

2016-2022年中国运动休闲服饰市场运营现状及十三五竞争战略分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国运动休闲服饰市场运营现状及十三五竞争战略分析报告》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/fushi/251085251085.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国运动休闲服饰市场运营现状及十三五竞争战略分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

报告简介

第一章运动服装行业概述

第一节运动服装行业的界定

一、行业经济特性

二、主要细分行业

三、产业链结构分析

第二节运动服装行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章2014-2016年中国休闲服行业发展环境解析

第一节2014-2016年中国经济环境分析

一、中国gdp分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入

三、恩格尔系数

四、存利率变化

第二节中国休闲服装市场现状分析

一、中国休闲服装市场总体现状

二、休闲服装市场的规模与前景

三、休闲服装市场主要品牌分析

四、中国休闲服装市场特点分析

五、中国休闲服装供给区域分布格局

第三节中国休闲服装市场存在的主要问题

- 一、跟风模仿，迷失自我
- 二、广告内涵苍白，品牌文化不对称
- 三、没有明确的沟通主题
- 四、品牌个性不鲜明
- 五、终端布阵与品牌统一
- 六、漠视消费者
- 七、品牌核心价值模糊
- 八、不懂媒体通路

第四节2014-2016年中国休闲服消费者分析

- 一、消费者性别
- 二、消费者年龄
- 三、消费者职业
- 四、消费者收入

第五节2014-2016年中国休闲服市场竞争态势分析

- 一、国内休闲服装品牌直面国际竞争
- 二、休闲服饰进入大卖场竞争时代
- 三、中国时尚休闲服饰步入高端竞争时代

第六节2014-2016年中国休闲服行业提升竞争力策略分析

第三章2014-2016年中国休闲服行业细分市场分析

第一节大众休闲

- 一、大众休闲的特点和主要品牌
- 二、大众休闲品牌运营分析

第二节运动休闲

- 一、运动休闲市场分析
- 二、运动休闲的特点和主要品牌

第三节时尚休闲

- 一、时尚休闲的特点和主要品牌
- 二、时尚休闲服装品牌经营分析

第四节户外休闲

- 一、户外休闲市场现状
- 二、户外休闲的特点和主要品牌

第五节商务休闲

- 一、商务休闲市场概况

二、商务休闲的特点和主要品牌

第四章2014-2016年中国休闲服行业重点企业竞争力分析

第一节上海美特斯邦威服饰股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第二节东莞市东越服装有限公司（以纯）

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第三节森马集团有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第四节班尼路集团有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第五节浙江高邦服饰集团有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第六节广东李宁体育发展有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第七节海宁蒙努集团有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第八节太子龙控股集团有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第九节江苏波司登制衣有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第十节石狮市爱登堡制衣发展有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第五章我国运动服装行业发展现状

第一节我国运动服装行业发展现状

一、我国运动服装行业发展现状

二、我国运动服装市场特点分析

三、我国运动服装设计现状分析

第二节全国运动服装市场分析

一、2016年全国运动服装市场规模分析

二、2016年全国运动服装市场变化趋势

第三节运动服装市场需求分析

一、2016年运动服装市场销量分析

二、2016年运动服装市场销量预测

第四节运动服装市场价格分析

一、运动服装市场价格影响因素

二、2015年运动服装市场价格走势

三、2016年运动服装市场价格走势

第五节2014-2016年运动服装行业发展分析

一、2014-2016年运动服装业产销存运行分析

二、2014-2016年运动服装行业利润情况分析

三、2014-2016年运动服装行业发展周期分析

四、2016-2022年运动服装行业发展机遇分析

五、2016-2022年运动服装行业利润增速预测

第六节对中国运动服装市场的分析及思考

一、运动服装市场特点

二、运动服装市场分析

三、运动服装市场变化的方向

四、中国运动服装产业发展的新思路

五、对中国运动服装行业发展的思考

第六章运动服装行业经济运行分析

第一节2014-2016年运动服装产量分析

一、2015年运动服装产量分析

二、2016年运动服装产量分析

第二节2014-2015年运动服装行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2014-年运动服装行业主要经济指标分析

三、2016年运动服装行业主要经济指标分析

第三节2014-2016年我国运动服装行业绩效分析

一、2014-2016年行业产销情况

二、2014-2016年行业规模情况

三、2014-2016年行业盈利能力

四、2014-2016年行业经营发展能力

五、2014-2016年行业偿债能力分析

第七章中国运动服装消费市场分析

第一节运动服装消费者市场细分

一、2016年我国人口细分与运动服装市场人口结构

二、年龄结构细分与运动服装市场消费结构

三、消费者利益细分市场与运动服装市场消费结构

四、地理位置细分市场与运动服装市场

第二节体育消费者情况分析

一、我国体育消费现状的研究与分析

二、我国知识女性体育消费情况分析

三、高校学生体育消费特征分析

第三节消费者购买偏好分析

一、品牌偏好分析

二、颜色偏好分析

三、商品价格分析

四、流行趋势分析

第八章运动服装销售及营销分析

第一节中国运动服装的营销方式

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、邮购

七、网上销售

第二节后奥运时代运动服装品牌的营销策略

一、明星效应

二、赛事赞助

三、公益营销

四、制造焦点

五、危机处理

六、体育营销

七、事件整合

第三节运动服品牌的差异化突围

- 一、产品突围
- 二、文化突围
- 三、推广突围

第九章运动服装行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节中国运动服装行业竞争格局综述

- 一、2016年运动服装行业集中度
- 二、2016年运动服装行业竞争程度
- 三、2016年运动服装企业与品牌数量
- 四、2016年运动服装行业竞争格局分析

第四节2014-2016年运动服装行业竞争格局分析

- 一、2014-2016年国内外运动服装竞争分析
- 二、2014-2016年我国运动服装市场竞争分析
- 三、2014-2016年我国运动服装市场集中度分析
- 四、2016-2022年国内主要运动服装企业动向
- 五、2016年国内运动服装拟在建项目分析

第十章运动服装企业竞争策略分析

第一节运动服装市场竞争策略分析

- 一、2016年运动服装市场增长潜力分析
- 二、2016年运动服装主要潜力品种分析
- 三、现有运动服装产品竞争策略分析
- 四、潜力运动服装品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节运动服装企业竞争策略分析

- 一、金融危机对运动服装行业竞争格局的影响

二、金融危机后运动服装行业竞争格局的变化

三、2016-2022年我国运动服装市场竞争趋势

四、2016-2022年运动服装行业竞争格局展望

五、2016-2022年运动服装行业竞争策略分析

六、2016-2022年运动服装企业竞争策略分析

第三节背靠背（kappa）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十一章运动服装行业发展趋势分析

第一节我国运动服装行业前景与机遇分析

一、我国运动服装行业发展前景

二、我国运动服装发展机遇分析

三、2016年运动服装的发展机遇分析

四、金融危机对运动服装的影响分析

第二节2014-2016年中国运动服装市场趋势分析

一、2014-2016年运动服装市场趋势总结

二、2014-2016年运动服装发展趋势分析

三、2016-2022年运动服装市场发展空间

四、2016-2022年运动服装产业政策趋向

五、2016-2022年运动服装技术革新趋势

六、2016-2022年运动服装价格走势分析

七、2016-2022年国际环境对行业的影响

第十二章未来运动服装行业发展预测

第一节未来运动服装需求与消费预测

一、2016-2022年运动服装产品消费预测

二、2016-2022年运动服装市场规模预测

三、2016-2022年运动服装行业总产值预测

四、2016-2022年运动服装行业销售收入预测

五、2016-2022年运动服装行业总资产预测

第二节2016-2022年中国运动服装行业供需预测

一、2016-2022年中国运动服装供给预测

二、2016-2022年中国运动服装产量预测

三、2016-2022年中国运动服装需求预测

四、2016-2022年中国运动服装供需平衡预测

五、2016-2022年中国运动服装产品价格预测

六、2016-2022年主要运动服装产品进出口预测

第十三章运动服装行业投资现状分析

第一节2015年运动服行业投资情况分析

一、2015年总体投资及结构

二、2015年投资规模情况

三、2015年投资增速情况

四、2015年分行业投资分析

五、2015年分地区投资分析

六、2015年外商投资情况

第二节2016年运动服行业投资情况分析

一、2016年总体投资及结构

二、2016年投资规模情况

三、2016年投资增速情况

四、2016年分行业投资分析

五、2016年分地区投资分析

六、2016年外商投资情况

第十四章运动休闲服饰行业发展环境分析

第一节2014-2016年中国运动休闲服饰行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第二节2014-2016年中国运动休闲服饰行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第三节中国运动休闲服饰行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第四节中国运动休闲服饰行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第十五章中国运动休闲服饰市场供需分析

第一节运动休闲服饰市场现状分析及预测

一、2014-2016年我国运动休闲服饰行业总产值分析

二、2016-2022年我国运动休闲服饰行业总产值预测

第二节运动休闲服饰产品产量分析及预测

一、2014-2016年我国运动休闲服饰产量分析

二、2016-2022年我国运动休闲服饰产量预测

第三节运动休闲服饰市场需求分析及预测

一、2014-2016年我国运动休闲服饰市场需求分析

二、2016-2022年我国运动休闲服饰市场需求预测

第十六章运动休闲服饰行业发展现状分析

第一节中国运动休闲服饰行业发展分析

一、2014-2016年中国运动休闲服饰行业发展态势分析

二、2014-2016年中国运动休闲服饰行业发展特点分析

三、2014-2016年中国运动休闲服饰行业市场供需分析

第二节中国运动休闲服饰产业特征与行业重要性

第三节运动休闲服饰行业特性分析

第十七章中国运动休闲服饰市场规模分析

第一节2016年中国运动休闲服饰市场规模分析

第二节2016年中国运动休闲服饰区域市场规模分析

一、2016年东北地区市场规模分析

二、2016年华北地区市场规模分析

三、2016年华东地区市场规模分析

四、2016年华中地区市场规模分析

五、2016年华南地区市场规模分析

六、2016年西部地区市场规模分析

第三节2016-2022年中国运动休闲服饰市场规模预测

第十八章运动休闲服饰及其主要上下游产品

第一节运动休闲服饰上下游分析

一、与行业上下游之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节运动休闲服饰行业产业链分析

一、行业上游影响及风险分析

二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第十九章运动休闲服饰产品竞争力优势分析

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议

第二十章运动休闲服饰行业市场竞争策略分析

第一节行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业的战略、结构和竞争对手
- 五、政府的作用

第二节运动休闲服饰企业竞争策略分析

- 一、提高运动休闲服饰企业核心竞争力的对策
- 二、影响运动休闲服饰企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高运动休闲服饰企业竞争力的策略

第二十一章运动休闲服饰产业用户度分析

第一节运动休闲服饰产业用户认知程度

第二节运动休闲服饰产业用户关注因素

- 一、功能
- 二、质量
- 三、价格
- 四、外观
- 五、服务

第二十二章休闲服行业发展状况分析

1.1休闲服行业价值链分析

1.1.1休闲服行业产业链简介

1.1.2休闲服行业价值链分析

1.2休闲服行业发展状况分析

1.2.1中国休闲服行业总体发展概况

- 1.2.2中国休闲服行业发展特点分析
- 1.2.3中国休闲服行业经营情况分析
 - (2) 休闲服行业盈利能力分析
 - (3) 休闲服行业运营能力分析
 - (4) 休闲服行业偿债能力分析
 - (5) 休闲服行业发展能力分析
- 1.3休闲服行业经济指标分析
 - 1.3.1行业经济效益影响因素
 - 1.3.2行业主要经济指标分析
 - 1.3.3不同规模企业经济指标分析
 - 1.3.4不同性质企业经济指标分析
- 1.4休闲服行业供需平衡分析
 - 1.4.1全国休闲服行业供给情况分析
 - (1) 全国休闲服行业总产值分析
 - (2) 行业产成品分析
 - 1.4.2各地区休闲服行业供给情况分析
 - (1) 总产值排名居前的10个地区分析
 - (2) 产成品排名前10个地区分析
 - 1.4.3全国休闲服行业需求情况分析
 - (1) 全国休闲服行业销售产值分析
 - (2) 全国休闲服行业销售收入分析
 - 1.4.4各地区休闲服行业需求情况分析
 - (1) 销售产值排名居前的10个地区分析
 - (2) 销售收入排名前10个地区分析
 - 1.4.5全国休闲服行业产销率分析
- 1.5外资品牌在中国二三线城市的扩张分析
 - 1.5.1对中国休闲服威胁最大外资品牌渠道下沉分析
 - (1) uniqlo渠道下沉的优势与面临的挑战
 - (2) h&m、zara渠道下沉的优势与面临的挑战
 - (3) gap渠道下沉的优势与面临的挑战
- 1.6行业主要产品市场分析
 - 1.6.1大众休闲服市场分析
 - 1.6.2商务休闲服市场分析
 - 1.6.3运动休闲服市场分析
 - 1.6.4户外休闲服市场分析

1.7行业产品设计投入与能力分析

1.7.1休闲服年均新上市款式数量分析

1.7.2休闲服行业设计人员规模分析

1.7.3休闲服行业研发费用占收入比分析

1.7.4休闲服行业产品系列与风格分析

1.7.5休闲服销售渠道发展现状分析

(1) 休闲服渠道覆盖率分析

(2) 休闲服渠道发展特征分析

1.8休闲服行业供应链管理模式分析

1.8.1中国休闲服行业供应链管理现状分析

1.8.2国际领先品牌供应链管理模式经验借鉴

第二十三章休闲服行业领先企业生产经营状况分析

8.1大众休闲服类标杆企业生产经营状况分析

8.1.1德永佳集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

(6) 企业zui新发展动向

8.1.2佐丹奴国际有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

(6) 企业zui新发展动向

8.1.3上海美特斯邦威服饰股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

8.1.4浙江森马服饰股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

- (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业经营模式分析
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业优势与劣势分析
 - (6) 企业zui新发展动向
- 8.1.5利郎（中国）有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业优势与劣势分析
 - (6) 企业zui新发展动向
- 8.1.6劲霸男装股份有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业优势与劣势分析
 - (6) 企业zui新发展动向
- 8.1.7福建七匹狼实业股份有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业优势与劣势分析
 - (6) 企业zui新发展动向
- 8.1.8衣恋时装（上海）有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业优势与劣势分析
- 8.1.9特步国际控股有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况
 - (2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

(6) 企业zui新发展动向

8.1.10安踏体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

(6) 企业zui新发展动向

第二十四章中国品牌运动品牌鞋服发展环境分析

第一节经济环境分析

一、2016年经济发展状况

二、收入增长情况

三、固定资产投资

四、存利率变化

第四节技术环境分析

一、技术发展现状

二、新技术的发展

三、技术发展趋势

第二十五章中国运动品牌市场规模分析

第一节2014-2016年中国运动品牌市场规模分析

第二节2016年我国运动品牌区域结构分析

第三节中国运动品牌鞋服区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节2016-2022年中国运动品牌市场规模预测

第二十六章中国运动品牌需求与消费者偏好调查

第一节2014-2016年中国运动品牌产量统计分析

第二节2014-2016年中国运动品牌历年消费量统计分析

第三节运动品牌产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第四节运动品牌产品的品牌市场调查

一、消费者对运动品牌品牌认知度宏观调查

二、消费者对运动品牌鞋服产品的品牌偏好调查

三、消费者对运动品牌鞋服品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、运动品牌鞋服品牌忠诚度调查

六、运动品牌鞋服品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节行业swot模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、威胁分析

图表目录

图表1纺织服装行业产业链简要示意图

图表22015年gdp初步核算数据

图表32014-2015年gdp环比增长速度

图表42016年2季度gdp初步核算数据

图表52016年2季度gdp环比增长速度

图表62014--2015年我国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表72014--2015年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表82014-2015年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表92015年zui新存利率

图表10中国休闲服消费者性别调查

图表11中国休闲服消费者职业调查

图表12中国休闲服消费者收入调查

图表13大众休闲服主要品牌

图表14运动休闲主要品牌

图表15时尚休闲面料主要品牌概况

图表16户外休闲主要品牌

图表17商务休闲服装主要品牌

图表18上海美特斯邦威服饰股份有限公司主要财务指标分析

图表19上海美特斯邦威服饰股份有限公司主要经济指标分析

图表20近4年东莞市东越服装有限公司固定资产周转次数情况

图表21近4年东莞市东越服装有限公司固定资产周转次数变化情况

图表22近4年东莞市东越服装有限公司流动资产周转次数变化情况

图表23近4年东莞市东越服装有限公司流动资产周转次数变化情况

图表24近4年东莞市东越服装有限公司销售毛利率变化情况

图表25近4年东莞市东越服装有限公司销售毛利率变化情况

图表26近4年东莞市东越服装有限公司资产负债率变化情况

图表27近4年东莞市东越服装有限公司资产负债率变化情况

图表28近4年东莞市东越服装有限公司产权比率变化情况

图表29近4年东莞市东越服装有限公司产权比率变化情况

图表30近4年东莞市东越服装有限公司总资产周转次数变化情况

图表31近4年东莞市东越服装有限公司总资产周转次数变化情况

图表32森马集团有限公司主要财务指标分析

图表33森马集团有限公司主要经济指标分析

图表34近4年班尼路集团有限公司固定资产周转次数情况

图表35近4年班尼路集团有限公司固定资产周转次数情况

图表36近4年班尼路集团有限公司流动资产周转次数变化情况

图表37近4年班尼路集团有限公司流动资产周转次数变化情况

图表38近4年班尼路集团有限公司销售毛利率变化情况

图表39近4年班尼路集团有限公司销售毛利率变化情况

图表40近4年班尼路集团有限公司资产负债率变化情况

图表41近4年班尼路集团有限公司资产负债率变化情况

图表42近4年班尼路集团有限公司产权比率变化情况

图表43近4年班尼路集团有限公司产权比率变化情况

图表44近4年班尼路集团有限公司总资产周转次数变化情况

图表45近4年班尼路集团有限公司总资产周转次数变化情况

图表46近4年浙江高邦服饰集团有限公司固定资产周转次数情况

图表47近4年浙江高邦服饰集团有限公司固定资产周转次数情况

图表48近4年浙江高邦服饰集团有限公司流动资产周转次数变化情况

图表49近4年浙江高邦服饰集团有限公司流动资产周转次数变化情况

图表50近4年浙江高邦服饰集团有限公司销售毛利率变化情况

图表51近4年浙江高邦服饰集团有限公司销售毛利率变化情况

图表52近4年浙江高邦服饰集团有限公司资产负债率变化情况

图表53近4年浙江高邦服饰集团有限公司资产负债率变化情况

图表54近4年浙江高邦服饰集团有限公司产权比率变化情况

图表55近4年浙江高邦服饰集团有限公司产权比率变化情况

图表56近4年浙江高邦服饰集团有限公司总资产周转次数变化情况

图表57近4年浙江高邦服饰集团有限公司总资产周转次数变化情况

图表58近4年广东李宁体育发展有限公司固定资产周转次数情况

图表59近4年广东李宁体育发展有限公司固定资产周转次数情况

图表60近4年广东李宁体育发展有限公司流动资产周转次数变化情况

(GYYS)

图表详见正文.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/251085251085.html>