2018-2024年中国运动服制造未来发展趋势分析及投资规划建议研究报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国运动服制造未来发展趋势分析及投资规划建议研究报告》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.huaon.com//detail/332740.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

运动服是专用于体育运动竞赛的服装，运动服通常按运动项目的特定要求设计制作，运动服广义上还包括从事户外体育活动穿用的服装。
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。

报告目录：

第一章 中国运动服制造行业发展综述
1.1 运动服制造行业界定及分类
1.1.1 行业界定
1.1.2 行业属性
（1）行业所处的生命周期
（2）行业对经济周期的反应
1.2 运动服制造行业产业链分析
1.2.1 行业产业链结构及价值环节
（1）行业产业链结构
（2）行业产业链价值环节
1.2.2 行业上游供应分析
（1）运动服制造面料供应分析
（2）运动服制造辅料供应分析
（3）成衣制作供应分析
1.2.3 行业下游需求分析
（1）人口总量及结构
（2）城镇居民消费支出
（3）居民消费行为特征分析
1.3 运动服制造行业发展环境分析
1.3.1 行业政策环境分析
（1）行业主管部门与监管体制
（2）行业相关政策动向
（3）行业相关标准分析
（4）行业发展规划

1.3.2 国内外宏观经济走势分析
（1）国外宏观经济走势分析
（2）国内宏观经济走势分析
1.3.3 行业贸易环境分析
（1）行业贸易环境发展现状
（2）行业贸易环境发展趋势
1.3.4 行业消费环境分析
（1）运动服制造消费特征分析
（2）运动服制造消费趋势分析
1.3.5 行业产品技术环境分析
（1）国际知名品牌技术现状
（2）国内企业技术研究状况
（3）运动服制造企业专利掌握情况
（4）行业技术发展趋势
1.4 报告研究单位与研究方法
1.4.1 研究单位介绍
1.4.2 研究方法概述

第二章 中国运动服制造行业发展状况分析
2.1 国际运动服制造行业发展状况分析
2.1.1 国际运动服制造行业发展概况
2.1.2 重点国家运动服制造行业发展概况
（1）美国运动服制造行业发展现状分析
（2）法国运动服制造行业发展现状分析
（3）加拿大运动服制造行业发展现状分析
（4）德国运动服制造行业发展现状分析
（5）英国运动服制造行业发展现状分析
（6）意大利运动服制造行业发展现状分析
（7）日本运动服制造行业发展现状分析
2.1.3 国际运动服制造行业发展趋势分析
2.2 中国运动服制造行业发展状况分析
2.2.1 运动服制造行业发展现状分析
2.2.2 运动服制造行业发展特性分析
（1）劳动密集型产业
（2）运动服制造设计专业性

（3）运动服制造需求时尚性
（4）运动服制造需求季节性
（5）运动服制造品牌效应化
（6）运动服制造产品雷同化
2.2.3 运动服制造行业市场状况分析
（1）人均运动服制造支出情况
（2）运动服制造市场规模分析
2.2.4 运动服制造行业需求价格弹性分析
（1）运动服制造消费水平与需求价格弹性
（2）运动服制造消费偏好与需求价格弹性
（3）运动服制造市场价格策略建议
2.3 中国运动服制造行业消费群体分析
2.3.1 运动服制造消费群体特征分析
（1）运动服制造目标消费群体范围
（2）运动服制造消费群体性别结构
（3）运动服制造消费群体年龄结构
（4）运动服制造消费群体城乡差别
2.3.2 青少年运动服制造市场需求分析
（1）消费结构
（2）消费理念
（3）品牌意识
（4）接触媒体
2.3.3 中老年人运动服制造市场需求分析
（1）中年运动服制造市场需求分析
（2）老年运动服制造市场需求分析
2.3.4 大学生运动服制造品牌需求心理调查分析
（1）调查对象与方法
（2）大学生体育消费情况
（3）大学生运动服制造品牌选择及比较
（4）影响大学生运动服制造品牌需求心理因素
（5）调查结论分析及建议
2.3.5 运动服制造需求影响因素
（1）消费者自身因素
（2）社会因素
（3）企业和产品因素

2.4 中国运动服制造设计发展分析
2.4.1 运动服制造设计现状分析
（1）功能设计现状
（2）外观设计现状
（3）面料设计现状
2.4.2 运动服制造的时尚化设计趋势
（1）运动服制造造型的时尚化设计
（2）运动服制造面料的时尚化设计
（3）运动服制造色彩的时尚化设计
（4）运动服制造图案元素的时尚化设计
（5）运动服制造服饰品的时尚化设计
2.4.3 运动服制造设计时应注意的问题
（1）专业类运动服制造装
（2）生活类运动服制造装
2.5 中国运动服制造行业进出口市场分析
2.5.1 运动服制造行业进出口状况综述
2.5.2 运动服制造行业出口市场分析
（1）运动服制造行业出口市场分析
1）行业出口整体情况
2）行业出口产品结构分析
（2）运动服制造行业出口市场分析
1）行业出口整体状况
2）行业出口产品结构特征分析
2.5.3 运动服制造行业进口市场分析
（1）运动服制造行业进口市场分析
1）行业进口整体情况
2）行业进口产品结构
（2）运动服制造行业进口市场分析
1）行业进口整体情况
2）行业进口产品结构特征分析
2.5.4 运动服制造行业进出口前景及建议
（1）运动服制造行业出口前景及建议
（2）运动服制造行业进口前景及建议
2.6 中国运动服制造行业发展前景分析
2.6.1 运动服制造行业发展的驱动因素分析

2.6.2 运动服制造行业发展的障碍因素分析
2.6.3 运动服制造行业发展趋势分析
2.6.4 运动服制造行业发展前景预测

第三章 中国运动服制造行业市场竞争状况分析
3.1 国际运动服制造行业市场竞争状况分析
3.1.1 国际运动服制造市场竞争现状
3.1.2 国际运动服制造市场竞争格局
3.1.3 国际运动服制造市场竞争趋势
3.2 运动服制造行业跨国公司竞争力分析
3.2.1 美国耐克（NIKE）公司竞争力分析
（1）企业发展简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业运动服制造产品发展情况
（4）企业市场区域及行业地位分析
（5）企业在中国市场投资布局情况
3.2.2 德国阿迪达斯（ADIDAS）公司竞争力分析
（1）企业发展简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业运动服制造产品发展情况
（4）企业市场区域及行业地位分析
（5）企业在中国市场投资布局情况
3.2.3 意大利卡帕（KAPPA）公司竞争力分析
（1）企业发展简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业运动服制造产品发展情况
（4）企业市场区域及行业地位分析
（5）企业在中国市场投资布局情况
3.2.4 德国彪马（PUMA）集团竞争力分析
（1）企业发展简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业运动服制造产品发展情况
（4）企业市场区域及行业地位分析
（5）企业在中国市场投资布局情况
3.2.5 日本美津浓（MIZUNO）株式会社竞争力分析

（1）企业发展简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业运动服制造产品发展情况
（4）企业市场区域及行业地位分析
（5）企业在中国市场投资布局情况
3.3 国内运动服制造行业市场竞争状况分析
3.3.1 运动服制造行业议价能力分析
3.3.2 运动服制造行业潜在威胁分析
（1）新进入者威胁
（2）替代品威胁
3.3.3 运动服制造行业集中度分析
（1）区域集中情况
（2）所有制构成
3.3.4 运动服制造行业竞争状况分析
（1）品牌竞争格局
（2）门店竞争格局
（3）营销竞争分析
（4）技术竞争分析

第四章 中国运动服制造行业细分市场潜力分析
4.1 运动服制造行业产品定义及分类
4.1.1 运动服制造行业产品定义
4.1.2 运动服制造行业产品分类
4.2 各类运动服制造市场发展分析
4.2.1 各类运动服制造行业市场概况
（1）市场定位分析
（2）市场发展概况
4.2.2 篮球服市场发展分析
（1）篮球服市场概况
（2）篮球球迷市场分析
（3）篮球服市场需求分析
（4）篮球服市场需求趋势
4.2.3 足球服市场发展分析
（1）足球服市场概况
（2）足球球迷市场分析

（3）足球服市场需求分析
（4）足球服市场需求趋势
4.2.4 田径服市场发展分析
（1）田径服市场概况
（2）田径爱好者市场分析
（3）田径服市场需求分析
（4）田径服市场需求趋势
4.2.5 户外运动服制造市场发展分析
（1）户外运动服制造市场需求规模
（2）户外运动服制造消费群体分析
（3）户外运动服制造企业经营模式
（4）户外运动服制造市场展望
4.2.6 其他运动服制造市场分析
（1）网球服市场发展状况
（2）羽毛球服市场发展状况
（3）跆拳道服市场发展状况
4.3 游泳服市场发展分析
4.3.1 游泳服市场发展概况
4.3.2 游泳服市场竞争情况
4.3.3 夏季游泳服关注度分析
（1）游泳服内容搜索情况
（2）游泳服品牌关注排行
（3）游泳服网民性别分布
（4）游泳服网民年龄分布
（5）游泳服网民地区分布
4.3.4 游泳服市场发展趋势分析
4.4 滑雪服市场发展分析
4.4.1 滑雪服市场现状分析
4.4.2 滑雪服市场发展对策
4.4.3 滑雪服产品设计趋势
（1）功能性设计
（2）色彩设计
（3）其它细节设计
4.4.4 滑雪装备的流行趋势

第五章 中国运动服制造行业市场营销分析
5.1 运动服制造行业营销渠道分析
5.1.1 行业营销渠道类型
（1）大型商场/百货公司
（2）普通商场及服装店
（3）专卖店
（4）仓储商超及连锁店
（5）批发市场
（6）网上销售
5.1.2 行业零售渠道格局
（1）百丽国际
（2）宝盛道吉
（3）劲浪体育
（4）国美锐动
5.1.3 行业外销转内销的渠道升级策略
5.1.4 行业营销渠道发展趋势
5.2 运动服制造行业营销策略分析
5.2.1 行业战略营销策略
（1）知名品牌战略营销策略
（2）运动服制造企业战略营销建议
5.2.2 行业品牌营销策略
（1）行业品牌建设现状
（2）行业品牌建设策略
5.2.3 行业网络营销策略
（1）网络产品策略
（2）网络定价策略
（3）网络分销策略
（4）网络促销策略
5.2.4 行业展会营销策略
（1）行业展会的筛选策略
（2）参展企业的备战策略
（3）参展企业的招商策略
5.2.5 体育赛事营销策略
（1）体育赛事营销内涵
（2）体育赛事营销新手段

（3）体育赛事营销现状
（4）体育赛事营销优势
（5）体育赛事营销建议
5.2.6 行业营销策略新动向
（1）体育本位营销
（2）植入式体育营销
（3）品牌推广三“势”
（4）整合传播三剑客

第六章 中国运动服制造行业主要企业生产经营分析
6.1 运动服制造企业发展总体状况分析
6.1.1 运动服制造行业企业规模
6.1.2 运动服制造行业工业产值状况
6.1.3 运动服制造行业销售收入和利润
6.2 运动服制造行业领先企业个案分析
6.2.1 李宁有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业组织架构分析
（8）企业产品结构及新产品动向
（9）企业销售渠道与网络
（10）企业经营状况优劣势分析
（11）企业投资兼并与重组分析
（12）企业最新发展动向分析
6.2.2 安踏体育用品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析

（7）企业产品结构及新产品动向
（8）企业销售渠道与网络
（9）企业经营状况优劣势分析
（10）企业投资兼并与重组分析
（11）企业最新发展动向分析
6.2.3 耐克体育（中国）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产销能力分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业产品结构及新产品动向
（8）企业销售渠道与网络
（9）企业经营状况优劣势分析
6.2.4 阿迪达斯（苏州）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产销能力分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业产品结构及新产品动向
（8）企业销售渠道与网络
（9）企业经营状况优劣势分析
6.2.5 乔丹体育股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业股权结构与组织架构分析
（8）企业经营模式分析
（9）企业产品结构及新产品动向

（10）企业销售渠道与网络
（11）企业经营状况优劣势分析
（12）企业投资兼并与重组分析
（13）企业最新发展动向分析

第七章 中国运动服制造行业投资分析及预测
7.1 运动服制造行业及细分市场吸引力评价
7.1.1 运动服制造行业吸引力评价
7.1.2 运动服制造行业细分市场吸引力评价
7.2 运动服制造行业投资特性分析
7.2.1 运动服制造行业进入壁垒分析
（1）品牌壁垒
（2）技术壁垒
（3）贸易壁垒
（4）人才壁垒
7.2.2 运动服制造行业盈利模式分析
7.2.3 运动服制造行业盈利因素分析
7.3 2018-2024年运动服制造行业投资兼并分析
7.3.1 运动服制造行业投资兼并动态分析
7.3.2 运动服制造行业投资兼并趋势分析
7.4 2018-2024年运动服制造行业投资建议分析
7.4.1 运动服制造行业投资机会分析
7.4.2 运动服制造行业投资风险分析
（1）政策风险
（2）技术风险
（3）供求风险
（4）关联产业风险
（5）产品结构风险
7.4.3 运动服制造行业投资建议

图表目录：

图表 1：中国运动服制造行业与GDP对比图（单位：%）
图表 2：纺织服装行业产业链简要示意图
图表 3：运动服制造行业产业链简要示意图
图表 4：运动服制造行业产业链价值体现

图表 5：中国人口规模及增长情况（单位：亿人，%）
图表 6：中国各年龄段人口占总人口比重（单位：%）
图表 7：中国城镇居民人均消费性支出及其结构（单位：元，%）
图表 8：2013年以来纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%）
图表 9：减免出入境检验检疫的出口纺织服装产品目录
图表 10：服装行业认证标准
图表 11：美国失业率及产能利用率情况（单位：%）
图表 12：2018-2024年美国经济数据预测（单位：%）
图表 13：年德法及欧猪五国公共债务占GDP的比重（单位：%）
图表 14：2015-2017年德法及欧猪五国失业率情况（单位：%）
图表 15：2015-2017年欧洲经济数据预测（单位：%）
图表 16：2015年国内宏观经济大事一览
图表 17：2015-2017年我国GDP同比增速走势及预测（单位：%）
图表 18：2018-2024年我国GDP贡献率预测（单位：%）
图表 19：2015-2017年我国CPI与PPI走势情况（单位：%）
图表 20：2015-2017年我国CPI涨跌幅情况（单位：%）
图表 21：2015-2017年我国CPI、PPI走势及预测（单位：%）
图表 22：2015-2017年规模以上工业增加值增速走势及预测（单位：%）
图表 23：2015年固定资产投资额累计增长情况（单位：%）
图表 24：2018-2024年我国固定资产投资预测（单位：亿元，%）
图表 25：2015-2017年我国进出口总值情况（单位：亿美元）
图表 26：2015-2017年我国进出口增速情况（单位：%）
图表 27：2015-2017年我国贸易顺差走势及预测（单位：亿美元）
图表 28：影响消费者购买决策的主要因素（单位：%）
图表 29：阿迪达斯运动服制造技术一览
图表 30：2015-2017年间运动服制造行业专利申请量分布图（单位：%）
图表 31：全球人均运动服制造支出总额（单位：美元，%）
图表 32：中国运动服制造市场规模（单位：亿元，%）
图表 33：需求价格弹性与总收益之间的关系表现
图表 34：运动服制造市场消费者年龄构成比例（单位：%）
图表 35：运动服制造市场不同年龄结构需求特点及影响因素
图表 36：京沪青少年的消费结构（单位：%）
图表 37：青少年的消费理念（单位：%）
图表 38：青少年对运动服制造名牌的看法（单位：%）
图表 39：青少年对名牌运动服制造打折消费的态度（单位：%）

详细请访问：https://www.huaon.com//detail/332740.html