

2013-2017年中国运动服装 行业研究及投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2013-2017年中国运动服装行业研究及投资战略咨询报告》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.cction.com/report/201305/93891.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

10年前，运动品牌在中国风靡一时，运动服饰在中国迎来了快速发展时期，李宁、匹克、361度等一些国内品牌快速崛起，成为了引领时尚潮流的运动服饰。一时间，商家获得了丰厚的利润回报。于是，在国内、国际体育赛事和文化活动上，都能看到中国本土品牌的身影，本土品牌的品牌价值一路飙升。

随着中国经济的不断发展和消费者需求的提高，消费者对服装出现了多样化、个性化和时尚化等五花八门的不同需求。从2012年的服装业“大库存”现象中，多数分析人士和服装公司都体会到了服装批发营销模式的落后，如李宁公司更是表明要放弃这种批发的营销模式而改为零售的营销方式。

事实上，在消费者的收入逐渐提高后，对服装的要求也越发挑剔。不论是样式的多样化还是质量上都有着多种需求。而如果服装公司仍旧沿袭老式的同质化、低端化服装批发的老路的话，那么，公司将面临的不只是竞争激烈而导致的打折或亏本出货，更可能的是倒闭危机。

业内人士分析认为，在运动服饰品牌的黄金时期，很多企业十分注重品牌打造，试图用品牌战略去赢得市场份额，短期内取得的效果十分显著。于是，大量的利润用在了品牌经营上，在产品研发方面的资金有些捉襟见肘，很多产品都是以模仿为主，一直在跟着国际品牌走，没有很好地为中国消费者设计出符合中国特色的运动服饰。致使中国本土运动品牌和国际品牌竞争中一直处于劣势。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国运动服装行业研究及投资战略咨询报告》共十五章。首先介绍了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 2012-2013年全球运动服装行业发展分析

第一节 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 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

第三章 2012-2013年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

第四章 2012-2013年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、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 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 中国运动服装行业社会环境分析

第四节 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

第五章 2012-2013年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 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 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 2012-2013年中国户外运动服装市场分析

第一节 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 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 2010-2012年中国纺织服装行业数据分析

- 一、2010年中国纺织服装行业全部企业数据分析
- 二、2011年中国纺织服装行业全部企业数据分析
- 三、2012年中国纺织服装行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国纺织服装行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国纺织服装行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国纺织服装行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国纺织服装行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国纺织服装行业不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国纺织服装行业不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国纺织服装行业不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国纺织服装行业不同所有制企业数据分析

第八章 2012-2013年中国化纤行业运营态势分析

第一节 2012-2013年纺织行业总体发展情况

- 一、2012年纺织行业经济运行分析
- 二、2012年纺织行业主要经济指标分析
- 三、2012年纺织市场现状分析
- 四、2012年纺织市场走势分析

第二节 2012年化纤市场供需分析

- 一、2012年化纤产量分析
- 二、2012年化纤需求分析
- 三、2013-2017年化纤供需预测

第三节 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 2012-2013年中国运动服装行业竞争分析

第一节 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 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 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 2012-2013年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、2013-2017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、2013-2017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、2013-2017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、2013-2017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、2013-2017年公司发展战略分析

第十一章 2013-2017年中国运动服装行业发展前景分析

第一节 2013-2017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 2013-2017年运动服装市场发展前景分析

一、2013-2017年运动服装市场发展潜力分析

二、2013-2017年运动服装市场发展方向分析

二、2013-2017年运动服装市场发展前景分析

第十二章 2013-2017年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、2013-2017年运动服装市场供给预测

二、2013-2017年运动服装市场需求预测

三、2013-2017年运动服装市场规模预测

第二节 2013-2017年运动服装市场发展趋势

一、2013-2017年运动服装行业发展趋势

二、2013-2017年运动服装市场发展趋势

三、2013-2017年运动服装产品发展趋势

第十三章 2013-2017年运动服装整体行业发展规划分析

第一节 2013-2017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 2013-2017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 2013-2017年中国运动服装行业投资分析

第一节 2013-2017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 2013-2017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 2013-2017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 2013-2017年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

图表目录：（部分）

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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：2010-2012年李宁有限公司主要经济指标走势

图表：2010-2012年李宁有限公司经营收入走势

图表：2010-2012年李宁有限公司盈利指标走势

图表：2010-2012年李宁有限公司负债情况

图表：2010-2012年李宁有限公司负债指标走势

图表：2010-2012年李宁有限公司运营能力指标走势

图表：2010-2012年李宁有限公司成长能力指标走势

图表：2010-2012年安踏体育用品有限公司主要经济指标走势

图表：2010-2012年安踏体育用品有限公司经营收入走势

图表：2010-2012年安踏体育用品有限公司盈利指标走势

图表：2010-2012年安踏体育用品有限公司负债情况

图表：2010-2012年安踏体育用品有限公司负债指标走势

图表：2010-2012年安踏体育用品有限公司运营能力指标走势

图表：2010-2012年安踏体育用品有限公司成长能力指标走势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201305/93891.html>