题
- 三、我国体育用品品牌化市场营销战略分析

图表目录:

图表：2016-2018年主要运动服装企业的开店数目

图表：2016-2018年主要运动服装企业的同店销售增长

图表：2016-2018年主要运动服装企业销售及净利润同比增长情况

图表：2018年主要运动服装上市的店铺数目排序

图表：2018年主要运动服装公司的销售和单店销售

图表：2016-2018年主要运动服装企业的经营费用占比

图表：2016-2018年主要运动服装主要费用的销售占比情况

图表：2016-2018年国内体育用品企业与国际体育用品企业的利润率情况比较

图表：主要运动服装库存严重过剩导致零售终端销售恶性循环

图表：2016-2018年主要运动服装企业的库存周转天数

图表：2016-2018年主要运动服装企业的应收账款周转天数

图表：2018年主要运动服装公司重点财务指标

图表详见正文（GYZQPT）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/366535366535.html>