



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年运动服装市场供需 预测及投资战略研究报告

一、调研说明

《2012-2016年运动服装市场供需预测及投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/207456.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

运动服装是典型的“舶来品”。在中国古代，人们在进行体育运动时一般就穿日常的生活服装，没有独立出来的服装门类。随着时代的发展，到了19世纪中期，欧洲各项体育运动开始蓬勃发展起来。为了更好的配合体育运动，提高成绩，出现了专门为狩猎、高尔夫球等运动设计的体育服装。几十年后的19世纪90年代，随着欧洲女人们也开始参与网球、自行车以及游泳等运动，网球服和横条纹的水手衫变得流行起来。到了20世纪，各种专门的运动服装变得越来越多，并迅速推广流传到世界各地。我国的运动员是从1911年全国运动会才开始使用运动服装的。

目前我国运动服装行业发展形势并不乐观，运动服装行业面临洗牌的局势已定，运动服装企业亟需升级以实现突破。行业发展到一定阶段必然会引发品牌升级，我国当前超过30亿规模的运动品牌不少于10家，通过行业洗牌，淘汰了一些竞争能力较差的企业，对于运动服装产业的长远健康发展是有好处的。当前我国本土品牌也面临很多困境，在产品同质化严重的现状下，我国本土品牌在北京奥运会之后并没有很好地成长起来。相反，我国本土运动服装产业，正担负着内忧外患的压力：一方面，高溢价的洋品牌耐克、阿迪达斯两大巨头牢牢控制着我国运动品牌的高端市场，并靠下沉策略和亲民价格快速吞噬着我国运动服装市场；另一方面，国内本土品牌之间的竞争日益白热化，同时迅速成长起来的运动休闲市场对传统运动品牌也带来巨大的冲击。

就我国运动服装市场的发展趋势而言，突出表现为总量上的快速增加，并且由以往的单调转向多元化，形成追求新、奇、美的个性化消费模式。随着收入差异的扩大，扩大了消费差距，高收入阶层趋向高品位、高档次的消费，而对于大多数中低收入阶层的人来说，跑步、做操、爬山等无特殊要求的体育项目更易参加。所以收入不同的阶层，在其运动休闲方面的消费倾向存在差异，这也使的运动休闲的消费趋势趋向多元化；受生活环境不断变化的影响，人们本来就各具有特点的价值观念、审美观、消费观也会渐变且越来越纷繁多样，这将使服装需求日新月异。因此，运动休闲装的消费将是多元化和多层次的，并随着生活水平的不断提高而呈现从低层次向高层次的渐变。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年运动服装市场供需预测及投资战略研究报告》共十五章。首先介绍了中国运动服装行业的概念，接着分析了中国运动服装行业发展环境，然后对中国运动服装行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国运动服装行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国运动服装行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录

第一章 运动服装行业概述

第一节 运动服装行业定义

第二节 运动服装行业分类情况

第三节 运动服装行业发展历程

第二章 中国运动服装行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

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、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年中国运动服装行业政策环境分析

一、行业相关政策分析

二、相关行业标准分析

第三节 2011-2012年中国运动服装行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2011-2012年运动服装行业技术环境分析

一、休闲运行服装技术需求分析

二、职业运行服装技术需求分析

第三章 全球运动服装行业发展分析

第一节 2011年全球运动服装市场分析

一、全球运动服装市场现状分析

二、全球运动服装市场走势分析

三、全球运动服装市场竞争分析

四、全球运动服装市场规模预测

第二节 2011年全球主要国家运动服装市场分析

一、美国运动服装市场需求分析

二、法国运动服装市场发展分析

三、英国女运动服装市场分析

四、俄罗斯运动服装市场分析

五、韩国运动服装市场分析

第四章 全球运动服装企业分析

第一节 耐克 (Nike)

一、公司简介

二、2011-2012年公司运行战略分析

三、公司竞争力分析

第二节 阿迪达斯 (Adidas)

一、公司简介

二、2011-2012年公司运行战略分析

三、公司竞争力分析

第三节 锐步 (Reebok)

一、公司简介

二、2011-2012年公司运行战略分析

三、公司竞争力分析

第四节 匡威 (Converse)

一、公司简介

二、2011-2012年公司运行战略分析

三、公司竞争力分析

第五章 中国运动服装行业发展现状分析

第一节 中国运动服装行业发展分析

一、运动服装行业发展特点分析

二、运动服装行业消费者品牌意识分析

三、运动服装细分行业发展分析

四、运动服装行业发展对策分析

第二节 2011-2012年运动服装市场发展分析

一、2011运动服装市场分析

二、2011年运动服装品牌占有率分析

三、2012年运动服装市场分析

四、2012年运动服装品牌占有率分析

第三节 2011-2012年运动服装品牌发展分析

一、中国运动服装品牌发展现状分析

二、国际运动服装品牌在中国运动服装市场的发展动态分析

三、国内外运动服装品牌比较分析

四、中国运动服装品牌发展关键因素分析

第四节 中国运动服装行业面临的挑战及发展建议

一、影响运动服装行业发展的因素分析

二、运动服装行业面临的挑战分析

三、运动服装行业发展的对策分析

第六章 中国户外运动服装市场分析

第一节 2011年户外运动服装行业概述

一、户外运动服装面料种类分析

二、户外运动服装面料市场变化分析

三、国内外户外运动服装面料竞争分析

第二节 2011年户外运动服装市场分析

一、户外运动服装市场分析

二、户外运动服装市场需求分析

三、户外运动服装市场规范分析

第三节 2011年户外运动服装市场营销分析

一、户外运动服装销售渠道分析

二、户外运动服装营销方式分析

第七章 中国纺织服装行业数据分析

第一节 2009-2011年中国纺织服装行业总体数据分析

一、2009年中国纺织服装行业全部企业数据分析

二、2010年中国纺织服装行业全部企业数据分析

三、2011年中国纺织服装行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国纺织服装行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国纺织服装行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国纺织服装行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国纺织服装行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国纺织服装行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国纺织服装行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国纺织服装行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国纺织服装行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国化纤行业发展分析

第一节 2011-2012年纺织行业总体发展情况

一、2011年纺织行业经济运行分析

二、2011年纺织行业主要经济指标分析

三、2011年纺织市场现状分析

四、2012年纺织市场走势分析

第二节 2011年化纤市场供需分析

一、2011年化纤产量分析

二、2011年化纤需求分析

三、2012-2016年化纤供需预测

第三节 2011-2012年化纤市场价格分析

一、化纤市场行情分析

二、影响化纤市场价格的因素分析

三、化纤市场行情走势

第九章 中国运动服装行业竞争分析

第一节 2011-2012年运动服装行业集中度分析

一、运动服装市场集中度分析

二、运动服装区域集中度分析

三、运动服装企业集中度分析

第二节 2011-2012年运动服装行业竞争格局分析

一、运动服装市场品牌格局分析

二、运动服装销售市场格局分析

第三节 2011-2012年运动服装市场竞争分析

一、运动服装市场竞争现状分析

二、运动服装企业竞争动态分析

三、运动服装行业竞争策略研究

第十章 中国运动服装行业重点企业分析

第一节 李宁有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第二节 安踏体育用品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第三节 361度国际有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第四节 特步（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第五节 福建匹克集团

一、企业概况

- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第十一章 中国运动服装行业发展前景分析

第一节 2012-2016年服装市场发展前景分析

- 一、中国服装产业的前景预测
- 二、中国服装产业的发展趋势
- 三、中国服装产业未来的发展方向

第二节 2012-2016年运动服装市场发展前景分析

- 一、2012-2016年运动服装市场发展潜力分析
- 二、2012-2016年运动服装市场发展方向分析
- 二、2012-2016年运动服装市场发展前景分析

第十二章 中国运动服装行业发展趋势分析

第一节 对运动服装市场发展预测

- 一、2012-2016年运动服装市场供给预测
- 二、2012-2016年运动服装市场需求预测
- 三、2012-2016年运动服装市场规模预测

第二节 2012-2016年运动服装市场发展趋势

- 一、2012-2016年运动服装行业发展趋势
- 二、2012-2016年运动服装市场发展趋势
- 三、2012-2016年运动服装产品发展趋势

第十三章 运动服装整体行业发展规划分析

第一节 2012-2016年纺织服装行业发展规划分析

- 一、纺织服装行业发展机会分析
- 二、纺织服装行业发展机遇分析
- 三、纺织服装行业发展规划分析

第二节 2012-2016年运动服装行业发展规划分析

- 一、运动服装行业发展机会分析
- 二、运动服装行业发展机遇分析

三、运动服装行业发展规划分析

第十四章 中国运动服装行业投资分析

第一节 2012-2016年运动服装行业投资分析

- 一、运动服装市场投资现状
- 二、运动服装市场投资机会分析
- 三、对运动服装市场投资分析

第二节 2012-2016年运动服装行业投资风险分析

- 一、运动服装行业市场风险预测
- 二、运动服装行业政策风险预测
- 三、运动服装行业经营风险预测
- 四、运动服装行业竞争风险预测
- 五、运动服装行业其他风险预测

第三节 2012-2016年运动服装行业投资战略分析

- 一、运动服装市场投资策略分析
- 二、运动服装细分市场投资策略分析
- 三、对运动服装行业的投资建议

第十五章 中国运动服装行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

- 一、运动服装价格策略分析
- 二、运动服装渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 对我国运动服装品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、运动服装实施品牌战略的意义
- 三、运动服装企业品牌的现状分析
- 四、我国运动服装企业的品牌战略
- 五、运动服装品牌战略管理的策略

第四节 运动服装企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

通过《2012-2016年运动服装市场供需预测及投资战略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/207456.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。