

2016-2022年中国运动服产业运营现状及十三五投资价值分析报告

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年中国运动服产业运营现状及十三五投资价值分析报告》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/fuzhuang/251199251199.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年中国运动服产业运营现状及十三五投资价值分析报告》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：中国运动服行业发展背景分析

1.1运动服行业界定及分类

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运动服行业产业链及下游需求分析

1.2.1行业产业链结构

1.2.2行业产业链价值环节

1.3运动服行业发展环境分析

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行业经济环境分析

(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) 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

1.3.5行业技术环境分析

(1) 行业技术活跃程度分析

(2) 行业技术领先企业分析

(3) 行业热门技术分析

(4) 行业技术发展趋势

第二章：运动服行业发展状况分析

2.1国际运动服行业发展状况分析

2.1.1国际运动服行业发展概况

2.1.2重点国家运动服行业发展概况

(1) 美国运动服行业发展现状分析

(2) 法国运动服行业发展现状分析

(3) 加拿大运动服行业发展现状分析

(4) 德国运动服行业发展现状分析

(5) 英国运动服行业发展现状分析

(6) 意大利运动服行业发展现状分析

(7) 日本运动服行业发展现状分析

2.1.3国际运动服行业发展趋势分析

2.2中国运动服行业发展状况分析

2.2.1运动服行业发展现状分析

2.2.2运动服行业发展特性分析

(1) 劳动密集型产业

(2) 运动服设计专业性

(3) 运动服需求时尚性

(4) 运动服需求季节性

(5) 运动服品牌效应化

(6) 运动服产品雷同化

2.2.3运动服行业市场状况分析

(1) 人均运动服支出情况

(2) 运动服市场规模分析

2.3中国运动服行业消费群体分析

2.3.1运动服消费群体特征分析

- (1) 运动服目标消费群体范围
- (2) 运动服消费群体性别结构
- (3) 运动服消费群体年龄结构
- (4) 运动服消费群体城乡差别

2.3.2青少年运动服市场需求分析

- (1) 消费结构
- (2) 消费理念
- (3) 品牌意识
- (4) 接触媒体

2.3.3中老年人运动服市场需求分析

- (1) 中年运动服市场需求分析
- (2) 老年运动服市场需求分析

2.3.4大学生运动服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) 大学生运动服品牌选择及比较
- (4) 影响大学生运动服品牌需求心理因素
- (5) 调查结论分析及建议

2.3.5运动服需求影响因素

- (1) 消费者自身因素
- (2) 社会因素
- (3) 企业和产品因素

2.4中国运动服行业进出口市场分析

2.4.1运动服行业进出口状况综述

2.4.2运动服行业出口市场分析

- (1) 行业出口整体情况
- (2) 行业出口产品结构分析

2.4.3运动服行业进口市场分析

- (1) 行业进口整体情况
- (2) 行业进口产品结构

2.4.4运动服行业进出口前景及建议

- (1) 运动服行业出口前景及建议
- (2) 运动服行业进口前景及建议

2.5中国运动服行业发展前景分析

2.5.1运动服行业发展的驱动因素分析

2.5.2运动服行业发展的障碍因素分析

2.5.3运动服行业发展趋势分析

2.5.42016-2022年运动服行业发展前景预测

第三章：运动服行业市场竞争状况分析

3.1国际运动服行业市场竞争状况分析

3.1.1国际运动服市场竞争现状

3.1.2国际运动服市场竞争格局

3.1.3国际运动服市场竞争趋势

3.2运动服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国内运动服行业市场竞争状况分析
 - 3.3.1运动服行业议价能力分析
 - 3.3.2运动服行业潜在威胁分析
 - (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：中国运动服行业细分市场潜力分析
 - 4.1运动服行业产品定义及分类
 - 4.1.1运动服行业产品定义
 - 4.1.2运动服行业产品分类
 - 4.2各类运动服市场发展分析
 - 4.2.1各类运动服行业市场概况
 - (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 户外运动服市场发展分析

(1) 户外运动服市场需求规模

(2) 户外运动服消费群体分析

(3) 户外运动服企业经营模式

(4) 户外运动服市场展望

4.2.6 其他运动服市场分析

(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 滑雪装备的发展趋势

第五章：中国运动服行业市场营销分析

5.1 运动服行业营销渠道分析

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：中国运动服行业主要企业生产经营分析

6.1 运动服企业发展总体状况分析

6.1.1 运动服行业企业规模

6.1.2 运动服行业工业产值状况

6.1.3 运动服行业销售收入和利润

6.2 运动服行业领先企业个案分析

6.2.1 李宁（中国）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) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 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) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 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

6.2.6 鸿星尔克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) 企业最新发展动向分析

6.2.7三六一度国际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) 企业最新发展动向分析

6.2.8中国动向(集团)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

6.2.9匹克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) 企业最新发展动向分析

6.2.10 特步（中国）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) 企业最新发展动向分析

6.2.11 贵人鸟股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.2.12 国辉（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析（七）企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

6.2.13 福建德尔惠体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析（七）企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

6.2.14 福建喜得龙体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.2.15 飞亚世（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.16 青岛双星名人实业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.17 上海美津浓有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.2.18 福建金莱克体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.19 北京探路者户外用品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

6.2.20 泉州市雷速体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.2.21 正大(中国)体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.2.22 泉州寰球鞋服有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

6.2.23 广州康威集团体育用品股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.24 恩东体育用品（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.2.25 上海星胜体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.2.26 北京建依体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.27 广州冠道体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.28 捷酷（北京）体育服装有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.2.29裕晟（昆山）体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.30赛琪（中国）体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

第七章：中国运动服行业投资分析及预测

7.1运动服行业及细分市场吸引力评价

7.1.1运动服行业吸引力评价

7.1.2运动服行业细分市场吸引力评价

7.2运动服行业投资特性分析

7.2.1运动服行业进入壁垒分析

(1) 品牌壁垒

(2) 技术壁垒

(3) 贸易壁垒

(4) 人才壁垒

7.2.2运动服行业盈利模式分析

7.2.3运动服行业盈利因素分析

7.32013-2016年运动服行业投资兼并分析

7.3.1运动服行业投资兼并动态分析

7.3.2运动服行业投资兼并趋势分析

7.42016-2022年运动服行业投资建议分析

7.4.1运动服行业投资机会分析

7.4.2运动服行业投资风险分析

(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 运动服行业投资建议

图表目录

图表1：2013-2015年中国运动服行业与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：运动服行业产业链简要示意图

图表4：运动服行业产业链价值体现

图表5：2013年以来纺织、服装出口退税率调整情况（单位：%）

图表6：减免出入境检验检疫的出口纺织服装产品目录

图表7：服装行业认证标准

图表8：美国失业率及产能利用率情况（单位：%）

图表9：2013-2015年美国经济数据（单位：%）

图表10：2013-2015年德法及欧猪五国公共债务占GDP的比重（单位：%）

图表11：2013年以来德法及欧猪五国失业率情况（单位：%）

图表12：2013-2015年欧洲经济数据（单位：%）

图表13：2015年国内宏观经济大事一览

图表14：2013-2015年我国GDP同比增速走势（单位：%）

图表15：2013-2015年我国GDP贡献率（单位：%）

图表16：2013-2015年我国CPI与PPI走势情况（单位：%）

图表17：2013-2015年我国CPI涨跌幅情况（单位：%）

图表18：2013-2015年我国CPI、PPI走势（单位：%）

图表19：2013-2015年规模以上工业增加值增速走势（单位：%）

图表20：2015年固定资产投资额累计增长情况（单位：%）

图表21：2013-2015年我国固定资产投资（单位：亿元，%）

图表22：2013-2015年我国进出口总值情况（单位：亿美元）

图表23：2013-2015年我国进出口增速情况（单位：%）

图表24：2013-2015年我国贸易顺差走势（单位：亿美元）

图表25：2013-2015年中国人口规模及增长情况（单位：亿人，%）

图表26：2013-2015年中国各年龄段人口占总人口比重（单位：%）

图表27：2015年中国城镇居民人均消费性支出及其结构（单位：元，%）

图表28：2013-2015年运动服行业相关专利申请数量变化图（单位：种）

图表29：2013-2015年运动服行业相关专利公开数量变化图（单位：种）

图表30：2013-2015年运动服行业相关专利公开数量分布图（单位：种）

图表31：2013-2015年运动服行业相关专利公开数量比重图（单位：%）

- 图表32：2013-2015年运动服行业相关专利申请人构成图（单位：个）
- 图表33：2015年运动服行业相关专利申请人综合比较（单位：种，%，个，年）
- 图表34：2015年我国运动服行业相关专利分布领域（前十位）（单位：种）
- 图表35：2015年我国运动服行业相关专利比重（单位：%）
- 图表36：全球人均运动服支出总额（单位：美元，%）
- 图表37：2013-2015年中国运动服市场规模（单位：亿元，%）
- 图表38：运动服市场消费者年龄构成比例（单位：%）
- 图表39：运动服市场不同年龄结构需求特点及影响因素
- 图表40：京沪青少年的消费结构（单位：%）
- 图表41：青少年的消费理念（单位：%）
- 图表42：青少年对运动服名牌的看法（单位：%）
- 图表43：青少年对名牌运动服打折消费的态度（单位：%）
- 图表44：青少年对假冒运动服名牌的看法（单位：%）
- 图表45：青少年一周的媒体接触情况（单位：小时）
- 图表46：京沪青少年经常看的电视节目类型（单位：%）
- 图表47：京沪青少年经常听的广播节目类型（单位：人，%）
- 图表48：京沪青少年爱看的报纸、杂志（单位：人，%）
- 图表49：大学生月平均支出情况统计表（单位：%）
- 图表50：大学生月平均体育消费情况统计表（单位：%）
- 图表51：大学生体育产品品牌比较情况（单位：%）
- 图表52：青少年购买运动鞋考虑因素（单位：%）
- 图表53：2013-2015年中国运动服行业进出口状况表（单位：万美元）
- 图表54：2015年运动服行业产品出口月度金额走势图（单位：万美元）
- 图表55：2013-2015年中国运动服行业出口产品（单位：万件，万套，万美元）
- 图表56：2013-2015年运动服行业出口产品结构（单位：%）
- 图表57：2015年运动服行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元）
- 图表58：2013-2015年中国运动服行业进口产品（单位：万套，万件，件，套，万美元）
- 图表59：2013-2015年运动服行业进口产品结构（单位：%）
- 图表60：2015年运动服进口品牌关注排行（单位：%）
- 图表61：2016-2022年运动服市场规模及预测（单位：亿元，%）
- 图表62：世界运动服销售额发展分布（单位：%）
- 图表63：世界运动服市场分布格局（单位：亿美元，%）
- 图表64：美国耐克公司经营状况表（一）（单位：百万美元，%）
- 图表65：美国耐克公司经营状况表（二）（单位：百万美元，%）
- 图表66：中国运动服行业企业区域分布格局（单位：%）

图表67：中国运动服行业所有制构成情况（单位：%）

图表68：部分运动服品牌经营情况对比（单位：亿元，%）

图表69：运动服市场进入前十名品牌统计（分月）

图表70：2015年中国运动服前十位品牌市场占有率（单位：%）
（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/fuzhuang/251199251199.html>