

# 2009-2010年中国运动服行业市场调查及发展趋势 报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2010年中国运动服行业市场调查及发展趋势报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/6018260182.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

### 目录

#### 第一章 2009-2010年全球运动服产业运行态势及政策法规

##### 一、2009-2010年全球运动服产业发展概况

- (一) 美国家居工作服及运动服装纺织的市场需求
- (二) 法国运动服市场的概述
- (三) 英国的女运动服畅销市场
- (四) 俄罗斯运动服市场概述
- (五) 韩国运动服装市场

##### 二、2009-2010年全球运动服发展态势及相关新闻

- (一) 韩国运动服厂商邦特斯看好中国市场
- (二) 中国运动休闲品牌“李宁”登陆欧洲市场
- (三) 会流汗的机器人帮助开发高科技运动服

#### 第二章 2009-2010年中国运动服行业市场发展环境及动态

##### 一、2009-2010年中国经济发展环境

- (一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

##### 二、2009-2010年中国运动服政策法规及动态

- (一) 中国专业运动服技术规范已实施
- (二) 安踏参与建立中国运动服装行业标准
- (三) 奥运后专业运动服装有新门槛
- (四) 本世纪初运动服一统天下

#### 第三章 2009-2010年中国运动服消费市场调查

##### 一、2009-2010年中国运动服市场消费特征

- (一) 产品品牌特征
- (二) 产品价格特征
- (三) 购买渠道特征

##### 二、2009-2010年中国运动服市场消费结构

- (一) 中国运动服消费者年龄阶段
- (二) 中国运动服消费者阶层
- (三) 中国运动服消费区域

#### 第四章 2009-2010年中国运动服的市场营销状况与发展趋势

##### 一、2009-2010年中国运动服市场营销渠道

- (一) 大型商场、百货公司
- (二) 普通商场、服装店
- (三) 户外运动服装专卖店
- (四) 商场、超市及连锁店
- (五) 批发市场
- (六) 网上销售

## 二、2009-2010年中国运动服装的消费观念趋势

- (一) 崇尚健康消费的理念
- (二) 审美观念的改变
- (三) 中国运动服装消费群体扩大，品牌意识增强

## 三、2009-2010年中国运动服装行业发展动向

- (一) 各品牌目标市场细分化更加明显
- (二) 高科技与文化理念的双重竞争
- (三) 创品牌是中国运动服的发展关键
- (四) 运动服发展趋于功能性
- (五) 中国运动服已向“时装”化方向发展
- (六) 中国运动服产业向集约化、高科技、环保型方向发展

## 第五章 2007-2009年中国纺织服装制造行业主要指标

### 一、2007-2009年中国纺织服装制造行业总体数据

- (一) 2007年中国纺织服装制造行业全部企业数据
- (二) 2008年中国纺织服装制造行业全部企业数据
- (三) 2009年中国纺织服装制造行业全部企业数据

### 二、2007-2009年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据

- (一) 2007年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据
- (二) 2008年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据
- (三) 2009年中国纺织服装制造行业不同规模企业数据

### 三、2007-2009年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据

- (一) 2007年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据
- (二) 2008年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据
- (三) 2009年中国纺织服装制造行业不同所有制企业数据

## 第六章 2009-2010年中国运动服行业市场竞争格局

### 一、2009-2010年中国运动服行业竞争结构

- (一) 现有企业间竞争
- (二) 潜在进入者
- (三) 替代品威胁

(四) 供应商议价能力

二、2009-2010年中国运动服品牌竞争格局

(一) 运动服畅销款式

(二) 运动服品牌占有率

三、2009-2010年中国运动服产业提升竞争力策略

第七章 国外运动服装知名品牌

一、耐克 (Nike)

(一) 公司基本概况

(二) 耐克的广告创意法则

(三) 耐克从女装突围

二、阿迪达斯 (Adidas)

(一) 公司基本概况

(二) 阿迪达斯从防守到进攻的转型策略

(三) 阿迪达斯广告营销的魅力

三、锐步 (Reebok)

(一) 公司基本概况

(二) 锐步在俄罗斯发展飞快

(三) 锐步回收经销权“变步”中国的策略

四、匡威 (Converse)

(一) 公司基本概况

(二) 匡威占领中国市场的策略

(三) 匡威公司的明星代言战略

第八章 中国运动服行业重点企业

一、上海美津浓有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况

二、上海莘威运动品有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况

三、深圳比帆制衣有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况

四、石狮市奥力体育用品有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况

## 五、佛山市南海区百宜体育用品有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况

## 六、广东李宁体育发展有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况

## 七、惠来县源瀚制衣有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况

## 八、金华奥升体育用品有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况

## 九、青岛万福服装有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况

## 十、苏州工业园区天源服装有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况

## 第九章 2009-2012年中国运动服发展及投资

### 一、2009-2012年中国运动服行业发展趋势

(一) 运动服款式与定位

(二) 运动服价格发展趋势

(三) 运动服消潜在市场发展

### 二、2009-2012年中国运动服行业市场预测

### 三、2009-2012年中国运动服投资

(一) 中国运动服投资环境

(二) 中国运动服投资机会

(三) 中国运动服投资风险

### 图表目录（部分）：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率（当季）

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率（累计）

图表：2007-2009年工业增加值增长率（当月）

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/6018260182.html>