

中国运动服装市场深度分析及未来前景研究报告 (2014-2018)

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《中国运动服装市场深度分析及未来前景研究报告（2014-2018）》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/179091179091.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

运动服行业产业涵盖了设计研发、生产制造、市场营销与品牌管理等环节。20世纪70年代末，耐克公司采用“轻资产运营”模式，改变了全球运动服饰行业传统竞争模式和价值构成。

我国运动服产业起源于上世纪60年代，进入新世纪以来，我国体育人口比例逐年上升，参与到各种各样的体育运动中的人群逐年扩大，各种新兴运动方式的兴起，以及国际大型体育赛事的举办都大大地提高了国民参与体育运动的热情，也很大程度刺激了运动服的消费。业内预计2013年我国运动服饰市场规模在1200亿元左右。

《中国运动服装市场深度分析及未来前景研究报告（2014-2018）》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于运动服装产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为运动服装产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析运动服装产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对运动服装产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了运动服装产品的行业概况、市场发展现状及运动服装产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究运动服装市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对运动服装行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对运动服装产品投资的建议。

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和运动服装的投资提供了决策依据。

报告目录：

第一章 运动服装行业概述

1.1 运动服装行业定义

1.2 运动服装产品分类

1.2.1 田径服

1.2.2 球类服

1.2.3 体操服

1.2.4 水上服

1.2.5 摔跤服

1.2.6 冰上服

1.2.7 登山服

1.2.8 击剑服

1.2.9 举重服

1.3 运动服装的特点与功能

1.4 运动服装发展历程简介

1.5 运动服装行业发展特点分析

1.5.1 行业技术特点

1.5.2 行业消费特点

1.5.3 行业运营特点

1.6 运动服装行业的投资特性

第二章 2013年运动服装行业发展状况分析

2.1 全球运动服装行业发展现状分析

2.1.1 全球运动服装行业发展概述

2.1.2 全球知名运动服装品牌分析

2.1.3 全球运动服装行业市场竞争格局分析

2.1.4 全球运动服装产品供需情况分析

2.2 全球重点国家及区域运动服装行业发展状况分析

2.3 中国运动服装行业发展状况分析

2.3.1 中国运动服装行业发展概况

2.3.2 中国运动服装行业发展特点

2.3.3 中国运动服装行业发展影响因素分析

第三章 2013年中国运动服装市场状况分析

3.1 中国运动服装市场发展特征分析

3.1.1 运动女装市场发展特征

3.1.2 运动男装市场发展特征

3.1.3 运动鞋市场发展特征

3.1.4 运动类相关产品市场发展特征

3.2 中国运动服装行业供需状况分析

3.2.1 2013年全国运动服装行业供给情况分析

3.2.2 2013年各地区运动服装行业供给情况分析

3.2.3 2013年全国运动服装行业需求情况分析

3.2.4 2013年各地区运动服装行业需求情况分析

3.2.5 2013年全国运动服装行业产销率分析

3.3 行业总体市场竞争状况分析

3.3.1 中国运动服装行业竞争格局分析

3.3.2 中国运动服装行业集中度分析

3.3.2.1 行业销售集中度分析

3.3.2.3 行业利润集中度分析

3.3.3 中国运动服装行业市场规模分析

3.3.4 运动服装行业市场竞争结构分析及预测

3.3.4.1 供应商分析及预测

3.3.4.2 购买者分析及预测

3.3.4.3 渠道竞争分析及预测

3.3.4.4 潜在竞争者分析及预测

3.4 行业不同经济类型企业特征分析

3.4.1 不同经济类型企业特征情况

3.4.2 行业经济类型集中度分析

第四章2013年中国运动服装行业发展环境分析

4.1 行业政策环境分析

4.1.1 行业相关政策动向

4.1.1.1 运动服装行业标准

4.1.1.2 纺织品检测标准

4.1.1.3 服装零售业政策

4.1.1.4 大型体育赛事对行业的推动

4.1.1.5 我国体育事业蓬勃发展

4.1.2 行业发展规划

4.1.3 对行业的影响

4.2 行业经济环境分析

4.2.2 国内宏观经济环境分析

4.3 行业消费环境分析

4.3.1 行业消费特征分析

4.3.1.1 消费者购买要素

4.3.1.1.1 价格因素

4.3.1.1.2 品牌因素

4.3.1.1.3 风格特点

4.3.1.1.4 面料因素

4.3.1.1.5 尺寸因素

4.3.1.1.6 季节因素

4.3.1.2 消费者主要购买渠道

4.3.1.3 消费者购买方式

4.3.1.4 消费者预期

4.3.2 行业消费趋势分析

4.4 行业贸易环境分析

4.4.1 行业贸易环境发展现状

4.4.2 行业贸易环境发展趋势

4.5 行业社会环境分析

4.5.1 行业发展与社会经济的协调

4.5.2 行业发展面临的社会审美标准问题

第五章2013年中国运动服装行业原料市场分析

5.1 化纤

5.1.1 化纤供需状况

5.1.2 化纤价格走势

5.1.3 化纤行业整体发展趋势

5.2 茧丝

5.2.1 茧丝市场发展概况

5.2.2 茧丝供需状况

5.2.3 茧丝价格走势

5.3 棉花

5.3.1 国内外棉花行业总体发展状况

5.3.1中国棉花市场供需情况分析

5.3.1棉花价格走势

5.3 拉链

5.3.1 国内外拉链行业总体发展状况

5.3.2 拉链行业重要生产企业分析

5.3.3影响拉链市场价格变化的主要因素

5.4 其他辅料

第六章2013年中国运动服装行业主要细分市场分析

6.1 田径类运动服装行业发展状况及市场分析

6.1.1 田径类运动服装行业发展历程及现状

6.1.2 田径类运动服装行业市场分析

6.1.2.1 2013年田径类运动服装市场产值

6.1.2.2 2013年田径类运动服装供需情况

6.1.2.3 田径类运动服装市场竞争格局

6.1.3 田径类运动服装生产企业分析

6.1.4 田径类运动服装消费特点分析

6.1.5 田径类运动服装行业发展存在的问题

6.2 球类运动服装行业发展状况及市场分析

6.2.1 球类运动服装行业发展历程及现状

6.2.2 球类运动服装市场分析

6.2.2.1 羽毛球

6.2.2.2 乒乓球

6.2.2.3 篮球

6.2.2.4 网球

6.2.2.1 2013年球类运动服装市场产值

6.2.2.2 2013年球类运动服装供需情况

6.2.3 球类运动服装市场竞争格局

6.2.4 球类运动服装生产企业分析

6.2.5 球类运动服装消费特点分析

6.2.6 球类运动服装行业发展存在的问题

6.3 登山类运动服装行业发展状况及市场分析

6.3.1 登山类运动服装行业发展历程及现状

6.3.2 登山类运动服装市场分析

6.3.2.1 2013年登山类运动服装市场产值

6.3.2.2 2013年登山类运动服装供需情况

6.3.3 登山类运动服装市场竞争格局

6.3.4 登山类运动服装生产企业分析

6.3.5 登山类运动服装消费特点分析

6.3.6 登山类运动服装行业发展存在的问题

6.4 击剑类运动服装行业发展状况及市场分析

6.4.1 击剑类运动服装行业发展历程及现状

6.4.2 击剑类运动服装市场分析

6.4.2.1 2013年击剑类运动服装市场产值

6.4.2.2 2013年击剑类运动服装供需情况

6.4.3 击剑类运动服装市场竞争格局

6.4.4 击剑类运动服装生产企业分析

6.4.5 击剑类运动服装消费特点分析

6.4.6 击剑类运动服装行业发展存在的问题

6.5 游泳类运动服装行业发展状况及市场分析

6.5.1 游泳类运动服装行业发展历程及现状

6.5.2 游泳类运动服装市场分析

6.5.2.1 2013年游泳类运动服装市场产值

6.5.2.2 2013年游泳类运动服装供需情况

6.5.3 游泳类运动服装市场竞争格局

6.5.4 游泳类运动服装生产企业分析

6.5.5 游泳类运动服装消费特点分析

6.5.6 游泳类运动服装行业发展存在的问题

6.6 其他类

6.6.1 跆拳道类

6.6.2 体操类

6.6.3 射击类

第七章 运动服装行业重点区域市场分析

7.1 行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

7.1.2 行业区域集中度分析

7.1.3 行业区域分布特点分析

7.1.4 行业规模指标区域分布分析

7.1.5 行业效益指标区域分布分析

7.1.6 行业企业数的区域分布分析

7.2 华东运动服装行业发展分析及预测

7.3 华南运动服装行业发展分析及预测

7.4 华北运动服装行业发展分析及预测

7.5 华中运动服装行业发展分析及预测

7.6 西南运动服装行业发展分析及预测

7.7 西北运动服装行业发展分析及预测

7.8 东北运动服装行业发展分析及预测

第八章 运动服装行业进出口市场分析

8.1 运动服装行业进出口状况综述

8.2 2013年运动服装行业出口市场分析

8.2.1 行业出口整体情况

8.2.2 行业出口产品结构

8.3 2013年运动服装行业进口市场分析

8.3.1 行业进口整体情况

8.3.2 行业进口产品结构

8.4 运动服装行业进出口前景及建议

8.4.1 运动服装行业出口前景及建议

8.4.2 运动服装行业进口前景及建议

第九章 运动服装行业市场销售渠道与营销模式分析

9.1 运动服装行业销售渠道分析

- 9.1.1 销售渠道发展概况
- 9.1.2 运动服装行业经营模式
 - 9.1.2.1 直营模式
 - 9.1.2.2 加盟模式
 - 9.1.2.3 批发模式
 - 9.1.2.4 经销商模式
- 9.1.3 运动服装零售渠道分析
 - 9.1.3.1 百货商场
 - 9.1.3.2 品牌专卖店
 - 9.1.3.3 体育用品商场
 - 9.1.3.4 网络销售
- 9.1.4 运动服装行业网购与电商发展分析
 - 9.1.4.1 服装电商发展现状分析
 - 9.1.4.2 服装网购规模分析
 - 9.1.4.3 运动服装网络品牌发展分析
 - 9.1.4.4 运动服装网购消费特点分析
 - 9.1.4.5 运动服装网购发展趋势分析
- 9.2 运动服装行业营销模式分析
 - 9.2.1 品牌营销
 - 9.2.2 价格营销
 - 9.2.3 渠道营销
 - 9.2.4 促销手段
 - 9.2.5 体育赛事营销
- 第十章 2013年中国运动服装行业主要外资品牌分析
 - 10.1 耐克
 - 10.1.1 企业简介
 - 10.1.2 2011-2013年企业经营状况分析
 - 10.2 阿迪达斯
 - 10.2.1 企业简介
 - 10.2.2 2011-2013年企业经营状况分析
 - 10.3 PUMA
 - 10.3.1 企业简介
 - 10.3.2 2011-2013年企业经营状况分析
 - 10.4 Reebok
 - 10.4.1 企业简介

10.4.2 2011-2013年企业经营状况分析

10.5 Converse

10.5.1 企业简介

10.5.2 2011-2013年企业经营状况分析

10.6 美津浓

10.6.1 企业简介

10.6.2 2011-2013年企业经营状况分析

第十一章 中国运动服装行业重点企业经营状况分析

11.1 运动服装企业发展总体状况分析

11.1.1 运动服装行业企业规模

11.1.2 运动服装行业销售收入状况

11.1.3 运动服装行业利润总额状况

11.2 运动服装行业领先企业个案分析

11.2.1 李宁

11.2.1.1 企业发展简况

11.2.1.2 主要经济指标分析

11.2.1.3 企业偿债能力分析

11.2.1.4 企业运营能力分析

11.2.1.5 企业盈利能力分析

11.2.1.6 企业发展能力分析

11.2.1.7 企业产品结构及产品动向

11.2.1.8 企业销售渠道与网络

11.2.2 安踏

11.2.2.1 企业发展简况分析

11.2.2.2 主要经济指标分析

11.2.2.3 企业偿债能力分析

11.2.2.4 企业运营能力分析

11.2.2.5 企业盈利能力分析

11.2.2.6 企业发展能力分析

11.2.2.7 企业产品结构及产品动向

11.2.2.8 企业销售渠道与网络

11.2.3 特步

11.2.3.1 企业发展简况分析

11.2.3.2 主要经济指标分析

11.2.3.3 企业偿债能力分析

11.2.3.4 企业运营能力分析

11.2.3.5 企业盈利能力分析

11.2.3.6 企业发展能力分析

11.2.3.7 企业产品结构及产品动向

11.2.3.8 企业销售渠道与网络

11.2.4 361°

11.2.4.1 企业发展简况分析

11.2.4.2 主要经济指标分析

11.2.4.3 企业偿债能力分析

11.2.4.4 企业运营能力分析

11.2.4.5 企业盈利能力分析

11.2.4.6 企业发展能力分析

11.2.5 鸿星尔克

11.2.5.1 企业发展简况分析

11.2.5.2 主要经济指标分析

11.2.5.3 企业偿债能力分析

11.2.5.4 企业运营能力分析

11.2.5.5 企业盈利能力分析

11.2.5.6 企业发展能力分析

11.2.5.7 企业产品结构及产品动向

11.2.5.8 企业销售渠道与网络

第十二章 2014-2018年中国中国运动服装行业发展前景与趋势分析

12.1 2014-2018年中国中国运动服装行业发展前景概述

12.1.1 中国运动服装行业SWOT分析

12.1.1.1 中国运动服装行业优势分析

12.1.1.2 中国运动服装行业劣势分析

12.1.1.3 中国运动服装行业机会分析

12.1.1.4 中国运动服装行业威胁分析

12.1.2 运动服装行业市场前景分析

12.2 2014-2018年中国中国运动服装行业发展趋势分析

12.2.1 中国运动服装行业市场供给发展趋势

12.2.2 中国运动服装行业市场需求发展趋势

12.2.3 中国运动服装行业竞争格局发展趋势

12.2.4 中国运动服装行业品牌集中度发展趋势

12.2.5 中国运动服装行业进出口贸易发展趋势

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/179091179091.html>