

2019年中国运动服装行业分析报告- 市场深度分析与前景评估预测

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-市场深度分析与前景评估预测》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/459655459655.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 运动服装行业基本界定

1.1 运动服装概述

1.1.1 简介

1.1.2 分类

1.1.3 特点

1.1.4 兴起与发展

1.2 运动服装行业基本特性

1.2.1 行业的周期性

1.2.2 行业的地域性

1.2.3 行业的季节性

1.3 运动服装行业产业链分析

1.3.1 产业链简况

1.3.2 上游产业状况

1.3.3 下游产业状况

第二章 2016-2019年中国运动服装产业发展环境分析

2.1 经济环境分析

2.1.1 全球经济发展形势

2.1.2 全球经济环境对中国的影响

2.1.3 中国宏观经济发展现状

2.1.4 中国宏观经济发展趋势

2.2 社会环境分析

2.2.1 人口环境分析

2.2.2 收入及消费水平

2.2.3 大众体育文化观念

2.2.4 居民体育消费现状

2.2.5 潮流趋势分析

2.3 政策环境分析

2.3.1 行业监管体系

2.3.2 主要法律法规

2.3.3 主要产业政策

2.3.4 行业标准分析

2.4 技术环境分析

2.4.1 行业技术水平

2.4.2 行业技术动态

2.4.3 行业技术趋势

第三章 2016-2019年运动服装产业深度分析

3.1 全球运动服装产业发展综述

3.1.1 市场规模分析

3.1.2 重点品牌介绍

3.1.3 主要国家市场发展

3.1.4 市场前景及趋势

3.2 中国运动服装行业驱动因素分析

3.2.1 城镇化进程带动消费增长

3.2.2 体育强国战略促进行业发展

3.2.3 体育活动参与度提高

3.2.4 第三方物流发展迅速

3.3 中国运动服装产业发展综述

3.3.1 市场规模情况

3.3.2 市场集中度

3.3.3 行业运行态势

3.3.4 行业转型发展状况

3.3.5 企业经营模式

3.3.6 资本运营现状分析

3.4 中国运动服装行业发展面临的问题及对策

3.4.1 产业结构的问题

3.4.2 本土品牌发展的瓶颈

3.4.3 提升行业竞争力的对策

3.4.4 品牌塑造的策略分析

3.4.5 企业快速发展的建议

第四章 2016-2019年中国运动服装消费市场分析

4.1 消费行为分析

4.1.1 市场消费者分析

4.1.2 市场消费层次

4.1.3 市场消费趋势

4.2 用户关注分析

4.2.1 行业搜索指数

4.2.2 品牌细分市场

4.2.3 网民人群属性

第五章 2016-2019年中国运动服装细分市场分析

5.1 户外运动服装

5.1.1 户外用品市场集中度状况

5.1.2 户外运动服装面料的若干特征

5.1.3 户外运动用品市场发展分析

5.1.4 户外用品市场发展特征

5.1.5 户外运动服用户消费行为分析

5.1.6 中国户外运动品牌竞争态势分析

5.1.7 中国户外运动服装的主要销售渠道

5.2 儿童运动服装

5.2.1 童装市场成为运动品牌新目标

5.2.2 中国童装运动品牌的发展状况

5.2.3 儿童运动服市场竞争状况分析

5.2.4 运动品牌进军童装市场的策略分析

5.2.5 运动品牌进军童装市场需找准定位

第六章 中国运动服装行业进出口贸易分析

6.1 中国运动服装出口概况

6.1.1 出口现状分析

6.1.2 出口特点及形势

6.1.3 出口税率状况

6.2 中国运动服装进出口数据分析

6.2.1 棉制针织或钩编的运动服进出口数据分析

6.2.2 合成纤维制针织或钩编的运动服进出口数据分析

6.2.3 其他纺织材料制针织或钩编的运动服进出口数据分析

6.3 中国运动服装主要细分产品进出口数据分析

6.3.1 中国男式游泳服进出口数据分析

6.3.2 中国女式游泳服进出口数据分析

6.3.3 中国滑雪套服进出口数据分析

第七章 2016-2019年运动服装行业竞争格局分析

7.1 中国运动服装市场竞争状况分析

7.1.1 总体竞争态势分析

7.1.2 国际品牌竞争优势

7.1.3 细分市场竞争状况

7.1.4 一二三线市场间的竞争

7.1.5 线上市场竞争分析

7.1.6 行业遇跨领域竞争

7.2 中国运动服装行业的竞争格局

7.2.1 进入退出壁垒

7.2.2 潜在进入者

7.2.3 替代产品

7.2.4 下游议价能力

7.2.5 上游议价能力

7.3 2016-2019年主要运动服装品牌对比竞争状况

7.3.1 李宁与Nike和Adidas的竞争

7.3.2 李宁与安踏的竞争动向

7.3.3 耐克与阿迪达斯的竞争态势

7.3.4 新百伦与国内已有品牌的竞争

7.3.5 本土主要运动品牌零售网点比较

7.4 运动服装企业供应链竞争力分析及提升对策

7.4.1 运动服装企业供应链的特性分析

7.4.2 运动服装企业供应链比较研究的指标选取

7.4.3 耐克与李宁供应链定性比较分析

7.4.4 耐克与李宁供应链定量比较分析

7.4.5 提升企业供应链竞争力的启示与建议

第八章 2016-2019年中国运动服装市场销售渠道分析

8.1 主要销售渠道

8.1.1 百货商店

8.1.2 超级市场

8.1.3 品牌专卖店

8.1.4 体育用品卖场

8.1.5 网络销售平台

8.2 电商渠道分析

8.2.1 电商市场规模

8.2.2 电商市场特点

8.2.3 电商渠道模式

8.2.4 电商市场渗透状况

8.3 2016-2019年主要品牌电商渠道开展状况

8.3.1 阿迪达斯

8.3.2 耐克

8.3.3 彪马

8.3.4 锐步

8.3.5 卡帕

8.3.6 李宁

8.3.7 安踏

8.3.8 特步

8.4 传统运动服装企业开拓电商渠道的要点

8.4.1 组织架构的配置

8.4.2 供应链体系

8.4.3 线上线下渠道的整合

第九章 中国运动服装市场营销模式及策略探析

9.1 运动服装营销模式及渠道分析

9.1.1 体育赞助

9.1.2 时尚营销

9.1.3 迅速推新

9.1.4 明星效应

9.1.5 网络营销

9.2 运动服装主要营销策略分析

9.2.1 运动服装产品的定位及营销策略简述

9.2.2 三级市场凭借价格营销取得良好发展

9.2.3 运动服装品牌草根营销风头正健

9.2.4 运动服装品牌的营销动向分析

9.2.5 中国运动品牌营销的问题及对策

9.3 中国运动品牌体育营销组合策略探讨

9.3.1 产品策略

9.3.2 价格策略

9.3.3 体育促销策略

9.3.4 体育营销分销渠道选择策略

9.4 运动服装“纵向切割”营销模式分析

9.4.1 运动服装“横向切割”发展之路

9.4.2 “横向切割”模式的弊端分析

9.4.3 实施“纵向切割”实现品牌突围

9.5 主要国际运动服装品牌营销模式分析

9.5.1 阿迪达斯

9.5.2 彪马

9.5.3 Kappa

9.5.4 美津浓

9.6 2016-2019年国内主要运动服装品牌营销策略解析

9.6.1 李宁

9.6.2 安踏

9.6.3 匹克

9.6.4 361度

9.6.5 特步

第十章 国际优势运动服装品牌运营经验借鉴

10.1 耐克

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

10.2 阿迪达斯

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

10.3 彪马

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

10.4 日本美津浓株式会社

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

10.5 卡帕

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

第十一章 中国领先运动服装企业运营状况分析

11.1 李宁体育用品有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

11.2 安踏体育用品有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

11.3 三六一度国际有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

11.4 特步（中国）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

11.5 福建泉州匹克（集团）公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

第十二章 中国运动服装行业投资风险及建议分析

12.1 中国运动服行业盈利分析

12.1.1 行业盈利现状

12.1.2 行业盈利模式分析

12.1.3 决定行业盈利的因素

12.2 中国运动服装行业进入壁垒分析

12.2.1 品牌壁垒

12.2.2 营销网络规模

12.2.3 供应链管理能力

12.2.4 研发设计能力

12.2.5 人才壁垒

12.3 中国运动服装行业投资风险

12.3.1 零售终端风险

12.3.2 原材料风险

12.3.3 全球品牌挤压风险

12.4 行业投资建议

第十三章 中国运动服装行业发展前景预测分析

13.1 中国运动服装行业发展前景及趋势分析

13.1.1 行业发展前景分析

13.1.2 行业发展阶段展望

13.1.3 未来发展方向浅析

13.1.4 细分领域发展趋势

13.2 2020-2026年中国运动服装行业预测分析

13.2.1 中国运动服装行业影响因素分析

13.2.2 2020-2026年运动服装市场整体规模预测分析

13.2.3 2020-2026年本土品牌运动服装销售规模预测分析

附录

附录一：专业运动服装和防护用品通用技术规范

图表目录

图表 纺织服装行业产业链简要示意图

图表 分业态零售企业毛利率及净利率变化情况

图表 各零售业态主要指标变化情况表

图表 全球主要经济体PMI指标

图表 全球主要经济体贸易进出口额

图表 全球主要经济体汇率

图表 2016-2019年国内生产总值及其增长速度

图表 2016-2019年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2019年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2019年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2019年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表详见报告正文..... (GY YXY)

【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。《》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。

2019年中国内衣行业分析报告-

【报告大纲】

第一章 内衣行业特征及产业链分析

1.1 内衣的基本界定

1.1.1 内衣的定义

1.1.2 内衣的种类

1.2 内衣行业的基本特点

1.2.1 劳动密集型产业

1.2.2 产品季节性强

1.2.3 产品具有时尚性

1.2.4 产品具有时效性

1.2.5 具有品牌效应

1.2.6 产品易被模仿

1.2.7 技术含量高

1.2.8 相关产业多

1.3 行业产业链分析

1.3.1 产业链简况

1.3.2 上游产业的发展

1.3.3 下游产业的发展

第二章 2016-2019年国际内衣市场发展分析

2.1 世界内衣市场发展总体分析

2.1.1 市场发展态势

2.1.2 行业发展特征

2.1.3 市场发展新动向

2.2 美国内衣市场发展分析

2.2.1 市场销售状况

2.2.2 消费市场特征

2.2.3 消费者行为分析

2.2.4 生产商经营现状

2.3 欧洲地区内衣市场发展分析

2.3.1 西班牙

2.3.2 英国

2.3.3 法国

2.3.4 俄罗斯

2.4 其他地区内衣市场发展分析

2.4.1 亚太市场

2.4.2 日本

2.4.3 澳洲

第三章 2016-2019年中国内衣产业发展环境分析

3.1 经济环境分析

3.1.1 全球经济发展形势

3.1.2 全球经济环境对中国的影响

3.1.3 中国宏观经济发展现状

3.1.4 中国宏观经济发展趋势

3.2 社会环境分析

3.2.1 人口环境分析

3.2.2 收入及消费水平

3.2.3 教育状况分析

3.2.4 内衣消费观现状

3.3 政策环境分析

3.3.1 行业监管体系

3.3.2 主要法律法规

3.3.3 行业相关政策

3.4 内衣行业技术环境分析

3.4.1 整体内衣行业技术水平状况

3.4.2 女性调整型内衣的技术应用

3.4.3 无缝内衣的工艺状况介绍

3.4.4 运动型内衣的选材及技术重点

第四章 2016-2019年中国内衣行业深度剖析

4.1 2016-2019年中国内衣行业发展综述

4.1.1 行业总体发展分析

4.1.2 市场销售规模状况

4.1.3 内衣行业利润状况

4.1.4 主要生产商介绍

4.2 中国内衣市场发展特征

4.2.1 区域发展不平衡

4.2.2 层次化分流

4.2.3 外资品牌占有率高

4.2.4 消费趋于时尚

4.3 中国内衣行业存在的问题探析

4.3.1 低层次竞争

4.3.2 品牌营销水平不高

4.3.3 产品设计开发能力不足

4.3.4 资源整合能力不强

4.4 开拓中国内衣市场发展战略分析

4.4.1 规范化运作

4.4.2 系统化营销

4.4.3 产品创新升级

4.4.4 创新营销模式

4.4.5 改变低层次竞争格局

第五章 2016-2019年内衣热点细分市场深度分析

5.1 女性内衣市场分析

5.1.1 消费需求分析

5.1.2 市场品牌格局

5.1.3 市场区域战略定位

5.1.4 市场发展的新趋向

5.2 男士内衣市场分析

5.2.1 市场发展态势

5.2.2 市场消费特征

5.2.3 市场品牌格局

5.2.4 品牌打造策略分析

5.3 保暖内衣市场分析

5.3.1 市场发展历程

5.3.2 消费者的需求分析

5.3.3 市场品牌格局

5.3.4 市场的发展措施

5.4 针织内衣市场分析

5.4.1 市场发展状况

5.4.2 政策动态

5.4.3 存在的问题

5.5 睡衣市场发展分析

5.5.1 市场发展态势

5.5.2 市场发展特征

5.5.3 市场品牌分析

5.6 家居服市场分析

5.6.1 产业发展概况

5.6.2 市场格局分析

5.6.3 市场需求点

5.6.4 市场存在的问题

5.6.5 品牌的突围路径

第六章 2016-2019年内衣市场消费分析

6.1 2016-2019年内衣市场消费概况

6.1.1 消费者品牌观念分析

6.1.2 行业逐渐步入网络消费时代

6.1.3 新型材料成消费市场新宠

6.2 2016-2019年内衣消费者分析

6.2.1 消费的目的

6.2.2 消费者分类

6.2.3 购买频率分析

6.2.4 影响购买行为的因素

6.2.5 消费心理及营销措施

6.3 2016-2019年中国女性体型及内衣消费特点研析

6.3.1 不同年龄段的女性体型变化概述

6.3.2 不同地区女性的体型特征差异

6.3.3 不同地区女性的内衣消费偏好

6.3.4 女性内衣消费特点调查分析

6.4 上海和香港地区女性内衣消费行为对比分析

6.4.1 人均保有量

6.4.2 消费支出

6.4.3 消费渠道

6.4.4 品牌的选择

6.4.5 颜色的选择

6.4.6 面料材质的选择

6.5 内衣消费市场的潜力与趋势分析

6.5.1 消费潜力分析

6.5.2 市场消费趋势

第七章 衣进出口贸易分析

7.1 国内外内衣的分类、标准差异

7.1.1 内衣类产品的分类比较

7.1.2 中美内衣类产品标准的比较剖析

7.1.3 中欧内衣类产品标准的比较剖析

7.1.4 中日内衣类产品标准的比较剖析

7.2 部分国家内衣进口情况

7.2.1 美国

7.2.2 欧盟

7.2.3 日本

7.2.4 俄罗斯

7.3 国内衣进出口数据分析

7.3.1 进出口总量数据分析

7.3.2 主要贸易国进出口情况分析

7.3.3 主要省市进出口情况分析

7.4 中国内衣出口的SWOT分析

7.4.1 内衣出口优势分析

7.4.2 内衣出口劣势分析

7.4.3 内衣出口机会分析

7.4.4 内衣出口威胁分析

7.5 2016-2019年中国内衣出口的问题及对策探讨

7.5.1 质量问题

7.5.2 专利问题

7.5.3 文化差异问题

7.5.4 健康消费问题

7.5.5 出口企业的对策建议

第八章 2016-2019年内衣重点区域市场及产业集群区发展分析

8.1 浙江

8.1.1 市场品牌状况

8.1.2 市场渠道发展状况

8.1.3 重点县市发展状况

8.2 广东汕头

8.2.1 市场发展态势

8.2.2 市场规模状况

8.2.3 海外市场的拓展

8.2.4 电子商务市场状况

8.3 深圳

8.3.1 行业政策环境

8.3.2 行业发展态势

8.3.3 产业发展优势

8.3.4 行业发展规模

8.4 江阴顾山镇

8.4.1 产业发展现况

8.4.2 产业发展的优势

8.4.3 产业集群发展的战略举措

8.5 南海盐步

8.5.1 行业政策环境

8.5.2 行业发展态势

8.5.3 产业规模状况

8.5.4 面临的问题

8.5.5 产业发展的思路

8.6 中国内衣主要产业基地介绍

8.6.1 广东汕头潮阳

8.6.2 广东南海盐步

8.6.3 广东深圳公明

8.6.4 广东中山小榄

8.6.5 福建晋江深沪

第九章 2016-2019年内衣市场品牌格局分析

9.1 中国内衣市场品牌状况

9.1.1 中国内衣市场国内外品牌发展态势

9.1.2 中国内衣品牌与国际品牌差距逐步缩小

9.1.3 中高档内衣品牌发展困境及对策

9.2 中国内衣细分行业品牌格局分析

9.2.1 针织内衣裤市场十大品牌

9.2.2 女性内衣市场十大品牌

9.2.3 高档女性内衣市场五大品牌

9.2.4 保暖内衣市场十大知名品牌

9.3 知名国际内衣品牌

9.3.1 LA PERLA

9.3.2 Chantelle

9.3.3 黛安芬

9.3.4 华歌尔

9.3.5 安莉芳

9.3.6 欧迪芬

9.4 主要国内胸衣品牌

9.4.1 爱慕

9.4.2 曼妮芬

9.4.3 百利安

9.4.4 桑扶兰

9.4.5 古今

9.4.6 诗曼芬

第十章 2016-2019年内衣市场竞争态势分析

10.1 内衣市场竞争格局分析

10.1.1 市场集中度状况

10.1.2 区域分布状况

10.2 内衣市场品牌竞争态势分析

10.2.1 中外品牌激战中国内衣市场

10.2.2 我国内衣行业品牌竞争升级

10.2.3 我国二线内衣品牌竞争日趋激烈

10.2.4 内衣品牌企业的竞争攻略

10.3 国际高端品牌进军中国内衣市场动态

10.3.1 国际高端内衣品牌进入状况

10.3.2 法国奢侈内衣品牌看好国内市场

10.3.3 西班牙顶级内衣品牌抢滩国内市场

第十一章 内衣市场销售渠道分析

11.1 中国内衣市场渠道概况

11.1.1 市场渠道总析

11.1.2 流通渠道特点

11.2 中国内衣市场主要渠道解析

11.2.1 大型商场

11.2.2 内衣专卖店

11.2.3 大型批发市场

11.2.4 邮购

11.2.5 街头小店

11.2.6 网络平台

11.3 中国内衣市场电子商务渠道分析

11.3.1 内衣电子商务市场发展现状

11.3.2 内衣电子商务渠道市场份额

11.3.3 主要电商平台内衣销售状况

11.3.4 内衣电商品牌经验借鉴

11.4 内衣市场渠道发展趋势

11.4.1 复合营销网络

11.4.2 实施品牌经营

11.4.3 无店销售

11.4.4 与零售业结成联盟

11.4.5 直销

11.4.6 专业化销售

第十二章 2016-2019年内衣市场营销模式分析

12.1 内衣市场营销模式探讨

12.1.1 营销的基本因素分析

12.1.2 市场营销模式分析

12.1.3 行业O2O营销模式分析

12.1.4 行业巨头终端营销模式

12.2 中国内衣移动营销模式深度解析

12.2.1 传统内衣渠道面临巨大影响

12.2.2 未来将是消费者和手机客户端的竞争

12.2.3 移动营销成为企业新战略

12.2.4 移动营销成为内衣行业的新机遇

12.2.5 移动营销是传统内衣行业的新蓝海

12.3 国际内衣品牌进入国内市场的销售模式

12.3.1 直营

12.3.2 授权经营

12.3.3 网络直销

第十三章 内衣市场营销策略分析

13.1 内衣市场营销策略探讨

13.1.1 终端营销策略分析

13.1.2 淡季营销的策略分析

13.1.3 国际化营销通道

13.1.4 品牌规划及营销战略

13.1.5 广告营销策略

13.1.6 未来行业竞争之道

13.1.7 经销商市场破局之道

13.2 知名内衣品牌营销战略概述

13.2.1 婷美：以“概念”求立足

13.2.2 黛安芬：在变化中把控

13.2.3 美思：“多样化”博销量

13.2.4 爱慕：“文化”价值链

13.3 品牌内衣营销案例分析

13.3.1 婷美中科暖卡营销案例

13.3.2 AB内衣产品营销变迁

13.3.3 猫人内衣的性感营销案例

13.4 二线内衣品牌的营销策略探索

13.4.1 主战场的选择

13.4.2 区域产品定位

13.4.3 目标和预算

13.4.4 招商会

13.4.5 区域广告

13.4.6 渠道精耕

13.5 中国内衣企业营销创新分析

13.5.1 渠道的创新

13.5.2 终端的创新

13.5.3 设计创新

第十四章 内衣行业领先企业发展分析

14.1 黛安芬国际集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.2 欧迪芬国际集团

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.3 安莉芳控股有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.4 华歌尔（中国）时装有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.5 上海古今内衣制造有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.6 深圳汇洁集团股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.7 红豆集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.8 都市丽人（中国）控股有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.9 黛丽斯国际有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.10 其他企业分析

14.10.1 爱慕集团

14.10.2 江苏AB集团股份有限公司

14.10.3 婷美集团保健科技有限公司

14.10.4 上海三枪（集团）有限公司

第十五章 中国内衣行业投资机会及风险分析

15.1 中国内衣行业的投资特性

15.1.1 生产要素比较优势下降

15.1.2 利润大且风险较小

15.1.3 行业缺乏规模经济效应

15.2 中国内衣行业进入壁垒

15.2.1 资金需求门槛

15.2.2 内衣设计门槛

15.2.3 销售渠道门槛

15.3 中国内衣行业投资机会分析

15.3.1 大众市场成内衣发展热点

15.3.2 无钢圈内衣重新受重视

15.3.3 年轻内衣市场具有强大消费潜力

15.4 中国内衣行业投资风险

15.4.1 市场需求变化的风险

15.4.2 市场竞争风险

15.4.3 品牌被侵权的风险

第十六章 内衣行业发展前景及趋势分析

16.1 国际内业发展前景展望

16.1.1 国际针织内衣及睡衣市场规模预测

- 16.1.2 亚洲内衣市场发展潜力无限
 - 16.1.3 国际内农业流行趋向透析
 - 16.2 中国内衣行业发展趋势预测
 - 16.2.1 中国内衣行业预测分析
 - 16.2.2 高性能运动内衣市场前景乐观
 - 16.2.3 内衣市场的竞争趋势与产品趋势分析
 - 16.2.4 美体内衣市场的未来发展分析
 - 16.3 2020-2026年中国内衣市场发展预测分析
 - 16.3.1 影响因素分析
 - 16.3.2 销售规模预测
- 附录
- 附录一：针织内衣行业标准

图表目录

- 图表 促使美国消费者购买内衣的重要因素
- 图表 美国消费者购买内衣的主要零售渠道占比
- 图表 品牌对不同年龄段的美国消费者购买不同服饰类别的影响力对比
- 图表 美国各零售渠道女性内衣款式分布数量的百分比
- 图表 美国市场上功能特性服饰的供需对比
- 图表 2019年全球主要经济体GDP占比
- 图表 2016-2019年全球人口数量
- 图表 2016-2019年全球劳动力数量
- 图表 2016-2019年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2016-2019年三次产业增加值占全国生产总值比重
- 图表 2016-2019年中国三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重

图表详见报告正文.....（GY YXY）

【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-市场深度分析与前景评估预测》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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/459655459655.html>