



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国运动服装行业市场分 析及发展趋势研究报告（10月 版）

一、调研说明

《2007年中国运动服装行业市场分析及发展趋势研究报告（10月版）》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/47424.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

未来几年全球纺织服装市场不会有剧烈的变动，但是随着中国和印度纺织服装工业服务水平与高科技含量的不断提高，两国市场将呈现稳定增长的态势。到2015年，生产和消费基地将日渐集中，中国和印度会成为新的消费大本营。目前，运动服饰在中国还处于发展的初级阶段，市场还有很大的空间。据统计，目前我国运动服装消费群体实际不足2亿人，尚有2亿人的空间待开发，运动服装前景广阔。

随着我国人民生活 and 收入水平的不断提高，全民健身计划的实施，人们健康意识的日益增强，加上2008年北京奥运会的日益临近等诸多因素的影响，使得中国运动服装业空前繁荣，运动服装业发展前景诱人。2007年我国运动服装的市场消费水平将实现大幅度增长，中国运动服装产业将迎来空前的发展“黄金期”，而运动服装市场的竞争也将愈演愈烈。看到了中国市场的巨大潜力后，各大运动品牌的跨国巨头纷纷加大在华的投资力度或者是改变其在中国营销策略，面对洋品牌的强劲攻势以及中国入世后市场壁垒降低甚至消失等不利因素，国产品牌也在纷纷采取措施救市、抢市。一时之间，中国的运动服装市场上硝烟弥漫。中外品牌在运动服饰市场针尖对麦芒，竞争也日趋白热化，共同演绎出运动服装市场空前的盛况。目前国内体育用品行业增长迅猛，市场占有率向少数知名品牌集中。预计2008年中国体育运动服饰市场规模将达到460亿元人民币，年复合增长率为22.6%。由于大型体育运动服饰品牌在中国已经有着较高的市场增长率，到2010年，这些知名品牌将继续扩大市场份额。而一些知名度低、分散的品牌经营将更加艰难。而出口方面，受到多方面不利因素影响，2007年我国服装出口正在放慢，但价格呈现稳步增长。我国服装竞争能力在国际市场上依然强劲，竞争优势短期内无法撼动。

预计到2008年中国国内体育用品市场的规模将达到550亿至800亿元人民币，中国二、三级市场十分巨大，其中一半以上（约470亿元人民币）的市场是在二级和三级市场。未来几年，中国运动服装行业必将迎来一个充满生机的全新发展时期。面对快速增长的运动服装市场，我国运动服装企业该如何把握时机，迎接挑战，并根据行业发展趋势制定发展战略呢？

本研究咨询报告依据国家统计局、国家海关总署、国家发改委、国家体育总局、全国商业信息中心、中国服装协会、中国行业研究网等单位公布和提供的大量资料，结合对运动服装企业进行实地考察、访谈等广泛的市场调查，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，为企业了解目前运动服装市场发展现状，把握市场发展趋势，制定发展战略

提供了大量的信息资料和有利的参考依据。本报告重点分析了中国运动服装市场发展现状及发展特点、运动服装销售情况、运动服装生产区域分布情况、运动服装进出口情况、中国运动服装市场竞争格局、运动服装市场的发展趋势等。并深入研究了世界运动服装需求的总体规模与欧美各国需求的具体情况。也深入分析了中国运动服装市场的总体需求规模，对北京、上海、广州与成都等地区的运动服装市场进入了更进一步的探讨。同时，针对运动服装行业的现状，对世界运动服装市场的发展趋势以及未来世界运动服装市场的热点问题作出了相关的预测。报告在结合有关专家、大量的实际调查情况下，对我国目前运动服装的投资热点问题以及运动服装未来发展趋势作出了建设性的预测。另外，对运动服装企业市场策略总结的基础上提出新的举措，为新的市场竞争提供了战略方面的指导。

【 目 录 】

第一部分 行业现状分析

第一章 运动服装相关定义及投资特性 1

第一节 运动服装的定义及分类 1

一、运动服装的概念 1

二、运动服装的分类 3

第二节 运动服装市场的投资特性 4

一、运动服装行业的定义 4

二、我国运动服装行业特点 4

三、运动服装行业的投资特性 7

四、纺织服装业景气度分析 11

第二章 关联行业发展情况分析 13

第一节 2007我国服装行业发展状况分析 13

一、2007年我国服装业运行情况 13

二、2007年我国服装产量分析 15

三、2007年我国纺织服装制造业主要经济指标分析 22

四、2007年我国服装业进出口分析 69

五、纺织服装行业发展趋势预测 82

第二节 2007我国缝制设备行业发展状况分析	83
一、2007年我国缝制设备行业运行情况	83
二、2007年我国缝制设备行业进出口分析	95
三、2007年我国缝制设备面临行业整合	98
四、2007年缝制设备行业投资机会分析	100
五、缝制设备行业发展趋势分析	103
第三节 2007我国服装面料行业发展状况分析	105
一、2007年我国面料行业运行情况	105
二、2007年色纺面料发展状况	110
三、2007年记忆面料发展状况	112
四、2007年长绒面料发展状况	114
五、2007年面料业增长方式转变	116
六、2007年我国服装面料行业进出口分析	119
七、服装面料行业发展对策	121
八、服装面料行业发展趋势	122
第四节 2007我国户外运动用品行业发展状况分析	123
一、中国户外运动用品市场现状	123
二、中国户外运动用品市场发展方向	125
三、2007年户外运动用品市场发展状况	126
第三章 运动服装行业发展现状	129
第一节 世界运动服装市场发展概况	129
一、世界运动服市场发展状况	129
二、世界运动服市场的分布格局	131
三、2007年国际纺织服装贸易界发展动态	132
第二节 中国运动服装市场发展现状	134
一、我国运动服装行业发展现状分析	134
二、现阶段中国运动服装市场发展特点	135
三、中国运动服装供给区域分布格局	141
四、2007年我国运动服装市场行情	144
五、2007年我国运动服装销售情况	144
六、2007年民营运动品牌发展状况	145

七、2007年运动服装行业标准制定情况 146

第三节 运动服装区域市场分析 148

一、2007年绍兴运动服装市场发展状况 148

二、2007年石狮运动服装市场发展状况 149

三、2007年晋江运动服装市场发展状况 152

四、2007年宁波运动服装市场发展状况 159

五、2007年福建运动服装市场发展状况 160

六、2007年平湖运动服装市场发展状况 163

第二部分 行业进出口分析

第四章 2007中国运动服装进出口分析 167

第一节 2007年中国运动服装进口分析 167

一、2007针织或钩编的运动服进口数据分析 167

二、2007年针织或钩编的滑雪服进口数据分析 169

三、2007年针织或钩编的游泳服进口数据分析 171

四、2007年针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心进口数据分析 173

第二节 2007年中国运动服装出口分析 176

一、2007针织或钩编的运动服出口数据分析 176

二、2007年针织或钩编的滑雪服出口数据分析 178

三、2007年针织或钩编的游泳服出口数据分析 180

四、2007年针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心出口数据分析 182

第三节 中国运动服装出口贸易壁垒与应对措施 184

一、中国运动服装出口贸易壁垒分析 184

二、中国运动服装企业扩大出口的对策 185

三、应对运动服装出口贸易壁垒策略分析 188

四、2007年输欧纺织品服装配额销售情况 190

五、2007年中欧协议类别清关率 191

六、2007年美国对中国纺织品实施限制最新情况 191

七、2007至2008年后纺织服装贸易形势分析 193

第四节 知名运动服装企业成功开拓国际市场借鉴 195

一、李宁开拓俄罗斯国家市场 195

二、美国运动休闲鞋拓展欧洲市场 200

三、意大利运动服饰-Lotto拓展广州市场 202

第五章 中国运动服装主要进出口市场分析 209

第一节 美国运动服装市场分析 209

- 一、美国运动服装市场发展概况 209
- 二、2007年美国纺织品和服装进出口状况 220
- 三、中国服装进入美国市场策略分析 221

第二节 法国运动服装市场分析 224

- 一、法国运动服装市场发展概况 224
- 二、2007年法国运动服装消费趋势 228
- 三、2007年法国从中国进口服装情况 228

第三节 越南运动服装市场分析 229

- 一、越南服装市场发展概况 229
- 二、2007年越南服装出口状况 231
- 三、2007年越南服装出口中国情况 231

第四节 其他国家地区运动服装市场 232

- 一、2007年泰国运动服装行业发展状况 232
- 二、2007年韩国运动服装行业发展状况 234
- 三、2007年德国运动服装行业发展状况 236

第三部分 消费者分析及需求预测

第六章 运动服装消费分析 239

第一节 服装消费心理与行为分析 239

- 一、影响顾客对服装购买的核心要素 239
- 二、服装消费心理与行为分析 245

第二节 青年消费者市场分析 247

- 一、目标消费群体中青年的构成分析 247
- 二、青少年运动服装消费调查分析 249

第三节 运动服装消费者市场细分 256

- 一、我国人口细分与运动服装市场人口结构 256
- 二、年龄结构细分与运动服装市场消费结构 257
- 三、消费者利益细分市场与运动服装市场消费结构 258

四、地理位置细分市场与运动服装市场	259
第四节 消费者购买偏好分析	259
一、品牌偏好分析	259
二、颜色偏好分析	262
三、商品价格分析	263
四、流行趋势分析	266
第七章 运动服装营销分析	267
第一节 设计与营销分析	267
一、以设计为中心的服装品牌思维分析	267
二、以顾客和利润为中心的服装品牌思维分析	268
三、设计与市场结合的营销分析	268
第二节 李宁的非奥运营销策略分析	270
一、李宁的奥运营销策略	271
二、李宁的曲线救国之策	272
三、非奥运营销策略分析	274
第三节 彪马的游击营销策略分析	276
一、老品牌建立新的生活态度	276
二、按“生活态度”细分消费者	277
三、低价而高回报的营销活动	278
四、跨界联合提升品牌影响力	279
第四节 老年服装市场的分析及营销策略	280
一、老年服装市场发展现状	280
二、老年服装市场商机无限	280
三、老年服装市场存在问题	281
四、老年服装市场营销策略	282
第四部分 行业竞争分析	
第八章 运动服装销售渠道分析	285
第一节 中国服装零售渠道发展状况	285
一、中国零售渠道的转变	285
二、中国渠道支撑的需求	286

三、渠道催生出品牌诞生	286
四、渠道发展存在的问题	288
五、零售终端信息化需求	290
第二节 中国运动服装国内销售渠道构成	291
一、大型商场/百货公司	291
二、普通商场/服装店	292
三、户外运动服装专卖店	292
四、商场、超市及连锁店	292
五、批发市场	293
六、邮购	293
七、网上销售	293
第九章 运动服装市场竞争分析	295
第一节 2007年我国运动服装市场竞争分析	295
一、市场定位之战	295
二、市场策略之战	296
三、运动品牌竞争海滩原理分析	298
四、中外运动服装品牌各领风骚	300
五、内外之战看核心竞争力	303
第二节 2007年国际运动品牌和本土品牌的竞争	304
一、2007年国际运动品牌发展状况	304
二、2007年本土运动品牌发展状况	305
三、本土运动品牌应采取的策略	306
四、2008年奥运将成为集中考核期	308
五、运动服装的奥运大战新趋势	309
第三节 中国运动服装行业微观竞争局势分析	316
一、中国运动服装竞争分布格局	316
二、运动服装市场品牌竞争分析	317
三、运动服装市场广告竞争分析	321
四、运动服装市场产品竞争分析	323
五、运动服装营销竞争分析	325

第十章 国际知名运动服装品牌分析	331
第一节 耐克公司 (NIKE)	331
一、企业概况	331
二、2007年经营发展状况	331
三、耐克公司SWOT分析	334
四、耐克的营销组织变革	336
五、女性运动品营销	338
第二节 德国阿迪达斯公司 (ADIDAS)	339
一、企业概况	339
二、2007年经营发展状况	340
三、2007年锐步品牌状况	343
四、阿迪达斯与奥运会	344
五、Acceptor品牌中国市场传播攻略	347
六、阿迪达斯战略转型分析	349
第三节 匡威公司 (CONVERSE)	362
一、企业概况	362
二、中国市场开发情况	363
三、营销策略	366
第四节 德国彪马公司 (PUMA)	367
一、企业概况	367
二、2007年经营发展状况	369
三、奥运营销战略	370
四、中国市场发展计划	372
第十一章 中国优势运动服装企业分析	375
第一节 李宁有限公司	375
一、企业概况	375
二、2007年经营发展状况	376
三、李宁公司的奥运战略	379
四、品牌推广战略	380
五、市场策略	381
第二节 广州康威体育用品股份有限公司	388

一、企业概况	388
二、2007年经营发展状况	389
三、康威与李宁的竞争分析	390
四、市场运作策略	394
五、2008年发展规划	395
第三节 安踏体育用品有限公司	397
一、企业概况	397
二、2007年经营发展状况	400
三、竞争优势分析	405
四、品牌建设	412
五、人才政策	413
第四节 青岛双星股份有限公司	415
一、企业概况	415
二、2007年经营发展状况	417
三、2007年财务分析	419
四、优劣势分析	424
五、双星品牌战略	428
第五节 福建凤竹纺织科技股份有限公司	430
一、企业概况	430
二、2007年经营发展状况	430
三、2007年财务分析	433
四、奥运策略	438
第六节 格威特体育用品有限公司	441
一、企业概况	441
二、格威特品牌理念	441
第五部分 发展趋势及策略	
第十二章 运动服装市场发展趋势与策略	443
第一节 我国运动服装需求发展趋势预测	443
一、运动服装面料与产品发展趋势	443
二、中国运动服装市场潜力分析	449
三、运动服装功能性趋势分析	452

四、老年运动服装市场前景分析	454
五、户外运动服装市场前景分析	459
六、运动服装功能性面料的需求	463
七、2007年我国运动服装的发展趋势	468
八、2008年我国运动服装的发展方向	471
第二节 我国运动服装发展策略分析	472
一、运动服装的品牌建设策略	472
二、运动服装的渠道开发策略	480
三、运动服装的营销选择策略	484
第三节 毗邻服装专卖店的竞争策略	495
一、比拼产品增强内功	495
二、款式各异优势互补	496
三、扎堆开店吸引客流	496
第四节 阿迪达斯王国的供应链策略	497
一、阿迪达斯的传奇	497
二、外包物流保障王国运转	498
三、扩大网点与结合代工的保障供应链战略	501
附录 世界排名前十的服装品牌	503

图表目录

图表：运动服装层次需求特点与影响因数	2
图表：运动服装分类以及分类运动服装的特点	3
图表：世界十大纺织品出口方劳动力成本比较	9
图表：2007年1-8月服装产量全国合计	15
图表：2007年1-8月服装产量北京市合计	15
图表：2007年1-8月服装产量天津市合计	15
图表：2007年1-8月服装产量河北省合计	16
图表：2007年1-8月服装产量山西省合计	16
图表：2007年1-8月服装产量辽宁省合计	16
图表：2007年1-8月服装产量吉林省合计	16
图表：2007年1-8月服装产量黑龙江合计	17

图表：2007年1-8月服装产量上海市合计	17
图表：2007年1-8月服装产量江苏省合计	17
图表：2007年1-8月服装产量浙江省合计	17
图表：2007年1-8月服装产量安徽省合计	18
图表：2007年1-8月服装产量福建省合计	18
图表：2007年1-8月服装产量江西省合计	18
图表：2007年1-8月服装产量山东省合计	18
图表：2007年1-8月服装产量河南省合计	19
图表：2007年1-8月服装产量湖北省合计	19
图表：2007年1-8月服装产量湖南省合计	19
图表：2007年1-8月服装产量广东省合计	19
图表：2007年1-8月服装产量广西区合计	20
图表：2007年1-8月服装产量重庆市合计	20
图表：2007年1-8月服装产量四川省合计	20
图表：2007年1-8月服装产量贵州省合计	20
图表：2007年1-8月服装产量云南省合计	21
图表：2007年1-8月服装产量陕西省合计	21
图表：2007年1-8月服装产量甘肃省合计	21
图表：2007年1-8月服装产量新疆区合计	21
图表：2007年1-8月服装产量宁夏区合计	22
图表：2007年1-8月服装产量内蒙古合计	22
图表：2007年1-8月服装产量青海省合计	22
图表：2007年1-8月全国纺织服装制造业主要经济指标	22
图表：2007年1-8月北京市纺织服装制造业主要经济指标	24
图表：2007年1-8月天津市纺织服装制造业主要经济指标	25
图表：2007年1-8月河北省纺织服装制造业主要经济指标	27
图表：2007年1-8月山西省纺织服装制造业主要经济指标	29
图表：2007年1-8月内蒙古纺织服装制造业主要经济指标	30
图表：2007年1-8月辽宁省纺织服装制造业主要经济指标	32
图表：2007年1-8月吉林省纺织服装制造业主要经济指标	33
图表：2007年1-8月黑龙江纺织服装制造业主要经济指标	35
图表：2007年1-8月上海市纺织服装制造业主要经济指标	36

图表：2007年1-8月江苏省纺织服装制造业主要经济指标	38
图表：2007年1-8月浙江省纺织服装制造业主要经济指标	39
图表：2007年1-8月安徽省纺织服装制造业主要经济指标	41
图表：2007年1-8月福建省纺织服装制造业主要经济指标	42
图表：2007年1-8月江西省纺织服装制造业主要经济指标	44
图表：2007年1-8月山东省纺织服装制造业主要经济指标	45
图表：2007年1-8月河南省纺织服装制造业主要经济指标	47
图表：2007年1-8月湖北省纺织服装制造业主要经济指标	48
图表：2007年1-8月湖南省纺织服装制造业主要经济指标	50
图表：2007年1-8月广东省纺织服装制造业主要经济指标	51
图表：2007年1-8月广西区纺织服装制造业主要经济指标	53
图表：2007年1-8月海南省纺织服装制造业主要经济指标	54
图表：2007年1-8月重庆市纺织服装制造业主要经济指标	56
图表：2007年1-8月四川省纺织服装制造业主要经济指标	57
图表：2007年1-8月贵州省纺织服装制造业主要经济指标	59
图表：2007年1-8月云南省纺织服装制造业主要经济指标	60
图表：2007年1-8月陕西省纺织服装制造业主要经济指标	62
图表：2007年1-8月甘肃省纺织服装制造业主要经济指标	63
图表：2007年1-8月青海省纺织服装制造业主要经济指标	65
图表：2007年1-8月宁夏区纺织服装制造业主要经济指标	66
图表：2007年1-8月新疆区纺织服装制造业主要经济指标	68
图表：2007年1-8月我国纺织品服装出口价格指数	73
图表：2007年1-8月我国纺织品服装分省市出口额统计	74
图表：2001-2007年服装出口创汇增幅情况	75
图表：2001-2007年服装出口价格和同比图	76
图表：2007年1-7月服装出口各贸易方式情况	79
图表：2007年1-7月服装出口前6省市情况	79
图表：1996 - 2010年世界服装贸易与运动服装贸易对照表	129
图表：1996-2010年运动服装贸易增长表	129
图表：1996-2010年世界运动服装贸易趋势图	130
图表：1996-2004年世界运动服装销售变化趋势图	130
图表：国产运动品牌状况比较分析表	135

图表：2005年1-12月全国重点大型百货商场旅游运动鞋销售情况	136
图表：中国运动服装企业区域分布格局	143
图表：中国运动服装企业所有制构成图	143
图表：2007年1-8月针织或钩编的运动服进口数据	167
图表：2007年1月针织或钩编的运动服进口数据	167
图表：2007年2月针织或钩编的运动服进口数据	167
图表：2007年3月针织或钩编的运动服进口数据	168
图表：2007年4月针织或钩编的运动服进口数据	168
图表：2007年5月针织或钩编的运动服进口数据	168
图表：2007年6月针织或钩编的运动服进口数据	168
图表：2007年7月针织或钩编的运动服进口数据	169
图表：2007年8月针织或钩编的运动服进口数据	169
图表：2007年1-8月针织或钩编的滑雪服进口数据	169
图表：2007年1月针织或钩编的滑雪服进口数据	169
图表：2007年2月针织或钩编的滑雪服进口数据	170
图表：2007年3月针织或钩编的滑雪服进口数据	170
图表：2007年4月针织或钩编的滑雪服进口数据	170
图表：2007年5月针织或钩编的滑雪服进口数据	170
图表：2007年6月针织或钩编的滑雪服进口数据	170
图表：2007年7月针织或钩编的滑雪服进口数据	171
图表：2007年8月针织或钩编的滑雪服进口数据	171
图表：2007年1-8月针织或钩编的游泳服进口数据	171
图表：2007年1月针织或钩编的游泳服进口数据	171
图表：2007年2月针织或钩编的游泳服进口数据	172
图表：2007年3月针织或钩编的游泳服进口数据	172
图表：2007年4月针织或钩编的游泳服进口数据	172
图表：2007年5月针织或钩编的游泳服进口数据	172
图表：2007年6月针织或钩编的游泳服进口数据	173
图表：2007年7月针织或钩编的游泳服进口数据	173
图表：2007年8月针织或钩编的游泳服进口数据	173
图表：2007年1-8月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心进口数据	173
图表：2007年1月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心进口数据	174

图表：2007年2月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心进口数据	174
图表：2007年3月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心进口数据	174
图表：2007年4月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心进口数据	174
图表：2007年5月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心进口数据	175
图表：2007年6月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心进口数据	175
图表：2007年7月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心进口数据	175
图表：2007年8月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心进口数据	175
图表：2007年1-8月针织或钩编的运动服出口数据	176
图表：2007年1月针织或钩编的运动服出口数据	176
图表：2007年2月针织或钩编的运动服出口数据	176
图表：2007年3月针织或钩编的运动服出口数据	176
图表：2007年4月针织或钩编的运动服出口数据	177
图表：2007年5月针织或钩编的运动服出口数据	177
图表：2007年6月针织或钩编的运动服出口数据	177
图表：2007年7月针织或钩编的运动服出口数据	177
图表：2007年8月针织或钩编的运动服出口数据	178
图表：2007年1-8月针织或钩编的滑雪服出口数据	178
图表：2007年1月针织或钩编的滑雪服出口数据	178
图表：2007年2月针织或钩编的滑雪服出口数据	178
图表：2007年3月针织或钩编的滑雪服出口数据	179
图表：2007年4月针织或钩编的滑雪服出口数据	179
图表：2007年5月针织或钩编的滑雪服出口数据	179
图表：2007年6月针织或钩编的滑雪服出口数据	179
图表：2007年7月针织或钩编的滑雪服出口数据	179
图表：2007年8月针织或钩编的滑雪服出口数据	180
图表：2007年1-8月针织或钩编的游泳服出口数据	180
图表：2007年1月针织或钩编的游泳服出口数据	180
图表：2007年2月针织或钩编的游泳服出口数据	180
图表：2007年3月针织或钩编的游泳服出口数据	181
图表：2007年4月针织或钩编的游泳服出口数据	181
图表：2007年5月针织或钩编的游泳服出口数据	181
图表：2007年6月针织或钩编的游泳服出口数据	181

图表：2007年7月针织或钩编的游泳服出口数据 182

图表：2007年8月针织或钩编的游泳服出口数据 182

图表：2007年1-8月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心出口数据 182

图表：2007年1月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心出口数据 182

图表：2007年2月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心出口数据 183

图表：2007年3月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心出口数据 183

图表：2007年4月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心出口数据 183

图表：2007年5月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心出口数据 183

图表：2007年6月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心出口数据 184

图表：2007年7月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心出口数据 184

图表：2007年8月针织或钩编的T恤衫、汗衫、背心出口数据 184

图表：2007年中欧协议类别清关情况统计表 191

图表：2007年美国对中国纺织品限制最新情况 191

图表：2004年美国运动鞋市场销售结构图 212

图表：美国运动服装渠道构成图 217

图表：1998-2004年前6个月美国体育用品进口比较 218

图表：2002-2004年部分亚洲国家出口美国的运动鞋所占的份额 218

图表：美国运动鞋进口国家状况分析图 219

图表：2003-2004年美国各类体育用品进口情况 219

图表：2007年1-8月美国纺织品和服装进口情况 220

图表：运动服装市场消费者构成比例图 248

图表：京沪青少年的消费结构 249

图表：青少年的消费理念 250

图表：青少年对运动服装名牌的看法 251

图表：青少年对运动服装名牌的态度 252

图表：青少年对名牌运动服装打折消费的态度 252

图表：对假冒运动服装名牌的看法 252

图表：青少年一周的媒体接触情况 253

图表：京沪青少年经常看的电视节目类型 254

图表：京沪青少年经常听的广播节目类型 254

图表：京沪青少年爱看的报纸、杂志 255

图表：2005年我国人口主要构成情况 256

图表：2000-2005年城镇居民家庭人均可支配收入	257
图表：运动服装不同年龄结构需求特点及影响因素	257
图表：青少年是否购买过名牌运动鞋	260
图表：青少年购买名牌运动鞋的数量	260
图表：青少年购买运动鞋的品牌	262
图表：青少年喜欢的运动鞋颜色	263
图表：青少年购买运动鞋价格变化趋势图	265
图表：广州康威体育用品股份有限公司产品结构图	395
图表：安踏体育用品有限公司在中国的营销网络	399
图表：安踏体育用品有限公司在一、二、三线市场的网络渗透率	399
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司主营构成	419
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司每股指标分析	420
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司获利能力分析	420
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司经营能力分析	420
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司发展能力分析	421
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司偿债能力分析	421
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司资本结构分析	421
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司现金流量分析	421
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司主营业务收入	422
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司主营业务利润	422
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司营业利润	422
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司利润总额	422
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司净利润	422
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司可供分配的利润	422
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司可供股东分配的利润	423
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司未分配利润	423
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司流动资产	423
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司长期投资	423
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司固定资产	423
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司无形资产	423
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司流动负债	424
图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司长期负债	424

图表：2006-2007年二季度青岛双星股份有限公司股东权益	424
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司主营构成	433
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司每股指标分析	433
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司获利能力分析	434
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司经营能力分析	434
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司发展能力分析	434
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司偿债能力分析	434
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司资本结构分析	435
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司现金流量分析	435
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司主营业务收入	435
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司主营业务利润	435
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司营业利润	436
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司利润总额	436
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司净利润	436
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司可供分配的利润	436
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司可供股东分配的利润	436
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司未分配利润	436
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司流动资产	437
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司固定资产	437
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司无形资产	437
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司流动负债	437
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司长期负债	437
图表：2006-2007年二季度福建凤竹纺织科技股份有限公司股东权益	438

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47424.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。