

2016-2022年中国运动服装 行业分析及发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国运动服装行业分析及发展趋势预测报告》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.bosidata.com/report/Z75104GPP5.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2025-01-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国运动服装行业分析及发展趋势预测报告》介绍了服装行业相关概述、中国服装产业运行环境、分析了中国服装行业的现状、中国服装行业竞争格局、对中国服装行业做了重点企业经营状况分析及中国服装产业发展前景与投资预测。您若对服装产业有个系统的了解或者想投资服装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一部分 行业发展分析

第一章 运动服装 行业概述 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 1

第二节 运动服装 市场的特性 2

一、运动服装 行业的定义 2

二、运动服装 业建立行业标准 2

三、运动服装 行业的特性 4

第二章 运动服装 行业发展现状 5

第一节 中国运动服装 行业发展现状 5

一、2015年全国运动服行业发展分析 5

二、体育用品库存压力大 行业进入休整期 15

三、转型电子商务成为品牌建设重要渠道 15

四、2015年全国运动服行业发展分析 16

五、普通运动鞋实施新标准 17

六、老年运动服装 市场前景分析 18

第二节 中国运动服装 市场发展分析 19

一、2015年运动服装 市场分析 19

二、运动服企遭遇关店潮 22

三、运动服装 产品开始步入快时尚市场 24

四、我国运动服装 品牌闪耀伦敦现状调查 25

第三节 2015年本土运动品牌的发展情况 27

- 一、2015年本土运动品牌的困扰 27
- 二、本土运动品牌的发展现状 29
- 三、本土运动品牌的消费情况 31
- 四、本土运动品牌的投资策略 32
- 五、2015年本土运动品牌国际化的不归路 33
- 第四节 2015年运动品牌进入童装市场分析 36
 - 一、运动品牌纷纷进入童装市场 36
 - 二、运动品牌借童装寻找新的利润增长点 37
 - 三、体育用品延伸至儿童用品市场将成为发展方向 39

第三章 关联行业发展情况分析 40

第一节 体育产业发展分析 40

- 一、2015年体育产业发展现状分析 40
- 二、2015年体育用品业发展现状分析 42
- 三、2015年户外用品行业成体育市场新宠 44
- 四、《“十三五”公共体育设施建设规划》 47
- 五、中国体育用品行业面临五大发展僵局 48
- 六、2015年体育用品制造主要经济指标分析 51
- 七、我国体育用品市场发展对策分析 52
- 八、2016年中国体育用品行业发展趋势 54
- 九、体育事业发展“十三五”规划 55

第二节 服装行业发展分析 72

- 一、2015年服装行业运行情况 72
- 二、2015年服装行业运行情况 75
- 三、2015年服装行业发展分析 80
- 四、2012-2015年服装产品生产情况 81
- 五、2015年纺织服装制造主要经济指标分析 83
- 六、2015年纺织服装出口情况 84
- 七、2015年服装行业面临的成本压力 90
- 八、2015年服装行业出口形势 97
- 九、服装行业将触底缓慢回升 97
- 十、我国部分纺织服装原料关税下调 98

第三节 缝制设备行业发展分析 98

- 一、2015年缝制机械行业运行分析 98
- 二、2015年纺织机械经济分析 100
- 三、2015年缝制机械行业形势分析 101
- 四、缝制机械16项行业标准颁布 103
- 五、“十三五”缝制机械行业发展预测 103

第四节 服装面料行业发展分析 107

- 一、服装面料的特性 108
- 二、我国服装面料市场中存在的问题 108
- 三、我国服装面料行业发展的方向 109
- 四、2015年中国国际服装面料时尚秀驱动产业升级 111
- 五、2015年开发新型面料成服装行业趋势 113
- 六、2015年传统服装面料行业在冲击中寻求转变 114
- 七、2015年纺织服装新型光变色材料受欢迎 116
- 八、2015年服装面料印染企业走绿色环保路 117
- 九、2015年春夏中国纺织面料流行趋势 118

第五节 户外运动用品行业发展分析 119

- 一、2015年中国户外用品市场销售额 119
- 二、2015年户外用品市场增长速度加快 121
- 三、中国户外用品市场品牌发展状况 122
- 四、装备配件类增速加快 131
- 五、中国户外用品市场面临发展机遇 132
- 六、中国户外市场整体呈现蓬勃发展的态势 133
- 七、中国户外用品市场发展不平衡 133
- 八、2016-2022年中国户外用品销售额预测 133
- 九、户外休闲成为运动服装 新机遇 138

第二部分 行业竞争格局分析

第四章 运动服装 市场竞争分析 140

第一节 2015年我国运动服装 市场竞争分析 140

- 一、2014年我国运动服装 市场竞争格局 140
- 二、2015年我国运动服装 市场竞争格局 140

- 三、我国运动服行业竞争趋势 146
- 四、设计将成未来突破口 147
- 第二节 2015年运动服装 企业竞争格局 147
 - 一、2015年运动服装 企业的库存压力分析 147
 - 二、2015年中国运动服市场中外企业竞争分析 150
 - 三、2015年国际运动服装 中国市场竞争分析 154
 - 四、2015年本土运动装企业市场竞争分析 156
 - 五、2015年运动品牌加快门店形象升级 159

第五章 国际知名运动服装 品牌分析 161

第一节 耐克体育用品有限公司 (nike) 161

- 一、公司概况 161
- 二、耐克制胜之道解析 163
- 三、耐克的 成功对国内品牌服饰企业的启示 168
- 四、2015年公司经营情况分析 170

第二节 阿迪达斯公司 (adidas) 176

- 一、公司概况 176
- 二、2015年公司经营状况 176
- 三、阿迪达斯拟2015年向中国中小城市扩张 177

第三节 彪马公司 (puma) 177

- 一、公司概况 177
- 二、2015年公司经营情况分析 178

第四节 背靠背 (kappa) 179

- 一、公司概况 179
- 二、2015年公司经营状况 179
- 三、kappa电子商务营销模式 180

第六章 中国优势运动服装 企业分析 183

第一节 李宁有限公司 183

- 一、公司概况 183
- 二、2014年公司经营状况 184
- 三、2015年公司经营状况 185

四、2016年公司经营策略	190
五、李宁推动改革转型初见成效	193
六、李宁开启儿童运动服饰新时代	194
第二节 安踏体育	195
一、公司概况	195
二、2014年公司经营状况	196
三、2015年公司经营状况	197
第三节 特步国际	200
一、公司概况	200
二、2014年公司经营状况	200
三、2015年公司经营状况	201
第四节 中国动向	204
一、公司概况	204
二、2014年公司经营状况	204
三、2015年公司经营状况	205
第五节 361度有限公司	209
一、公司概况	209
二、2014年公司经营状况	209
三、2015年公司经营状况	210
第六节 匹克体育	213
一、公司概况	213
二、2014年公司经营状况	214
三、2015年公司经营状况	214
第七节 美克国际	218
一、公司概况	218
二、2014年公司经营状况	219
三、2015年公司经营状况	220
第三部分 行业发展趋势预测	
第七章 2016-2022年运动服装 市场发展趋势预测	224
第一节 2016-2022年我国运动服装 市场展望	224
一、运动服装 面料的趋势	224

- 二、运动服装的功能性趋势分析 226
- 三、中国运动服饰的发展方向 227
- 第二节 2016-2022年运动服装 发展趋势分析 231
 - 一、2015年运动服生命周期 231
 - 二、2015年秋冬运动服流行趋势 233
 - 三、2015年运动服装 流行色及流行趋势 234
 - 四、2016-2022年全球运动服装 市场预测 235

第四部分 行业发展战略探讨

第八章 2016-2022年运动服装 发展战略探讨 237

第一节 运动服装 消费者市场 237

- 一、学生购买运动服装 的消费行为 237
- 二、我国体育消费现状的研究与分析 238
- 三、我国知识女性体育消费情况分析 241
- 四、高校学生体育消费特征分析 244

第二节 运动服饰告别疯狂扩张战略分析 248

- 一、减速 248
- 二、收缩 248
- 三、去库存 249
- 四、新的领域 249

第三节 2015年启动品牌化营销新战略 250

- 一、瓶颈之下，力求改变 250
- 二、大卖场成新营销模式 252
- 三、启动新战略 253

第四节 国内运动品牌提升策略 255

- 一、运动品牌需提升店效 255
- 二、差异化发展 255
- 三、新营销策略 256

第九章 2016-2022年运动服装 销售及营销策略探讨 257

第一节 中国运动服装 的营销方式 257

- 一、大型商场百货公司 257

二、普通商场服装店	257
三、户外运动服装 专卖店	257
四、商场、超市及连锁店	258
五、批发市场	258
六、邮购	258
七、网上销售	258
第二节 2015年中国运动服装 品牌渠道存在的问题	262
一、李宁渠道模式分析	263
二、安踏渠道模式分析	264
三、晋江模式分析	265
四、晋江模式的罪与罚	270
第三节 全面剖析体育用品品牌化营销新战略	279
一、中国体育用品市场的发展现状	279
二、我国体育用品企业营销存在的问题	281
三、我国体育用品品牌化市场营销战略分析	282

图表目录：

图表：2006-2015年主要运动服装 企业的开店数目	5
图表：2008-2015年主要运动服装 企业的同店销售增长	6
图表：2006-2015年主要运动服装 企业销售及净利润同比增长情况	6
图表：2015年主要运动服装 上市的店铺数目排序	7
图表：2015年主要运动服装 公司的销售和单店销售	8
图表：2006-2015年主要运动服装 企业的经营费用占比	9
图表：2006-2015年主要运动服装 主要费用的销售占比情况	9
图表：1994-2015年国内体育用品企业与国际体育用品企业的利润率情况比较	10
图表：主要运动服装 库存严重过剩导致零售终端销售恶性循环	11
图表：2005-2015年主要运动服装 企业的库存周转天数	11
图表：2005-2015年主要运动服装 企业的应收账款周转天数	12
图表：李宁2015年底的应收账款的账龄情况	13
图表：中国动向2015年底的应收账款的账龄情况	13
图表：2015年主要运动服装 公司重点财务指标	14
图表：2015年1-12月体育用品制造业主要经济指标统计	51

图表：2006-2015年国内服装产量及增速走势 72

图表：2015年纺织品服装需求情况 73

图表：2009-2015年12月国内服装价格走势 74

图表：2008-2015年12月社会消费品零售总额累计同比（%） 76

图表：2008-2015年12月服装鞋帽针纺织品类零售总额累计同比(%) 76

图表：2008-2015年12月服装类零售总额累计同比（%） 77

图表：2011-2015年12月百家大型零售企业及服装类零售额月增速（%） 77

图表：2011-2015年12月百家大型零售企业零售额月增速（%） 78

图表：2011-2015年12月百家大型零售企业服装类零售额月增速（%） 78

图表：2011-2015年12月百家大型零售企业服装类零售量月增速（%） 78

图表：2011-2015年12月百家大型零售企业服装零售额累计增速（%） 79

图表：2008-2015年12月服装销售量增速（%） 79

图表：2008-2015年12月男西装与女装销售量累计同比增速（%） 80

图表：2015年1-12月服装产量全国及各省市合计 81

图表：2015年1-12月服装产量全国及各省市合计 82

图表：2015年1-12月纺织服装制造业主要经济指标统计 83

图表：2008-2015年12月纺织服装出口月度同比增速（%） 85

图表：2008-2015年12月纺织服装出口累计同比增速（%） 85

图表：2009-2015年12月纺织服装业月度出口金额（亿美元） 86

图表：2009-2015年12月纺织业月度出口金额（亿美元） 86

图表：2009-2015年12月服装业月度出口金额（亿美元） 87

图表：2009-2015年12月纺织服装业累计出口金额（亿美元） 87

图表：2009-2015年12月纺织业累计出口金额（亿美元） 88

图表：2009-2015年12月服装业累计出口金额（亿美元） 88

图表：2009-2015年12月纺织原料及制品出口美日欧月度增速（%） 89

图表：2009-2015年12月纺织原料及制品出口美日欧累计增速（%） 89

图表：2003-2015年12月国内棉花价格走势（元吨） 90

图表：2003-2015年12月cotlook a走势（美分镑） 91

图表：2011-2015年12月国内棉花指数与进口棉价格指数走势（元吨） 91

图表：2015年1月-2015年12月国内外棉花价格指数对比走势（元吨） 92

图表：2015年度收储情况及期撮现货价格走势 93

图表：2000-2015年12月全球棉花供需数据按月调整情况（百万包） 93

图表：2015年1-12月粘胶短纤价格走势（元吨） 94

图表：2015年1-12月粘胶长丝价格走势（元吨） 95

图表：2015年1-12月涤纶价格走势（元吨） 95

图表：2015年1-12月腈纶短纤价格走势（元吨） 96

图表：2015年1-12月锦纶切片价格走势（元吨） 96

图表：2015年1-12月氨纶40d价格走势（元吨） 97

图表：2000-2015年户外用品销售额 120

图表：2015年户外用品品牌数量 122

图表：2010年与2015年中国市场户外品牌数量变动 123

图表：2015年中国户外用品市场占有率 123

图表：户外市场品牌年度出货额情况（2008-2011） 124

图表：主要行业市场集中度（top10） 124

图表：国内市场主要户外品牌一览 125

图表：2007-2015年国内外品牌出货总额 129

图表：2015年户外品牌规模 130

图表：2015年商场前十大户外用品市场占有率 131

图表：2015年户外用品商场零售额同比增速 132

图表：2015年户外用品商场零售额占比 132

图表：欧美户外用品市场产值与中国对比(2010年) 134

图表：2015年中美户外运动参与人口对比 135

图表：我国不同区域户外资源 136

图表：1995-2015年城镇居民人均收入及增长速度 137

图表：1995-2015年农村居民人均收入及增长速度 137

图表：2000-2015年中国户外行业增长速度 138

图表：2016-2022年中国户外行业销售额预测 138

图表：2015年12月运动服前十位品牌市场占有率 140

图表：2015年12月全国重点大型商场运动服市场华北地区前十位品牌市场综合占有率 141

图表：2015年12月全国重点大型商场运动服市场东北地区前十位品牌市场综合占有率 142

图表：2015年12月全国重点大型商场运动服市场华东地区前十位品牌市场综合占有率 143

图表：2015年12月全国重点大型商场运动服市场中南地区前十位品牌市场综合占有率 144

图表：2015年12月全国重点大型商场运动服市场西南地区前六位品牌市场综合占有率 145

图表：2015年12月全国重点大型商场运动服市场西北地区前十位品牌市场综合占有率 146

图表：nike 品牌销售收入的区域构成（2015 财年） 162

图表：耐克销售收入增长趋势（1980-2015） 162

图表：耐克毛利率和净利率变化趋势（1980-2015） 163

图表：耐克的存货周转率和存销比历年变化图（1988-2015） 165

图表：耐克广告和促销费用及其占销售收入比重历年变化图（1994-2015） 166

图表：2015年1季度-2015年4季度耐克收入及净利润增长趋势 171

图表：2015年1季度-2015年4季度耐克收入及营业利润增长趋势 171

图表：2015年1季度-2015年4季度耐克营业收入及利润增长表 171

图表：2015年1季度-2015年4季度耐克资产负债表 172

图表：2015年1季度-2015年4季度耐克现金流量表 174

图表：2010-2015年李宁有限公司盈利情况 185

图表：2008-2015年李宁有限公司重要财务指标 185

图表：2008-2015年李宁有限公司资产负债表 186

图表：2008-2015年李宁有限公司现金流量表 187

图表：2008-2015年李宁有限公司综合损益表 187

图表：2010-2015年安踏体育公司盈利情况 196

图表：2008-2015年安踏体育用品有限公司重要财务指标 197

图表：2008-2015年安踏体育用品有限公司资产负债表 198

图表：2008-2015年安踏体育用品有限公司现金流量表 199

图表：2008-2015年安踏体育用品有限公司综合损益表 199

图表：2010-2015年特步国际公司盈利情况 200

图表：2008-2015年特步国际重要财务指标 201

图表：2008-2015年特步国际资产负债表 201

图表：2008-2015年特步国际现金流量表 202

图表：2008-2015年特步国际综合损益表 203

图表：2010-2015年中国动向公司盈利情况 205

图表：2008-2015年中国动向重要财务指标 206

图表：2008-2015年中国动向资产负债表 207

图表：2008-2015年中国动向现金流量表 208

图表：2008-2015年中国动向综合损益表 208

图表：2010-2015年361度国际有限公司盈利情况 210

图表：2008-2015年361度有限公司重要财务指标 211

图表：2008-2015年361度有限公司资产负债表 211

图表：2008-2015年361度有限公司现金流量表 212

图表：2008-2015年361度有限公司综合损益表 213

图表：2010-2015年匹克体育公司盈利情况 214

图表：2009-2015年匹克体育重要财务指标 215

图表：2008-2015年匹克体育资产负债表 216

图表：2008-2015年匹克体育现金流量表 217

图表：2008-2015年匹克体育综合损益表 217

图表：2010-2015年美克国际公司盈利情况 220

图表：2008-2015年美克国际重要财务指标 220

图表：2008-2015年美克国际资产负债表 221

图表：2008-2015年美克国际现金流量表 222

图表：2008-2015年美克国际综合损益表 222

图表：运动服饰行业步入成熟期后半段 231

图表：港股运动集中于2007-2008年上市 232

图表：奥运、上市红利双重效应导致行业拐点提前 233

图表：体育消费结构类型及经济投入比例 246

图表：预计我国网购市场规模达19340亿元，占社消总额比重上升至7.8% 259

图表：第4季度我国网购市场交易规模同比增长51.6% 259

图表：预计我国服装网购市场规模达5195亿元，占整体网购市场27%的比重 260

图表：2008-2015年服装网购渗透率 260

图表：2015年天猫商场“双十一”top10店铺排行榜—除海尔以外，全部是服装品牌 261

图表：2015年天猫商场“双十一”top10服饰店铺排行榜 261

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/Z75104GPP5.html>