

# 2016-2022年中国运动休闲服饰行业发展现状及十三五发展态势预测报告

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《2016-2022年中国运动休闲服饰行业发展现状及十三五发展态势预测报告》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/248421248421.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

运动休闲服饰是运动服和平时生活服的结合，常用于晨间的拳操、爬山、郊游、打球等。休闲服装的特点是必须能够承受得起长时间的日晒和汗水的侵蚀，吸汗通气，色泽持久耐磨，造型宽松舒适。随着健身热潮在各国流行，休闲服装将兴起。

中国报告网发布的《2016-2022年中国运动休闲服饰行业发展现状及十三五发展态势预测报告》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家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。

报告目录：

### 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 2014-2015年中国休闲服行业发展环境解析

#### 第一节 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015年中国休闲服行业提升竞争力策略分析

第三章 2014-2015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 2014-2015年中国休闲服行业重点企业竞争力分析（企业可自选）

### 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、2014年全国运动服装市场规模分析

#### 二、2014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、2013年运动服装市场xiao量分析

#### 二、2014年运动服装市场xiao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、2013年运动服装市场价格走势

#### 三、2014年运动服装市场价格走势

### 第五节 2014-2015年运动服装行业发展分析

#### 一、2014-2015年运动服装业产xiao存运行分析

#### 二、2014-2015年运动服装行业利润情况分析

#### 三、2013-2015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 2014-2015年运动服装产量分析

#### 一、2013年运动服装产量分析

#### 二、2014年运动服装产量分析

### 第二节 2013-2015年运动服装行业主要经济指标分析

#### 一、xiao售收入前十家企业分析

#### 二、2013年运动服装行业主要经济指标分析

#### 三、2014年运动服装行业主要经济指标分析

### 第三节 2014-2015年我国运动服装行业绩效分析

- 一、2014-2015年行业产xiao情况
- 二、2014-2015年行业规模情况
- 三、2014-2015年行业盈利能力
- 四、2014-2015年行业经营发展能力
- 五、2014-2015年行业偿zhai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、2014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、liu行趋势分析

## 第八章 运动服装xiao售及营xiao分析

### 第一节 中国运动服装的营xiao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xiao售

### 第二节 后奥运时代运动服装品牌的营xiao策略

- 一、明星效应
- 二、赛事赞助
- 三、公益营xiao
- 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、2014年运动服装行业集中度

二、2014年运动服装行业竞争程度

三、2014年运动服装企业与品牌数量

四、2014年运动服装行业竞争格局分析

第四节 2014-2015年运动服装行业竞争格局分析

一、2014-2015年国内外运动服装竞争分析

二、2014-2015年我国运动服装市场竞争分析

三、2014-2015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、2014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、2014年运动服装市场增长潜力分析

二、2014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、2014-2015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、2014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 2016-2022年中国运动服装市场趋势分析

- 一、2016-2022年运动服装市场趋势总结
- 二、2016-2022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 2013年运动服行业投资情况分析

- 一、2013年总体投资及结构
- 二、2013年投资规模情况
- 三、2013年投资增速情况
- 四、2013年分行业投资分析
- 五、2013年分地区投资分析
- 六、2013年外商投资情况

#### 第二节 2014年运动服行业投资情况分析

- 一、2014年总体投资及结构
- 二、2014年投资规模情况
- 三、2014年投资增速情况
- 四、2014年分行业投资分析
- 五、2014年分地区投资分析
- 六、2014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 2014-2015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 2014-2015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xiao情况分析

- 一、行业生产情况分析
- 二、行业xiao售情况分析
- 三、行业产xiao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zhai能力分析与预测

### 三、行业营运能力分析 & 预测

### 四、行业发展能力分析 & 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、2014-2015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、2014-2015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、2014-2015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、2014-2015年中国运动休闲服饰行业发展态势分析

#### 二、2014-2015年中国运动休闲服饰行业发展特点分析

#### 三、2014-2015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 2014年中国运动休闲服饰市场规模分析

### 第二节 2014年中国运动休闲服饰区域市场规模分析

#### 一、2014年东北地区市场规模分析

#### 二、2014年华北地区市场规模分析

#### 三、2014年华东地区市场规模分析

#### 四、2014年华中地区市场规模分析

#### 五、2014年华南地区市场规模分析

#### 六、2014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zhai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xiao售产值分析
    - (2) 全国休闲服行业xiao售收入分析
  - 1.4.4 各地区休闲服行业需求情况分析
    - (1) xiao售产值排名居前的10个地区分析
    - (2) xiao售收入排名前10个地区分析
  - 1.4.5 全国休闲服行业产xiao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zui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xiao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ling先品牌供应链管理模式经验借鉴
- 第二十三章：休闲服行业ling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xiao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xiao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xiao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xiao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xiao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xiao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xiao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) 企业最新发展动向

#### 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) 企业最新发展动向

### 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、2014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 2014-2015年中国运动品牌市场规模分析

#### 第二节 2014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 2014-2015年中国运动品牌产量统计分析

### 第二节 2014-2015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 157

#### 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 2 2014年gdp初步核算数据

图表 3 2013-2015年gdp环比增长速度

图表 4 2015年2季度gdp初步核算数据

图表 5 2015年2季度gdp环比增长速度

图表 6 2013-2015年我国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表 7 2013-2015年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表 8 2010-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 9 2014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liu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liu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xiao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xiao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zhai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zhai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liu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liu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xiao售毛利率变化情况

图表 39 近4年班尼路集团有限公司xiao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zhai率变化情况

图表 41 近4年班尼路集团有限公司资产负zhai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

图表 61 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

图表 62 近4年广东李宁体育发展有限公司销售毛利率变化情况

图表 63 近4年广东李宁体育发展有限公司销售毛利率变化情况

图表 64 近4年广东李宁体育发展有限公司资产负债率变化情况

图表 65 近4年广东李宁体育发展有限公司资产负债率变化情况

图表 66 近4年广东李宁体育发展有限公司产权比率变化情况

图表 67 近4年广东李宁体育发展有限公司产权比率变化情况

图表 68 近4年广东李宁体育发展有限公司总资产周转次数变化情况

图表 69 近4年广东李宁体育发展有限公司总资产周转次数变化情况

图表 70 近4年海宁蒙努集团有限公司固定资产周转次数情况

图表 71 近4年海宁蒙努集团有限公司固定资产周转次数情况

图表 72 近4年海宁蒙努集团有限公司流动资产周转次数变化情况

图表 73 近4年海宁蒙努集团有限公司流动资产周转次数变化情况

图表 74 近4年海宁蒙努集团有限公司销售毛利率变化情况

图表 75 近4年海宁蒙努集团有限公司销售毛利率变化情况

图表 76 近4年海宁蒙努集团有限公司资产负债率变化情况

图表 77 近4年海宁蒙努集团有限公司资产负债率变化情况

图表 78 近4年海宁蒙努集团有限公司产权比率变化情况

- 图表 79 近4年海宁蒙努集团有限公司产权比率变化情况
- 图表 80 近4年海宁蒙努集团有限公司总资产周转次数变化情况
- 图表 81 近4年海宁蒙努集团有限公司总资产周转次数变化情况
- 图表 82 近4年太子龙控股集团有限公司流动资产周转次数变化情况
- 图表 83 近4年太子龙控股集团有限公司流动资产周转次数变化情况
- 图表 84 近4年太子龙控股集团有限公司总资产周转次数变化情况
- 图表 85 近4年太子龙控股集团有限公司总资产周转次数变化情况
- 图表 86 近4年太子龙控股集团有限公司xiao售毛利率变化情况
- 图表 87 近4年太子龙控股集团有限公司xiao售毛利率变化情况
- 图表 88 近4年太子龙控股集团有限公司资产负zhai率变化情况
- 图表 89 近4年太子龙控股集团有限公司资产负zhai率变化情况
- 图表 90 近4年太子龙控股集团有限公司产权比率变化情况
- 图表 91 近4年太子龙控股集团有限公司产权比率变化情况
- 图表 92 近4年太子龙控股集团有限公司固定资产周转次数情况
- 图表 93 近4年太子龙控股集团有限公司固定资产周转次数情况
- 图表 94 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司流动资产周转次数变化情况
- 图表 95 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司流动资产周转次数变化情况
- 图表 96 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司总资产周转次数变化情况
- 图表 97 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司总资产周转次数变化情况
- 图表 98 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司xiao售毛利率变化情况
- 图表 99 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司xiao售毛利率变化情况
- 图表 100 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司资产负zhai率变化情况
- 图表 101 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司资产负zhai率变化情况
- 图表 102 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司产权比率变化情况
- 图表 103 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司产权比率变化情况
- 图表 104 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司固定资产周转次数情况
- 图表 105 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司固定资产周转次数情况
- 图表 106 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司固定资产周转次数情况
- 图表 107 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司固定资产周转次数情况
- 图表 108 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司流动资产周转次数变化情况
- 图表 109 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司流动资产周转次数变化情况
- 图表 110 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司xiao售毛利率变化情况
- 图表 111 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司xiao售毛利率变化情况
- 图表 112 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司资产负zhai率变化情况
- 图表 113 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司资产负zhai率变化情况

图表 114 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司产权比率变化情况

图表 115 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司产权比率变化情况

图表 116 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司总资产周转次数变化情况

图表 117 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司总资产周转次数变化情况

图表 118 我国运动服装市场不同因素的价格影响力对比

图表 119 2014-2015年运动服装业产xiao存运行分析

图表 120 2014-2015年运动服装行业利润情况分析

图表 121 2016-2022年运动服装行业利润增速预测

图表 122 2013中国运动服行业xiao售收入前十家企业

图表 123 2013年运动服装行业经济指标分析

图表 124 2014年运动服装行业经济指标分析

图表 125 2014-2015年运动服装业产xiao情况分析

图表 126 2014-2015年运动服装业市场规模分析

图表 127 2013-2015年运动服装行业盈利能力分析

图表 128 2013-2015年运动服装行业经营发展能力分析

图表 129 2013-2015年运动服装行业偿zhai能力分析

图表 130 消费者购买运动服饰的品牌偏好分析

图表 131 消费者购买运动服饰的颜色偏好分析

图表 132 消费者购买运动服饰的商品价格分析

图表 133 消费者购买运动服饰的liu行趋势分析

图表 134 影响消费者品牌的情感价值要素

图表 135 体育赞助广告效果形成图

图表 136 我国运动服装行业市场集中度分析

图表 137 2014-2015年kappa经营状况分析

图表 138 2016-2022年运动服装产品需求预测

图表 139 2016-2022年运动服装市场规模预测

图表 140 2016-2022年运动服装行业总产值预测

图表 141 2016-2022年运动服装行业xiao售收入预测

图表 142 2016-2022年运动服装行业总资产预测

图表 143 2016-2022年运动服装供给预测

图表 144 2016-2022年运动服装产量预测

图表 145 2016-2022年运动服装需求预测

图表 146 2016-2022年运动服装行业供需平衡趋势预测

图表 147 2016-2022年国内运动服装市场价格预测

图表 148 2013年我国运动服装总体投资结构

- 图表 149 2013-2015年我国运动服装行业投资规模增长
- 图表 150 2013-2015年我国运动服装行业投资增速增长
- 图表 151 2013年我国运动服装行业不同地区投资分析
- 图表 152 2014年我国运动服装总体投资结构
- 图表 153 2013-2015年我国运动服装行业投资增速分析
- 图表 154 2014年我国运动服装行业不同地区投资分析
- 图表 155 运动服装的行业认证
- 图表156 2013年12月-2014年12月全国居民消费价格涨跌幅度
- 图表157 2013年12月-2014年12月我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况
- 图表158 2013年12月-2014年12月我国鲜菜、鲜果价格变动情况
- 图表159 2014年1-12月份居民消费价格分类别同比涨跌幅
- 图表160 2014年1-12月份居民消费价格分类别环比涨跌幅
- 图表161 2014年12月居民消费价格主要数据
- 图表162 2013年12月-2014年12月工业生产者出厂价格涨跌幅
- 图表163 2013年12月-2014年12月工业生产者购进价格涨跌幅
- 图表164 2013年12月-2014年12月生产资料出厂价格涨跌幅
- 图表165 2013年12月-2014年12月生活资料出厂价格涨跌幅
- 图表166 2014年12月份工业生产者价格主要数据
- 图表 167 2014-2015年6月规模以上工业增加值同比增长速度
- 图表 168 2015年6月份规模以上工业生产主要数据
- 图表 169 2013-2015年我国运动休闲服饰行业开工率分析
- 图表 170 2013-2015年我国运动休闲服饰行业xiao售利润率分析
- 图表 171 2013-2015年我国运动休闲服饰行业产xiao分析
- 图表 1722016-2022年中国运动休闲服饰行业盈利能力预测分析
- 图表 1732016-2022年中国运动休闲服饰行业偿zhai能力预测分析
- 图表 1742016-2022年中国运动休闲服饰行业营运能力预测分析
- 图表 1752016-2022年中国运动休闲服饰行业发展能力预测分析
- 图表 176 2011-2015年我国运动休闲服饰行业工业总产值及增长情况
- 图表 177 2016-2022年我国运动休闲服饰剂产值预测
- 图表 178 2011-2015年我国运动休闲服饰产量分析
- 图表 179 2016-2022年我国运动休闲服饰剂产量预测
- 图表 180 2011-2015年我国运动休闲服饰剂市场需求分析
- 图表 181 2016-2022年我国运动休闲服饰剂市场需求预测
- 图表 182 2014年东北地区运动休闲服饰市场规模分析
- 图表 183 2014年华北地区运动休闲服饰市场规模分析

图表 184 2014年华东地区运动休闲服饰市场规模分析

图表 185 2014年华中地区运动休闲服饰市场规模分析

图表 186 2014年华南地区运动休闲服饰市场规模分析

图表 187 2014年西部地区运动休闲服饰市场规模分析

图表 188 2016-2022年中国运动休闲服饰市场规模预测

图表 189 三元评价模型

图表 190消费者对运动休闲服饰品牌认知度调查

图表 191 运动休闲服饰产品功能影响程度分析

图表 192 运动休闲服饰产品质量影响程度分析

图表 193 运动休闲服饰产品价格影响程度分析

图表 194 运动休闲服饰产品外观影响程度分析

图表 195 运动休闲服饰产品服务影响程度分析

图表 196 2012-2015年休闲服行业经营效益分析

图表 197 2012-2015年中国休闲服行业盈利能力分析

图表 198 2012-2015年中国休闲服行业运营能力分析

图表 199 2012-2015年中国休闲服行业偿zhai能力分析

图表 200 2012-2015年中国休闲服行业发展能力分析

图表 201 2014年休闲服行业经济指标分析

图表 202 2013-2015年不同规模休闲服企业数量比重变化趋势图

图表 203 2013-2015年不同规模休闲服企业资产总额比重变化趋势图

图表 204 2013-2015年不同规模休闲服企业xiao售收入比重变化趋势图

图表 205 2013-2015年不同规模休闲服企业利润总额比重变化趋势图

图表 206 2013-2015年不同性质休闲服企业数量比重变化趋势图

图表 207 2013-2015年不同性质休闲服企业资产总额比重变化趋势图

图表 208 2013-2015年不同性质休闲服企业xiao售收入比重变化趋势图

图表 209 2013-2015年不同性质休闲服企业利润总额比重变化趋势图

图表 210 2012-2015年休闲服行业工业总产值及增长率走势

图表 211 2012-2015年休闲服行业产成品及增长率走势

图表 212 2014年休闲服行业工业总产值居前的10个地区统计表

图表 213 2014年休闲服行业产成品居前的10个地区统计表

图表 214 2012-2015年休闲服行业工业xiao售产值及增长率走势

图表 215 2012-2015年休闲服行业xiao售收入及增长率走势

图表 216 2014年休闲服行业xiao售产值居前的10个地区统计表

图表 217 2014年休闲服行业xiao售收入居前的10个地区统计表

图表 218 2013-2015年全国休闲服行业产xiao率变化趋势图

- 图表 219 2013-2015年我国休闲服年均新上市款式数量分析
- 图表 220 2013-2015年我国休闲服行业设计人员规模分析
- 图表 221 2013-2015年我国休闲服行业研发费用占收入比分析
- 图表 222 德永佳集团有限公司主要财务指标分析
- 图表 223 佐丹奴国际有限公司主要财务指标分析
- 图表 224 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 225 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 226 森马集团有限公司主要财务指标分析
- 图表 227 森马集团有限公司主要经济指标分析
- 图表 228 利郎（中国）有限公司主要财务指标分析
- 图表 229 近4年劲霸男装股份有限公司流动资产周转次数变化情况
- 图表 230 近4年劲霸男装股份有限公司总资产周转次数变化情况
- 图表 231 近4年劲霸男装股份有限公司销售毛利率变化情况
- 图表 232 近4年劲霸男装股份有限公司资产负债率变化情况
- 图表 233 近4年劲霸男装股份有限公司产权比率变化情况
- 图表 234 近4年劲霸男装股份有限公司固定资产周转次数情况
- 图表 235 福建七匹狼实业股份有限公司主要财务指标分析
- 图表 236 福建七匹狼实业股份有限公司主要经济指标分析
- 图表 237 近4年衣恋时装（上海）有限公司流动资产周转次数变化情况
- 图表 238 近4年衣恋时装（上海）有限公司总资产周转次数变化情况
- 图表 239 近4年衣恋时装（上海）有限公司销售毛利率变化情况
- 图表 240 近4年衣恋时装（上海）有限公司资产负债率变化情况
- 图表 241 近4年衣恋时装（上海）有限公司产权比率变化情况
- 图表 242 近4年衣恋时装（上海）有限公司固定资产周转次数情况
- 图表 243 特步国际控股有限公司主要财务指标分析
- 图表 244 安踏体育用品有限公司主要财务指标分析
- 图表 245 2013-2015年中国运动品牌市场规模分析
- 图表 246 2014年我国运动品牌区域结构分析
- 图表 247 2014年东北地区运动品牌鞋服市场规模分析
- 图表 248 2014年华北地区运动品牌鞋服市场规模分析
- 图表 249 2014年华东地区运动品牌鞋服市场规模分析
- 图表 250 2014年华中地区运动品牌鞋服市场规模分析
- 图表 251 2014年华南地区运动品牌鞋服市场规模分析
- 图表 252 2014年西部地区运动品牌鞋服市场规模分析
- 图表 253 2016-2022年中国运动品牌市场规模预测



图表 254 2013-2015年中国运动品牌产量统计分析

图表 255 2013-2015年中国运动品牌历年消费量统计分析

图表 256 不同收入水平消费者偏好调查

图表 257 不同年龄的消费者偏好调查

图表 258 不同地区的消费者偏好调查

图表 259 消费者对运动品牌鞋服品牌认知度宏观调查

图表 260 消费者对运动品牌鞋服产品的品牌偏好调查

图表 261 消费者对运动品牌鞋服品牌的首要认知渠道

图表 262 消费者经常购买的品牌调查

图表 263 消费者的消费理念调研

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，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/248421248421.html>