

2014-2020年中国运动服装 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2020年中国运动服装市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/fuzhuang1409/B338274VGP.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-09-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国运动服装市场现状分析及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国运动服装行业市场发展环境、中国运动服装整体运行态势等，接着分析了中国运动服装行业市场运行的现状，然后介绍了中国运动服装市场竞争格局。随后，报告对中国运动服装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国运动服装行业发展趋势与投资预测。您若想对运动服装产业有个系统的了解或者想投资运动服装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。随着我国经济的快速增长以及城镇化的推进，我国居民消费开始从生存型消费向发展型和享受型消费过渡，带动运动服产品消费的增加。近几年，中国运动服饰和运动鞋的市场销售总额均保持了近两位数的增长速度。

2004-2011年中国服装行业产量统计分析			产量(万件)		同比增长(%)
2004年	1,183,266.14	——		2005年	
1,479,835.57	25.06%	2006年	1,700,190.85	14.89%	
2007年	2,027,831.42	19.27%	2008年	2,065,172.53	1.84%
2009年	2,375,012.92	15.00%	2010年	2,852,267.17	
20.09%	2011年	2,542,035.47	-10.88%	2012年	
2,672,834.36	5.15%	2013年	2,710,069.77	1.39%	资料来源： 博思数据整理

目前中国运动服市场上，耐克、阿迪达斯、卡帕、彪马等品牌占据高端市场;中端市场则主要由李宁、安踏等本土品牌所占据;特步、鸿星尔克、361°则以相对较低端的消费市场为主。但随着人们对运动服需求的变化，高档运动服的市场空间和利润空间对运动服企业吸引力越来越大，知名运动服品牌的市场定位逐渐往更高层次发展，中高端运动服市场竞争将愈加激烈。

在激烈的市场竞争范围下，运动服企业越来越注重市场营销和渠道推广。品牌建设、赛事营销、体育赞助等，已经成为各运动服品牌企业市场扩张必备的营销策略。单体育赞助一项，国内外大型品牌每年对体育活动的赞助额便达到销售额的12%-16%。此外，各运动服品牌也都形成了自己独有的营销模式，例如，Nike、Adidas、李宁等专业运动类品牌采取“金字塔”式的品牌推广模式;相反，Kappa等时尚品牌采用“倒金字塔”式的品牌推广模式。在市场份额竞争的背景下，运动服企业营销策略及营销渠道的竞争也成为这一行业独特的亮点。

随着现代人健身意识的增强，消费观念的转变，体现青春、活力的运动服越来越受到人们的青睐，运动服行业得以快速发展;此外，中国13 亿之多的人口，有40%左右的体育人口，有几千万专职和兼职的运动员和体育工作者，有两亿多青少年忠诚消费群体，中国运动服消费市场潜力巨大。总体而言，中国运动服市场行业竞争日趋白热化，但市场空间依旧巨大，行业发展前景广阔。

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 2012-2014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

2.3.5 行业利好政策

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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014年中国运动服装细分市场分析

- 5.1 户外运动服装市场发展分析
 - 5.1.1 中国户外运动用品市场趋热
 - 5.1.2 户外运动服装面料的若干特征
 - 5.1.3 中国户外运动用品市场发展分析
 - 5.1.4 户外运动品牌在中国市场的竞争格局
 - 5.1.5 中国户外运动服装的主要销售渠道
- 5.2 儿童运动服装市场发展分析
 - 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 中国童装运动品牌的竞争态势
 - 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 2012-2014年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 2012-2014年8月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 2012-2014年8月中国运动服装主要细分产品进出口数据分析
 - 6.3.1 男式游泳服进出口数据分析
 - 6.3.2 女式游泳服进出口数据分析
 - 6.3.3 滑雪套服进出口数据分析

第七章 2012-2014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 行业竞争概况
 - 7.1.2 国际品牌竞争优势
 - 7.1.3 国内外品牌对比分析
 - 7.1.4 细分市场竞争状况
 - 7.1.5 国内外品牌竞争新动向
 - 7.1.6 线上市场竞争分析
 - 7.1.7 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 主要运动服装品牌对比竞争状况
 - 7.3.1 耐克与阿迪达斯在女性市场的竞争
 - 7.3.2 阿迪达斯与彪马竞争状况分析
 - 7.3.3 李宁与安踏财务竞争力的比拼
 - 7.3.4 李宁与探路者竞争状况分析
 - 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 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 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 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 2012-2014年国际优势运动服装品牌运营经验借鉴

10.1 耐克

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 经营状况分析

10.1.3 品牌策略分析

10.1.4 成功经验借鉴

10.1.5 企业战略动态

10.2 阿迪达斯

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 经营状况分析

10.2.3 品牌策略分析

10.2.4 成功经验借鉴

10.2.5 企业战略动态

10.2.6 区域分布状况

10.3 彪马

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 经营状况分析

10.3.3 成功经验借鉴

10.3.4 品牌策略分析

10.3.5 企业战略动态

10.4 美津浓

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 经营状况分析

10.4.3 品牌策略分析

10.4.4 成功经验借鉴

10.4.5 企业战略动态

10.5 卡帕

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 经营状况分析

10.5.3 品牌策略分析

10.5.4 成功经验借鉴

10.5.5 企业战略动态

第十一章 2012-2014年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) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

11.2 安踏体育用品有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

11.3 三六一度国际有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

11.4 特步(中国)有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

11.5 福建泉州匹克(集团)公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

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 博思数据关于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 2014-2020年运动服装市场整体规模预测分析
- 13.2.3 2014-2020年本土品牌运动服装销售规模预测分析

图表 纺织服装行业产业链简要示意图

图表 2011-2013年七国集团GDP增长率

图表 2011-2013年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表 2013年全球及主要经济体制造业和服务业PMI

图表 2013年全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数

图表 2009-2013年国内生产总值及其增长速度

图表 2009-2013年城镇新增就业人数

图表 2009-2013年国内生产总值与全部就业人员比率

图表 2013年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 2013年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2013年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表 2009-2013年公共财政收入

图表 2009-2013年末国家外汇储备

图表 2009-2013年粮食产量

图表 2013年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2013年主要工业产品产量及其增长速度

图表 2009-2013年建筑业增加值

图表 2013年固定资产投资（不含农户）增速累计同比

图表 2013年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表 2013年固定资产投资新增主要生产能力

图表 2013年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表 2009-2013年货物进出口总额

图表 2013年货物进出口总额及其增长速度

图表 2013年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2013年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2013年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表 2013年非金融领域外商直接投资及其增长速度

图表 2013年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表 2013年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表 2009-2013年年末电话用户数

图表 2013年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表 2009-2013年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表 2009-2013年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表 2009-2013年卫生技术人员人数

图表 2007-2013年人口及其自然增长率变化情况

图表 2002-2011年我国农村和城镇居民收入中转移性收入占比

图表 2002-2011年农村居民收入构成

图表 2009-2013年农村居民人均纯收入

图表 2009-2013年城镇居民人均可支配收入

图表 2013年社会消费品零售总额增速月度同比

图表 不同体育消费项目的人数百分比

图表 不同体育消费项目的人均消费金额

图表 城乡居民体育消费一览表

图表 运动服装行业生产经营所涉及的要法律法规

图表 运动服装产品执行的主要质量控制标准

图表 运动服行业专利申请量分布图

图表 美国消费者穿着运动服饰从事其他活动调查

图表 美国消费者购买运动服饰最普遍的渠道

图表 美国消费者对35%具有功能性运动服饰吸湿整理功能的关注度

图表 2010-2013财年耐克品牌产品按地区划分销售收入

图表 阿迪达斯和彪马产品对比

图表 2005-2012年我国人均GDP和城镇居民家庭人均可支配收入

图表 我国提倡健身事业发展的政策

图表 我国人均运动频率

图表 中国运动服饰市场规模

图表 2013年中国运动服市场占有率排名（TOP10）

图表 2012年运动服饰行业搜索指数

图表 2012年运动服饰行业用户搜索内容

图表 2012-2013年运动服饰行业搜索指数

图表 2012年运动服饰产品大类关注度

图表 2012-2013年运动服饰品牌属性关注趋势

图表 2012年12月运动服饰网民与全网网民性别分布对比

图表 2012年12月运动服饰行业网民年龄分布

图表 2013年Q4运动服饰网民与全网网民性别分布对比

图表 2011-2013年运动服出口数量统计表

图表 2011-2013年运动服出口金额统计表

图表 2007年以来我国纺织、服装出口退税率调整情况

图表 2012年1-12月主要贸易国棉制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要贸易国棉制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2014年1-8月主要贸易国棉制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要贸易国棉制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要贸易国棉制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2014年1-8月主要贸易国棉制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要省份棉制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要省份棉制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2014年1-8月主要省份棉制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要省份棉制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月份主要省份棉制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2014年1-8月主要省份棉制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要贸易国合成纤维制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要贸易国合成纤维制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2014年1-8月主要贸易国合成纤维制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要贸易国合成纤维制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要贸易国合成纤维制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2014年1-8月主要贸易国合成纤维制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要省份合成纤维制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要省份合成纤维制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2014年1-8月主要省份合成纤维制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要省份合成纤维制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月份主要省份合成纤维制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2014年1-5月主要省份合成纤维制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要贸易国其他纺织材料制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要贸易国其他纺织材料制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2014年1-8月主要贸易国其他纺织材料制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要贸易国其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要贸易国其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2014年1-5月主要贸易国其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要省份其他纺织材料制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要省份其他纺织材料制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2014年1-8月主要省份其他纺织材料制针织或钩编的运动服进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要省份其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月份主要省份其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

图表 2014年1-8月主要省份其他纺织材料制针织或钩编的运动服出口量及出口额情况

更多图表……

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/fuzhuang1409/B338274VGP.html>