

# 2009年中国运动休闲服行业市场分析及投资咨询 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年中国运动休闲服行业市场分析及投资咨询报告》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/3226432264.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

### 第一章 2008年全球运动休闲服行业发展状况

#### 一、2008年全球运动休闲服市场

- (一) 全球服装纺织市场规模
- (二) 全球服装市场发展状况综述
- (三) 全球服装分布格局透析

#### 二、2008年全球运动服装面料发展情况

- (一) 高科技纺织品
- (二) 弹性织物
- (三) 高吸湿纤维
- (四) 舒适性棉针织物

#### 三、2008年全球主要国家运动休闲服市场

- (一) 美国
- (二) 英国
- (三) 德国
- (四) 法国
- (五) 意大利
- (六) 加拿大
- (七) 日本

#### 四、2009-2012年全球运动休闲服发展趋势

### 第二章 2008年中国运动休闲服行业市场运行环境

#### 一、2008年中国经济发展环境

- (一) 2008年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、2008年中国运动休闲服行业政策环境

- (一) 《专业运动服装和防护用品通用技术规范》
- (二) 《职业服装检验规则》
- (三) 《出口服装检验管理规定》

#### 三、2008年中国运动休闲服行业社会环境

- (一) 居民消费
- (二) 消费观念
- (三) 崇尚健康消费的理念
- (四) 审美观念的改变

### 第三章 2008年中国运动休闲服行业发展综述

#### 一、2008年中国运动休闲服市场概况

- (一) 中国运动服市场发展回顾
- (二) 中国运动服装消费群体扩大品牌意识增强
- (三) 中国运动服饰市场的特点
- (四) 中国青少年运动服的消费概况
- (五) 中国大学生运动服装的消费简介

#### 二、2008年中国户外运动服装市场

- (一) 中国户外运动服装市场概述
- (二) 中国户外运动服的销售渠道
- (三) 中国滑雪运动服蓬勃发展

#### 三、2008年中国运动服品牌

- (一) 国内外运动服装品牌的概述
- (二) 国产品牌与全球品牌的差距
- (三) 2008年中国品牌运动服装市场
- (四) 创品牌是中国运动服的发展关键

#### 四、运动服的市场定位与战略选择

- (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

#### 五、2008年中国运动休闲服行业面临的挑战

- (一) 营销策略单一，过分依靠广告营销，并且广告主张浮夸
- (二) 缺乏有效的品牌战略规划、技术缺乏创新，产品功能利益不强
- (三) 产品线过长，缺乏专业性和主导产品
- (四) 在体育品牌赞助行为中缺乏与目标群体全面的沟通
- (五) 产品花色单(一)款式更新速度太慢、工艺落后与规格不统一

### 第四章 2007-2008年中国纺织服装制造业相关经济数据监测

#### 一、2007-2008年中国纺织服装制造业总体数据

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

#### 二、2007-2008年中国纺织服装制造业不同规模企业数据

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

#### 三、2007-2008年中国纺织服装制造业不同所有制企业数据

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

## 第五章 2008年中国运动休闲服市场销售探究

### 一、2008年中国运动服零售渠道

- (一) 中国零售渠道的转变
- (二) 中国渠道支撑的需求
- (三) 渠道催生出品牌诞生
- (四) 渠道发展存在的问题
- (五) 零售终端信息化需求

### 二、2008年中国运动服国内销售渠道构成

- (一) 大型商场/百货公司
- (二) 普通商场/运动服店
- (三) 商场、超市及连锁店
- (四) 批发市场
- (五) 邮购
- (六) 网上销售

### 三、2008年运动休闲服奥运营销

- (一) 内地运动服生产商“曲线奥运营销”
- (二) 运动服生产企业酝酿“后奥运市场营销”
- (三) 运动服品牌校园市场“体验式营销”

### 四、2008年中国运动休闲服饰成功案例探究

- (一) 特步运动服营销策略
- (二) 361°运动服营销策略
- (三) 鸿星尔克营销策略

## 第六章 2008年中国消费者运动休闲服市场消费者调查

### 一、2008年中国运动休闲服消费者调查

- (一) 消费者在运动休闲服上的消费支出
- (二) 消费者对运动休闲服款式的选择
- (三) 消费者对运动休闲服色彩的选择
- (四) 消费者对运动休闲服面料的选择
- (五) 促销手段对消费者的影响

### 二、2008年运动休闲服品牌市场调查

- (一) 消费者对运动休闲服品牌认知度宏观调查
- (二) 消费者对运动休闲服品牌喜好调查
- (三) 消费者对运动休闲服的首要认知渠道
- (四) 消费者经常购买的品牌调查
- (五) 运动休闲服品牌忠诚度调查

(六) 运动休闲服品牌市场占有率调查

(七) 消费者的消费理念调研

三、2008年中国运动休闲服影响消费者选购因素

(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) 时尚性的影响程度

第七章 2008年中国运动休闲服行业竞争格局透析

一、2008年中国运动休闲服行业竞争现状

(一) 运动休闲服竞争向专业化靠拢

(二) 品牌运动休闲服竞争激烈

二、2008年中国运动休闲服市场竞争

(一) 市场定位之战

(二) 市场策略之战

(三) 运动品牌竞争海滩原理

(四) 中外运动服装品牌各领风骚

(五) 内外之战看核心竞争力

三、2008年全球运动品牌和本土品牌的竞争格局

四、2009-2012年中国运动休闲服市场竞争趋势探究

第八章 2008年中国运动休闲服重点消费市场剖析

一、2008年北京运动服装市场

(一) 北京市运动服装市场容量

(二) 北京运动服装销售渠道

(三) 北京市运动服装品牌竞争情况

(四) 北京的体育消费

二、2008年上海运动服休闲服市场

(一) 上海市运动休闲服市场规模

(二) 上海市运动服装销售渠道

(三) 上海运动服有了“休闲味”

三、2008年广州运动服装市场

(一) 广州市运动服装市场规模

(二) 广州市运动服装品牌竞争情况

(三) 广州市运动服装销售渠道

第九章 全球运动休闲服知名企业

## 一、耐克 (Nike)

- (一) 公司基本概况
- (二) 耐克的广告创意法则浅析
- (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

## 第十章 中国运动休闲服行业优势企业

### 一、广东李宁体育发展有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况

### 二、耐克 (苏州) 体育用品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况

### 三、阿迪达斯 (苏州) 有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况

### 四、福建乔丹体育用品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况

### 五、安踏 (中国) 有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况

### 六、康威制衣有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况

## 第十一章 2008年运服休闲服相关行业运行点评

### 一、纺织业

- (一) 全球纺织服装贸易竞争环境的变化
- (二) 中国纺织工业的战略调整
- (三) 中国纺织企业的运营创新
- (四) 中国纺织产业存在的三大问题
- (五) 中国纺织工业发展的战略取向
- (六) 品牌建设是中国纺织业的最终选择

### 二、服装行业

- (一) 2008年服装业休息化现状
- (二) 金融危机对服装制造业的影响
- (三) 服装制造业可持续发展战略
- (四) 服装制造业发展前景

### 三、拉链产业

- (一) 中国拉链工业面向全球高端市场
- (二) 2008年中国拉链产业的发展概况
- (三) 中国拉链质量与品牌的八大误区
- (四) 中国拉链业提高竞争水平的对策
- (五) 中国拉链的前景展望

### 四、体育产业

- (一) 中国体育产业市场规模
- (二) 中国体育产业发展机遇
- (三) 奥运后体育产业发展方向
- (四) 体育产业销售策略及手段

## 第十二章 2009-2012年中国运服休闲服行业发展及投资前景

### 一、2009-2012年中国运服休闲服行业发展趋势

- (一) 专业化
- (二) 运动优雅化
- (三) 运动简洁化
- (四) 面料流行趋势
- (五) 色调流行趋势

### 二、2009-2012年中国运服休闲服行业发展前景前瞻

- (一) 运动服装市场的前景展望
- (二) 中国中小城市运动装前景光明
- (三) 运动休闲服的前景看好

### 三、2009-2012年中国运服休闲服行业市场供需预测

(一) 中国运服休闲服行业市场供给预测

(二) 中国运服休闲服行业市场的需求预测

### 四、2009-2012年中国运服休闲服行业投资

(一) 中国运服休闲服行业投资环境

(二) 中国运服休闲服行业投资机会

(三) 中国运服休闲服行业投资风险

图表目录(部分)：

图表：2008年中国GDP增长情况

图表：2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表：2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表：2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表：2001-2008年中国进出口走势

图表：2001-2008年中国失业率走势

图表：2007-2008年中国货币供应量

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/3226432264.html>