2017-2023年中国运动服装行业发展趋势及投资战略研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国运动服装行业发展趋势及投资战略研究报告》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：https://www.chyxx.com/research/201708/549527.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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

报告目录：

第一章 2017年中国运动服装行业运行环境分析
第一节 2017年中国宏观经济环境分析
一、GDP历史变动轨迹分析
二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、2017年中国宏观经济发展预测分析
第二节 2017年中国运动服装行业政策环境分析
一、专业运动服装和防护用品通用技术规范
二、服装行业标准分析
三、相关政策影响分析

第二章 2017年全球体育用品行业发展状况分析
第一节 2017年国际体育用品行业发展概况
一、世界体育用品市场发展简况
二、美国体育用品市场发展状况探讨
三、德国体育用品市场发展综述
四、加拿大体育用品产业发展状况剖析
第二节 2017年中国体育用品行业发展状况分析
一、我国体育用品业发展回顾
二、我国体育用品市场发展状况解读
三、我国体育用品生产企业发展简述
四、我国体育用品产业加快整合进程
五、中国体育用品产业国际化发展状况概述
第三节 2017年中国体育用品产业集群发展分析
一、我国体育用品产业集群发展简况
二、我国体育用品产业集群发展的特征
三、体育用品产业集群的有利条件
四、中国体育用品产业集群发展存在的阻力
五、我国体育用品产业集群发展对策解析
第四节 2017年中国体育用品行业发展存在的问题
一、后奥运时期我国体育用品产业发展存在的不足
二、我国体育用品业发展中存在的若干问题
三、我国体育用品产业与发达国家之间存在的差距

第五节 2017年推动中国体育用品产业发展的建议
一、后奥运时期中国体育用品产业的发展策略
二、我国体育用品产业发展的途径
三、发展我国体育用品业的主要战略
四、发展中国体育用品市场的建议措施

第三章 2017年全球运动服装产业发展走势分析
第一节 运动服装概念、分类及历史沿革
一、简介
二、分类
三、运动服装发展的历史沿革
第二节 2017年国际运动服装产业发展概况
一、2017年世界运动服装市场发展概况分析
二、欧美运动服装市场发展简况
三、2017年美国运动服饰销售解析
四、法国体育服装市场持续下跌
五、孟加拉国致力成世界运动服采购中心

第四章 2017年中国运动服装行业运行态势分析
第一节 2017年中国运动服装产业发展状况分析
一、我国运动服装60年发展之路
二、我国运动服装产业立足标准化发展
三、时装化逐渐融入运动服装设计中
第二节 2017年中国运动服装市场发展状况分析
一、我国运动服装市场发展浅析
二、2017年我国运动服市场发展状况概述
三、我国运动服市场国内外品牌呈现国进洋退态势
四、新形势下国内运动服装企业向二三线市场快速扩张
五、中国运动服市场销售状况
第三节 2017年户外运动服装发展状况分析
一、户外运动服装面料的若干特征
二、我国户外运动服装市场发展状况
三、户外运动服装正成为时尚生活方式
四、2017年羊毛户外运动服装发展迅速
第四节 2017年中国运动服装企业上市热潮探析

一、收购——多品牌战略之路
二、市场——重视渠道建设
三、模式——“轻资产运营”与纵向一体化
四、国际化——重视路线与行动

第五章 2015-2017年中国服装制造行业主要数据监测分析
第一节 2015-2017年中国服装制造行业总体数据分析
一、2015年中国服装制造行业全部企业数据分析
二、2016年中国服装制造行业全部企业数据分析
三、2017年中国服装制造行业全部企业数据分析
第二节 2015-2017年中国服装制造行业不同规模企业数据分析
一、2015年中国服装制造行业不同规模企业数据分析
二、2016年中国服装制造行业不同规模企业数据分析
三、2017年中国服装制造行业不同规模企业数据分析
第三节 2015-2017年中国服装制造行业不同所有制企业数据分析
一、2015年中国服装制造行业不同所有制企业数据分析
二、2016年中国服装制造行业不同所有制企业数据分析
三、2017年中国服装制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2017年中国运动服装市场营销战略分析
第一节 2017年中国体育用品网络营销特征
一、网络营销成为体育用品类企业宣传的重要手段
二、网络营销的重点将放在企业形象的宣传
三、网络营销向精准化方向迈进
第二节 2017年运动服装主要营销策略分析
一、校园体验式营销透析
二、三级市场凭借价格营销取得良好发展
三、实现运动服装品牌营销的途径
四、运动服装主要营销手段分析
第三节 2017年中国运动品牌体育营销组合策略探讨
一、产品策略
二、价格策略
三、体育促销策略
四、体育营销分销渠道选择策略
第四节 运动服装“纵向切割”营销模式分析

一、运动服装“横向切割”发展之路
二、“横向切割”导致运动服装行业同质化严重
三、实施“纵向切割”实现品牌突围
第五节 2017年中国运动服装品牌发展状况分析
一、国内运动服装企业品牌建设历程
二、国内外运动服装品牌状况对比分析
三、我国体育用品品牌发展过程中存在的不足
四、提升我国本土运动服装品牌的策略
第六节 2017年主要国际运动服装品牌营销模式分析
一、阿迪达斯在中国市场的营销战略剖析
二、彪马主要营销策略分析
三、Kappa运动品牌营销模式剖析
四、美津浓百年经营战略分析
第七节 2017年国内主要运动服装品牌营销策略解析
一、李宁奥运整合营销剖析
二、安踏通过创新营销管理实现快速发展
三、匹克国际化营销模式解读
四、361度营销模式浅析
五、特步互动整合营销方式评析

第七章 2017年中国运动服装行业市场竞争格局分析
第一节 2017年中国体育用品国际竞争力分析
一、我国体育用品国际竞争力状况剖析
二、影响我国体育用品产业国际竞争力的多重因素
三、提升我国体育用品产业国际竞争力的战略
四、我国体育用品产业获得国际竞争地位的方法
第二节 2017年中国运动服装市场竞争状况分析
一、我国运动服装竞争日趋激烈
二、我国运动服装品牌与国际品牌竞争中存在的差距
三、著名运动服装品牌通过细分产品占据市场份额
四、通过高科技与文化理念来争夺市场
五、专业化高端运动服装具有强大的市场竞争力
第三节 2017年主要运动服装品牌对比竞争状况
一、2016年耐克与阿迪达斯在女性市场上的竞争解读
二、阿迪达斯与彪马竞争状况分析

三、阿迪达斯、耐克与李宁在中国市场的竞争状况浅析

第八章 2017年主要国际运动服装企业运营竞争力分析
第一节 耐克
一、公司简介
二、2016年耐克经营状况
三、2017年耐克经营状况
四、耐克的SWOT分析
第二节 阿迪达斯
一、公司简介
二、2016年阿迪达斯经营状况
三、2017年阿迪达斯经营状况
四、阿迪达斯欲发展户外运动服装市场
第三节 彪马
一、公司简介
二、2016年彪马经营状况
三、2017年彪马经营状况
第四节 日本美津浓株式会社
一、公司简介
二、2016年美津浓经营状况
三、2017年美津浓经营状况
四、美津浓推出高尔夫紧身衣系列产品
第五节 卡帕
一、公司简介
二、Kappa在中国成功发展的原因
三、Kappa通过网络旗舰店涉足网络营销
四、Kappa与中国滑雪协会进行战略合作

第九章 2017年中国主要运动服装优势企业竞争力分析
第一节 李宁体育用品有限公司
一、公司简介
二、2016年李宁经营状况分析
三、2017年李宁经营状况分析
四、李宁把握机会挑战阿迪达斯在中国市场的地位
五、李宁运用网络营销开拓运动服装新市场

第二节 安踏（中国）有限公司
一、公司简介
二、安踏采取一系列措施实现逆势上扬
三、2016年安踏经营状况分析
四、2017年安踏经营状况分析
五、2017年安踏订货金额同比增长16%
第三节 三六一度国际有限公司
一、企业简介
二、2017年361度经营状况
三、361度品牌发展成功的方法
第四节 特步（中国）有限公司
一、公司简介
二、特步发展状况分析
三、2016年特步国际经营状况分析
四、2017年特步国际经营状况分析
五、特步通过差异化发展战略取得市场优势
第五节 福建泉州匹克体育用品有限公司
一、公司简介
二、匹克竞争优势和业务策略
三、2017年匹克经营状况
四、匹克从自身出发制定企业社会责任战略
五、匹克进军一线市场取得初步成果
六、匹克通过专业化路线保障其发展

第十章 2017-2023年中国运动服装发展前景及趋势展望分析（ZY CW）
第一节 2017-2023年中国体育用品发展趋势及前景
一、美国体育用品行业未来主流趋向
二、2017年我国体育用品产业发展展望
三、我国户外运动用品市场未来前景分析
四、后奥运时代我国体育用品消费趋势解读
第二节 2017-2023年中国运动服装发展前景与趋势分析
一、运动服装市场前景看好
二、2017-2023年中国运动服装行业预测分析
三、运动服的未来发展方向浅析
四、随着宏观环境好转我国运动服装产业竞争趋向激烈

五、今后运动服装的发展方向

图表目录：

图表：2005-2017年国内生产总值
图表：2005-2017年居民消费价格涨跌幅度
图表：2017年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）
图表：2005-2017年国家外汇储备
图表：2005-2017年财政收入
图表：2005-2017年全社会固定资产投资
图表：2017年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）
图表：2017年固定资产投资新增主要生产能力
图表：2016年以来三次退税率调整涉及到的主要体育用品
图表：2016年美国消费者穿着运动服饰从事其他活动调查
图表：2016年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：2006-2017年品牌运动服前十位市场占有率
图表：中国体育用品类网络广告投放费用及增长率
图表：中国体育用品类细分行业网络广告投放费用情况
图表：体育用品类广告主网络广告投放费用媒体频道排名比较
图表：1994-2017年我国运动服装市场竞争格局
图表：新锐服装品牌利用“纵向切割”取得的成就
图表：Kappa对国内运动品牌的纵向切割
图表：从产品、推广、营销方面纵向切割手法例举
图表：2008-2016财年耐克主要财务数据
图表：2008-2016财年耐克不同地区收入情况
图表：2007-2016财年耐克不同产品收入情况
图表：2016-2017财年耐克综合损益表
图表：2016-2017财年耐克不同地区净收入情况
图表：2007-2017年阿迪达斯综合损益表
图表：2007-2017年阿迪达斯旗下阿迪达斯品牌主要财务数据
图表：2007-2017年阿迪达斯旗下锐步品牌主要财务数据
图表：2007-2017年阿迪达斯旗下TalyorMade－阿迪达斯高尔夫品牌主要财务数据
图表：2004-2017年阿迪达斯不同地区净销售额情况
图表：2004-2017年阿迪达斯不同类别产品净销售额情况
图表：2008-2017年阿迪达斯综合损益表

图表：2008-2017年阿迪达斯不同品牌净销售额情况
图表：2008-2017年阿迪达斯不同地区净销售额情况
图表：2007-2017年彪马损益表
图表：2007-2017年彪马不同地区主要财务数据情况
图表：2007-2017年彪马不同产品主要财务数据情况
图表：2008-2017年彪马主要财务数据
图表：2008-2017年彪马不同产品主要财务数据情况
图表：2005-2017年美津浓综合损益表
图表：2005-2017年美津浓不同业务净销售额情况
图表：2005-2017年美津浓不同地区净销售额情况
图表：2008-2017年美津浓不同地区净销售额情况
图表：安踏（中国）有限公司主要经济指标走势图
图表：安踏（中国）有限公司经营收入走势图
图表：安踏（中国）有限公司盈利指标走势图
图表：安踏（中国）有限公司负债情况图
图表：安踏（中国）有限公司负债指标走势图
图表：安踏（中国）有限公司运营能力指标走势图
图表：安踏（中国）有限公司成长能力指标走势图
图表：福建泉州匹克体育用品有限公司主要经济指标走势图
图表：福建泉州匹克体育用品有限公司经营收入走势图
图表：福建泉州匹克体育用品有限公司盈利指标走势图
图表：福建泉州匹克体育用品有限公司负债情况图
图表：福建泉州匹克体育用品有限公司负债指标走势图
图表：福建泉州匹克体育用品有限公司运营能力指标走势图
图表：福建泉州匹克体育用品有限公司成长能力指标走势图

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201708/549527.html