

2015-2020年中国运动休闲 服饰行业分析及投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国运动休闲服饰行业分析及投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201509/126074.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、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。

报告目录：

第一章 运动服装行业概述 32

第一节 运动服装行业的界定 32

一、行业经济特性 32

二、主要细分行业 32

三、产业链结构分析 33

第二节 运动服装行业发展成熟度分析 33

一、行业发展周期分析 33

二、行业中外市场成熟度对比 35

三、行业及其主要子行业成熟度分析 35

第二章 2014-2015年中国休闲服行业发展环境解析 37

第一节 2014-2015年中国经济环境分析 37

一、中国gdp分析 37

二、城乡居民家庭人均可支配收入 39

三、恩格尔系数 42

四、存利率变化 45

第二节 中国休闲服装市场现状分析 45

一、中国休闲服装市场总体现状 45

二、休闲服装市场的规模与前景 46

三、休闲服装市场主要品牌分析 46

四、中国休闲服装市场特点分析 46

五、中国休闲服装供给区域分布格局 48

第三节 中国休闲服装市场存在的主要问题 49

一、跟风模仿，迷失自我 49

二、广告内涵苍白，品牌文化不对称 49

三、没有明确的沟通主题 50

四、品牌个性不鲜明 50

五、终端布阵与品牌统一 50

六、漠视消费者 51

七、品牌核心价值模糊 51

八、不懂媒体通路 52

第四节 2014-2015年中国休闲服消费者分析 53

一、消费者性别 53

二、消费者年龄 53

三、消费者职业 54

四、消费者收入 54

第五节 2014-2015年中国休闲服市场竞争态势分析 55

一、国内休闲服装品牌直面国际竞争 55

二、休闲服饰进入大卖场竞争时代 57

三、中国时尚休闲服饰步入高端竞争时代 61

第六节 2014-2015年中国休闲服行业提升竞争力策略分析 63

第三章 2014-2015年中国休闲服行业细分市场分析 67

第一节 大众休闲 67

一、大众休闲的特点和主要品牌 67

二、大众休闲品牌运营分析 68

第二节 运动休闲 70

一、运动休闲市场分析 70

二、运动休闲的特点和主要品牌 70

第三节 时尚休闲 71

一、时尚休闲的特点和主要品牌 71

二、时尚休闲服装品牌经营分析 73

第四节 户外休闲 75

一、户外休闲市场现状 75

二、户外休闲的特点和主要品牌 75

第五节 商务休闲 76

一、商务休闲市场概况 76

二、商务休闲的特点和主要品牌 76

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） 79

第一节 上海美特斯邦威服饰股份有限公司 79

一、企业基本概况 79

二、企业经营情况分析 80

第二节 东莞市东越服装有限公司（以纯） 84

一、企业基本概况 84

二、企业经营情况分析 85

第三节 森马集团有限公司 90

一、企业基本概况 90

二、企业经营情况分析 92

第四节 班尼路集团有限公司 96

一、企业基本概况 96

二、企业经营情况分析 97

第五节 浙江高邦服饰集团有限公司 103

一、企业基本概况 103

二、企业经营情况分析 104

第六节 广东李宁体育发展有限公司 110

一、企业基本概况 110

二、企业经营情况分析 111

第七节 海宁蒙努集团有限公司 116

一、企业基本概况 116

二、企业经营情况分析 117

第八节 太子龙控股集团有限公司 122

一、企业基本概况 122

二、企业经营情况分析 122

第九节 江苏波司登制衣有限公司 128

一、企业基本概况 128

二、企业经营情况分析 129

第十节 石狮市爱登堡制衣发展有限公司 135

一、企业基本概况 135

二、企业经营情况分析 136

第五章 我国运动服装行业发展现状 143

第一节 我国运动服装行业发展现状 143

一、我国运动服装行业发展现状 143

二、我国运动服装市场特点分析 144

三、我国运动服装设计现状分析 146

第二节 全国运动服装市场分析 146

一、2014年全国运动服装市场规模分析 146

二、2014年全国运动服装市场变化趋势 146

第三节 运动服装市场需求分析 147

一、2013年运动服装市场销量分析 147

二、2014年运动服装市场销量预测 147

第四节 运动服装市场价格分析 147

一、运动服装市场价格影响因素 147

二、2013年运动服装市场价格走势 149

三、2014年运动服装市场价格走势 149

第五节 2014-2015年运动服装行业发展分析 150

一、2014-2015年运动服装业产销存运行分析 150

二、2014-2015年运动服装行业利润情况分析 150

三、2012-2013年运动服装行业发展周期分析 150

四、2015-2020年运动服装行业发展机遇分析 151

五、2015-2020年运动服装行业利润增速预测 151

第六节 对中国运动服装市场的分析及思考 152

一、运动服装市场特点 152

二、运动服装市场分析 152

三、运动服装市场变化的方向 154

四、中国运动服装产业发展的新思路 155

五、对中国运动服装行业发展的思考 156

第六章 运动服装行业经济运行分析 157

第一节 2014-2015年运动服装产量分析	157
一、2013年运动服装产量分析	157
二、2014年运动服装产量分析	157
第二节 2012-2013年运动服装行业主要经济指标分析	158
一、销售收入前十家企业分析	158
二、2013年运动服装行业主要经济指标分析	158
三、2014年运动服装行业主要经济指标分析	159
第三节 2014-2015年我国运动服装行业绩效分析	159
一、2014-2015年行业产销情况	159
二、2014-2015年行业规模情况	159
三、2014-2015年行业盈利能力	160
四、2014-2015年行业经营发展能力	161
五、2014-2015年行业偿债能力分析	161

第七章 中国运动服装消费市场分析 163

第一节 运动服装消费者市场细分	163
一、2014年我国人口细分与运动服装市场人口结构	163
二、年龄结构细分与运动服装市场消费结构	163
三、消费者利益细分市场与运动服装市场消费结构	163
四、地理位置细分市场与运动服装市场	164
第二节 体育消费者情况分析	164
一、我国体育消费现状的研究与分析	164
二、我国知识女性体育消费情况分析	168
三、高校学生体育消费特征分析	173
第三节 消费者购买偏好分析	177
一、品牌偏好分析	177
二、颜色偏好分析	177
三、商品价格分析	178
四、流行趋势分析	179

第八章 运动服装销售及营销分析 180

第一节 中国运动服装的营销方式	180
-----------------	-----

一、大型商场/百货公司	180
二、普通商场/服装店	180
三、户外运动服装专卖店	180
四、商场、超市及连锁店	181
五、批发市场	181
六、邮购	182
七、网上销售	182
第二节 后奥运时代运动服装品牌的营销策略	182
一、明星效应	182
二、赛事赞助	183
三、公益营销	185
四、制造焦点	187
五、危机处理	188
六、体育营销	189
七、事件整合	189
第三节 运动服品牌的差异化突围	191
一、产品突围	191
二、文化突围	192
三、推广突围	193
第九章 运动服装行业竞争格局分析	196
第一节 行业竞争结构分析	196
一、现有企业间竞争	196
二、潜在进入者分析	197
三、替代品威胁分析	198
四、供应商议价能力	198
五、客户议价能力	199
第二节 行业集中度分析	199
一、市场集中度分析	199
二、企业集中度分析	200
三、区域集中度分析	200
第三节 中国运动服装行业竞争格局综述	200

- 一、2014年运动服装行业集中度 200
- 二、2014年运动服装行业竞争程度 200
- 三、2014年运动服装企业与品牌数量 201
- 四、2014年运动服装行业竞争格局分析 201
- 第四节 2014-2015年运动服装行业竞争格局分析 204
 - 一、2014-2015年国内外运动服装竞争分析 204
 - 二、2014-2015年我国运动服装市场竞争分析 204
 - 三、2014-2015年我国运动服装市场集中度分析 204
 - 四、2015-2020年国内主要运动服装企业动向 205
 - 五、2014年国内运动服装拟在建项目分析 205

第十章 运动服装企业竞争策略分析 207

第一节 运动服装市场竞争策略分析 207

- 一、2014年运动服装市场增长潜力分析 207
- 二、2014年运动服装主要潜力品种分析 207
- 三、现有运动服装产品竞争策略分析 207
- 四、潜力运动服装品种竞争策略选择 208
- 五、典型企业产品竞争策略分析 209

第二节 运动服装企业竞争策略分析 209

- 一、金融危机对运动服装行业竞争格局的影响 209
- 二、金融危机后运动服装行业竞争格局的变化 210
- 三、2015-2020年我国运动服装市场竞争趋势 210
- 四、2015-2020年运动服装行业竞争格局展望 211
- 五、2015-2020年运动服装行业竞争策略分析 211
- 六、2015-2020年运动服装企业竞争策略分析 212

第三节 背靠背 (kappa) 215

- 一、企业概况 215
- 二、竞争优势分析 215
- 三、2014-2015年经营状况 217
- 四、2015-2020年发展战略 217

第十一章 运动服装行业发展趋势分析 219

第一节 我国运动服装行业前景与机遇分析 219

一、我国运动服装行业发展前景 219

二、我国运动服装发展机遇分析 220

三、2014年运动服装的发展机遇分析 220

四、金融危机对运动服装的影响分析 221

第二节 2015-2020年中国运动服装市场趋势分析 221

一、2015-2020年运动服装市场趋势总结 221

二、2015-2020年运动服装发展趋势分析 221

三、2015-2020年运动服装市场发展空间 221

四、2015-2020年运动服装产业政策趋向 222

五、2015-2020年运动服装技术革新趋势 223

六、2015-2020年运动服装价格走势分析 223

七、2015-2020年国际环境对行业的影响 223

第十二章 未来运动服装行业发展预测 225

第一节 未来运动服装需求与消费预测 225

一、2015-2020年运动服装产品消费预测 225

二、2015-2020年运动服装市场规模预测 225

三、2015-2020年运动服装行业总产值预测 226

四、2015-2020年运动服装行业销售收入预测 226

五、2015-2020年运动服装行业总资产预测 226

第二节 2015-2020年中国运动服装行业供需预测 227

一、2015-2020年中国运动服装供给预测 227

二、2015-2020年中国运动服装产量预测 227

三、2015-2020年中国运动服装需求预测 228

四、2015-2020年中国运动服装供需平衡预测 228

五、2015-2020年中国运动服装产品价格预测 229

六、2015-2020年主要运动服装产品进出口预测 229

第十三章 运动服装行业投资现状分析 230

第一节 2013年运动服行业投资情况分析 230

一、2013年总体投资及结构 230

- 二、2013年投资规模情况 230
- 三、2013年投资增速情况 231
- 四、2013年分行业投资分析 231
- 五、2013年分地区投资分析 231
- 六、2013年外商投资情况 232
- 第二节 2014年运动服行业投资情况分析 232
 - 一、2014年总体投资及结构 232
 - 二、2014年投资规模情况 233
 - 三、2014年投资增速情况 233
 - 四、2014年分行业投资分析 233
 - 五、2014年分地区投资分析 233
 - 六、2014年外商投资情况 234

第十四章 运动休闲服饰行业发展环境分析 235

第一节 2011-2013年中国运动休闲服饰行业发展政策环境分析 235

- 一、行业政策影响分析 235
- 二、相关行业标准分析 236

第二节 2014-2015年中国运动休闲服饰行业发展社会环境分析 236

- 一、居民消费水平分析 236
- 二、工业发展形势分析 249

第三节 中国运动休闲服饰行业产销情况分析 253

- 一、行业生产情况分析 253
- 二、行业销售情况分析 253
- 三、行业产销情况分析 254

第四节 中国运动休闲服饰行业财务能力分析 255

- 一、行业盈利能力分析与预测 255
- 二、行业偿债能力分析 255
- 三、行业营运能力分析 256
- 四、行业发展能力分析 257

第十五章 中国运动休闲服饰市场供需分析 259

第一节 运动休闲服饰市场现状分析及预测 259

- 一、2010-2014年我国运动休闲服饰行业总产值分析 259
- 二、2015-2020年我国运动休闲服饰行业总产值预测 259
- 第二节 运动休闲服饰产品产量分析及预测 260
 - 一、2010-2014年我国运动休闲服饰产量分析 260
 - 二、2015-2020年我国运动休闲服饰产量预测 260
- 第三节 运动休闲服饰市场需求分析及预测 261
 - 一、2010-2014年我国运动休闲服饰市场需求分析 261
 - 二、2015-2020年我国运动休闲服饰市场需求预测 261

第十六章 运动休闲服饰行业发展现状分析 262

第一节 中国运动休闲服饰行业发展分析 262

- 一、2014-2015年中国运动休闲服饰行业发展态势分析 262
- 二、2014-2015年中国运动休闲服饰行业发展特点分析 262
- 三、2014-2015年中国运动休闲服饰行业市场供需分析 263

第二节 中国运动休闲服饰产业特征与行业重要性 264

第三节 运动休闲服饰行业特性分析 265

第十七章 中国运动休闲服饰市场规模分析 266

第一节 2014年中国运动休闲服饰市场规模分析 266

第二节 2014年中国运动休闲服饰区域市场规模分析 266

- 一、2014年东北地区市场规模分析 266
- 二、2014年华北地区市场规模分析 266
- 三、2014年华东地区市场规模分析 266
- 四、2014年华中地区市场规模分析 267
- 五、2014年华南地区市场规模分析 267
- 六、2014年西部地区市场规模分析 267

第三节 2015-2020年中国运动休闲服饰市场规模预测 268

第十八章 运动休闲服饰及其主要上下游产品 269

第一节 运动休闲服饰上下游分析 269

- 一、与行业上下游之间的关联性 269
- 二、上游原材料供应形势分析 269

三、下游产品解析 270

第二节 运动休闲服饰行业产业链分析 270

一、行业上游影响及风险分析 270

二、行业下游风险分析及提示 270

三、关联行业风险分析及提示 271

第十九章 运动休闲服饰产品竞争力优势分析 272

一、整体产品竞争力评价 272

二、产品竞争力评价结果分析 273

三、竞争优势评价及构建建议 273

第二十章 运动休闲服饰行业市场竞争策略分析 278

第一节 行业竞争结构分析 278

一、现有企业间竞争 278

二、潜在进入者分析 279

三、替代品威胁分析 280

四、供应商议价能力 280

五、客户议价能力 281

第二节 行业国际竞争力比较 281

一、生产要素 281

二、需求条件 283

三、支援与相关产业 283

四、企业的战略、结构和竞争对手 284

五、政府的作用 285

第二节 运动休闲服饰企业竞争策略分析 285

一、提高运动休闲服饰企业核心竞争力的对策 285

二、影响运动休闲服饰企业核心竞争力的因素及提升途径 288

三、提高运动休闲服饰企业竞争力的策略 289

第二十一章 运动休闲服饰产业用户度分析 291

第一节 运动休闲服饰产业用户认知程度 291

第二节 运动休闲服饰产业用户关注因素 292

- 一、功能 292
- 二、质量 292
- 三、价格 293
- 四、外观 294
- 五、服务 294

第二十二章：休闲服行业发展状况分析 296

- 1.1 休闲服行业价值链分析 296
 - 1.1.1 休闲服行业产业链简介 296
 - 1.1.2 休闲服行业价值链分析 296
- 1.2 休闲服行业发展状况分析 296
 - 1.2.1 中国休闲服行业总体发展概况 296
 - 1.2.2 中国休闲服行业发展特点分析 297
 - 1.2.3 中国休闲服行业经营情况分析 300
 - (2) 休闲服行业盈利能力分析 300
 - (3) 休闲服行业运营能力分析 301
 - (4) 休闲服行业偿债能力分析 301
 - (5) 休闲服行业发展能力分析 302
- 1.3 休闲服行业经济指标分析 302
 - 1.3.1 行业经济效益影响因素 302
 - 1.3.2 行业主要经济指标分析 306
 - 1.3.3 不同规模企业经济指标分析 307
 - 1.3.4 不同性质企业经济指标分析 309
- 1.4 休闲服行业供需平衡分析 311
 - 1.4.1 全国休闲服行业供给情况分析 311
 - (1) 全国休闲服行业总产值分析 311
 - (2) 行业产成品分析 312
 - 1.4.2 各地区休闲服行业供给情况分析 312
 - (1) 总产值排名居前的10个地区分析 312
 - (2) 产成品排名前10个地区分析 313
 - 1.4.3 全国休闲服行业需求情况分析 314
 - (1) 全国休闲服行业销售产值分析 314

- (2) 全国休闲服行业销售收入分析 315
- 1.4.4 各地区休闲服行业需求情况分析 315
 - (1) 销售产值排名居前的10个地区分析 315
 - (2) 销售收入排名前10个地区分析 316
- 1.4.5 全国休闲服行业产销率分析 317
- 1.5 外资品牌在中国二三线城市的扩张分析 317
 - 1.5.1 对中国休闲服威胁最大外资品牌渠道下沉分析 317
 - (1) uniqlo渠道下沉的优势与面临的挑战 317
 - (2) h&m、zara渠道下沉的优势与面临的挑战 319
 - (3) gap渠道下沉的优势与面临的挑战 323
- 1.6 行业主要产品市场分析 325
 - 1.6.1 大众休闲服市场分析 325
 - 1.6.2 商务休闲服市场分析 325
 - 1.6.3 运动休闲服市场分析 326
 - 1.6.4 户外休闲服市场分析 327
- 1.7 行业产品设计投入与能力分析 328
 - 1.7.1 休闲服年均新上市款式数量分析 328
 - 1.7.2 休闲服行业设计人员规模分析 329
 - 1.7.3 休闲服行业研发费用占收入比分析 329
 - 1.7.4 休闲服行业产品系列与风格分析 330
 - 1.7.5 休闲服销售渠道发展现状分析 331
 - (1) 休闲服渠道覆盖率分析 331
 - (2) 休闲服渠道发展特征分析 331
- 1.8 休闲服行业供应链管理模式分析 332
 - 1.8.1 中国休闲服行业供应链管理现状分析 332
 - 1.8.2 国际领先品牌供应链管理模式经验借鉴 333
- 第二十三章：休闲服行业领先企业生产经营状况分析 339
 - 8.1 大众休闲服类标杆企业生产经营状况分析 339
 - 8.1.1 德永佳集团有限公司经营情况分析 339
 - (1) 企业发展简况 339
 - (2) 企业主营业务与产品 339

- (3) 企业销售渠道与网络 339
- (4) 企业经营情况分析 340
- (5) 企业优势与劣势分析 341
- (6) 企业最新发展动向 341
- 8.1.2 佐丹奴国际有限公司经营情况分析 341
 - (1) 企业发展简况 341
 - (2) 企业主营业务与产品 341
 - (3) 企业销售渠道与网络 342
 - (4) 企业经营情况分析 342
 - (5) 企业优势与劣势分析 343
 - (6) 企业最新发展动向 343
- 8.1.3 上海美特斯邦威服饰股份有限公司经营情况分析 345
 - (1) 企业发展简况分析 345
 - (2) 企业主营业务与产品 346
 - (3) 企业销售渠道与网络 346
 - (4) 企业经营情况分析 346
 - (5) 企业优势与劣势分析 351
- 8.1.4 浙江森马服饰股份有限公司经营情况分析 351
 - (1) 企业发展简况 351
 - (2) 企业主营业务与产品 351
 - (3) 企业经营模式分析 352
 - (4) 企业经营情况分析 352
 - (5) 企业优势与劣势分析 357
 - (6) 企业最新发展动向 357
- 8.1.5 利郎(中国)有限公司经营情况分析 358
 - (1) 企业发展简况 358
 - (2) 企业主营业务与产品 358
 - (3) 企业销售渠道与网络 358
 - (4) 企业经营情况分析 358
 - (5) 企业优势与劣势分析 359
 - (6) 企业最新发展动向 360
- 8.1.6 劲霸男装股份有限公司经营情况分析 360

- (1) 企业发展简况 360
- (2) 企业主营业务与产品 360
- (3) 企业销售渠道与网络 360
- (4) 企业经营情况分析 361
- (5) 企业优势与劣势分析 363
- (6) 企业最新发展动向 364
- 8.1.7 福建七匹狼实业股份有限公司经营情况分析 364
 - (1) 企业发展简况分析 364
 - (2) 企业主营业务与产品 364
 - (3) 企业销售渠道与网络 364
 - (4) 企业经营情况分析 365
 - (5) 企业优势与劣势分析 369
 - (6) 企业最新发展动向 370
- 8.1.8 衣恋时装(上海)有限公司经营情况分析 370
 - (1) 企业发展简况 370
 - (2) 企业主营业务与产品 370
 - (3) 企业销售渠道与网络 371
 - (4) 企业经营情况分析 371
 - (5) 企业优势与劣势分析 374
- 8.1.9 特步国际控股有限公司经营情况分析 374
 - (1) 企业发展简况 374
 - (2) 企业主营业务与产品 374
 - (3) 企业销售渠道与网络 374
 - (4) 企业经营情况分析 375
 - (5) 企业优势与劣势分析 376
 - (6) 企业最新发展动向 376
- 8.1.10 安踏体育用品有限公司经营情况分析 377
 - (1) 企业发展简况 377
 - (2) 企业主营业务与产品 377
 - (3) 企业销售渠道与网络 377
 - (4) 企业经营情况分析 378
 - (5) 企业优势与劣势分析 379

(6) 企业最新发展动向 379

第二十四章 中国品牌运动品牌鞋服发展环境分析 380

第一节 经济环境分析 380

一、2014年经济发展状况 380

二、收入增长情况 380

三、固定资产投资 381

四、存利率变化 382

第四节 技术环境分析 383

一、技术发展现状 383

二、新技术的发展 384

三、技术发展趋势 397

第二十五章 中国运动品牌市场规模分析 399

第一节 2010-2014年中国运动品牌市场规模分析 399

第二节 2014年我国运动品牌区域结构分析 399

第三节 中国运动品牌鞋服区域市场规模分析 400

一、东北地区市场规模分析 400

二、华北地区市场规模分析 400

三、华东地区市场规模分析 400

四、华中地区市场规模分析 400

五、华南地区市场规模分析 401

六、西部地区市场规模分析 401

第四节 2015-2020年中国运动品牌市场规模预测 401

第二十六章 中国运动品牌需求与消费者偏好调查 403

第一节 2010-2014年中国运动品牌产量统计分析 403

第二节 2010-2014年中国运动品牌历年消费量统计分析 404

第三节 运动品牌产品目标客户群体调查 405

一、不同收入水平消费者偏好调查 405

二、不同年龄的消费者偏好调查 406

三、不同地区的消费者偏好调查 406

第四节 运动品牌产品的品牌市场调查	407
一、消费者对运动品牌品牌认知度宏观调查	407
二、消费者对运动品牌鞋服产品的品牌偏好调查	408
三、消费者对运动品牌鞋服品牌的首要认知渠道	408
四、消费者经常购买的品牌调查	409
五、运动品牌鞋服品牌忠诚度调查	409
六、运动品牌鞋服品牌市场占有率调查	409
七、消费者的消费理念调研	410
第五节不同客户购买相关的态度及影响分析	410
一、价格敏感程度	410
二、品牌的影响	410
三、购买方便的影响	410
四、广告的影响程度	411
五、包装的影响程度	411
第六节 行业swot模型分析	157 411
一、优势分析	411
二、劣势分析	412
三、机会分析	412
四、威胁分析	412

图表目录：

图表 1 纺织服装行业产业链简要示意图	33
图表 2 2014年gdp初步核算数据	37
图表 3 2012-2014年gdp环比增长速度	37
图表 4 2015年2季度gdp初步核算数据	38
图表 5 2015年2季度gdp环比增长速度	38
图表 6 2007-2013年我国农村居民人均纯收入及其增长速度	40
图表 7 2007-2013年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度	40
图表 8 1978-2014中国城乡居民恩格尔系数对比表	43
图表 9 2014年最新存利率	45
图表 10 中国休闲服消费者性别调查	53
图表 11 中国休闲服消费者职业调查	54

图表 12 中国休闲服消费者收入调查 54

图表 13 大众休闲服主要品牌 68

图表 14 运动休闲主要品牌 71

图表 15 时尚休闲面料主要品牌概况 73

图表 16 户外休闲主要品牌 76

图表 17 商务休闲服装主要品牌 77

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 80

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 81

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 85

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 85

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 86

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 86

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 87

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 87

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 87

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 88

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 88

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 89

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 89

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 89

图表 32 森马集团有限公司主要财务指标分析 92

图表 33 森马集团有限公司主要经济指标分析 93

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 97

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 97

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 98

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 98

图表 38 近4年班尼路集团有限公司销售毛利率变化情况 99

图表 39 近4年班尼路集团有限公司销售毛利率变化情况 99

图表 40 近4年班尼路集团有限公司资产负债率变化情况 100

图表 41 近4年班尼路集团有限公司资产负债率变化情况 100

图表 42 近4年班尼路集团有限公司产权比率变化情况 101

图表 43 近4年班尼路集团有限公司产权比率变化情况 101

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 102

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 102

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 104

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 104

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 105

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 105

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 106

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 106

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 107

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 107

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 108

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 108

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 109

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 109

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 111

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 111

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 111

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 112

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 112

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 112

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 113

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 113

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 114

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 114

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 115

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 115

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 117

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 117

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 118

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 118

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 119

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 119

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 119

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 120

图表 78 近4年海宁蒙努集团有限公司产权比率变化情况 120

图表 79 近4年海宁蒙努集团有限公司产权比率变化情况 121

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 121

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 121

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 122

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 123

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 123

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 124

图表 86 近4年太子龙控股集团有限公司销售毛利率变化情况 124

图表 87 近4年太子龙控股集团有限公司销售毛利率变化情况 124

图表 88 近4年太子龙控股集团有限公司资产负债率变化情况 125

图表 89 近4年太子龙控股集团有限公司资产负债率变化情况 125

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 126

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 126

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 127

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 127

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 129

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 130

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 130

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 131

图表 98 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司销售毛利率变化情况 131

图表 99 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司销售毛利率变化情况 131

图表 100 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司资产负债率变化情况 132

图表 101 近4年江苏波司登制衣有限公司有限公司资产负债率变化情况 132

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 133

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 133

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 134

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 134

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 136

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 137

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 137

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 137

图表 110 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司销售毛利率变化情况 138

图表 111 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司销售毛利率变化情况 138

图表 112 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司资产负债率变化情况 139

图表 113 近4年石狮市爱登堡制衣发展有限公司资产负债率变化情况 139

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 140

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 140

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 141

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 141

图表 118 我国运动服装市场不同因素的价格影响力对比 148

图表 119 2014-2015年运动服装业产销存运行分析 150

图表 120 2014-2015年运动服装行业利润情况分析 150

图表 121 2015-2020年运动服装行业利润增速预测 151

图表 122 2013中国运动服行业销售收入前十家企业 158

图表 123 2013年运动服装行业经济指标分析 158

图表 124 2014年运动服装行业经济指标分析 159

图表 125 2014-2015年运动服装业产销情况分析 159

图表 126 2014-2015年运动服装业市场规模分析 159

图表 127 2012-2014年运动服装行业盈利能力分析 160

图表 128 2012-2014年运动服装行业经营发展能力分析 161

图表 129 2012-2014年运动服装行业偿债能力分析 161

图表 130 消费者购买运动服饰的品牌偏好分析 177

图表 131 消费者购买运动服饰的颜色偏好分析 177

图表 132 消费者购买运动服饰的商品价格分析 178

图表 133 消费者购买运动服饰的流行趋势分析 179

图表 134 影响消费者品牌的情感价值要素 183

图表 135 体育赞助广告效果形成图 185

图表 136 我国运动服装行业市场集中度分析 204

图表 137 2014-2015年kappa经营状况分析 217

图表 138 2015-2020年运动服装产品需求预测 225

图表 139 2015-2020年运动服装市场规模预测 225

图表 140 2015-2020年运动服装行业总产值预测 226

图表 141 2015-2020年运动服装行业销售收入预测 226

图表 142 2015-2020年运动服装行业总资产预测 226

图表 143 2015-2020年运动服装供给预测 227

图表 144 2015-2020年运动服装产量预测 227

图表 145 2015-2020年运动服装需求预测 228

图表 146 2015-2020年运动服装行业供需平衡趋势预测 228

图表 147 2015-2020年国内运动服装市场价格预测 229

图表 148 2013年我国运动服装总体投资结构 230

图表 149 2012-2013年我国运动服装行业投资规模增长 230

图表 150 2012-2013年我国运动服装行业投资增速增长 231

图表 151 2013年我国运动服装行业不同地区投资分析 231

图表 152 2014年我国运动服装总体投资结构 232

图表 153 2012-2014年我国运动服装行业投资增速分析 233

图表 154 2014年我国运动服装行业不同地区投资分析 233

图表 155 运动服装的行业认证 236

图表156 2013年12月-2014年12月全国居民消费价格涨跌幅度 237

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 237

图表158 2013年12月-2014年12月我国鲜菜、鲜果价格变动情况 238

图表159 2014年1-12月份居民消费价格分类别同比涨跌幅 240

图表160 2014年1-12月份居民消费价格分类别环比涨跌幅 241

图表161 2014年12月居民消费价格主要数据 241

图表162 2013年12月-2014年12月工业生产者出厂价格涨跌幅 244

图表163 2013年12月-2014年12月工业生产者购进价格涨跌幅 244

图表164 2013年12月-2014年12月生产资料出厂价格涨跌幅 245

图表165 2013年12月-2014年12月生活资料出厂价格涨跌幅 246

图表166 2014年12月份工业生产者价格主要数据 246

图表 167 2014-2015年6月规模以上工业增加值同比增长速度 250

图表 168 2015年6月份规模以上工业生产主要数据 251

图表 169 2011-2014年我国运动休闲服饰行业开工率分析 253

图表 170 2011-2014年我国运动休闲服饰行业销售利润率分析 253

图表 171 2011-2014年我国运动休闲服饰行业产销分析 254

图表 172 2011-2019年中国运动休闲服饰行业盈利能力预测分析 255

图表 173 2011-2019年中国运动休闲服饰行业偿债能力预测分析 255

图表 174 2011-2019年中国运动休闲服饰行业营运能力预测分析 256

图表 175 2011-2019年中国运动休闲服饰行业发展能力预测分析 257

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 259

图表 177 2015-2020年我国运动休闲服饰剂产值预测 259

图表 178 2011-2015年我国运动休闲服饰产量分析 260

图表 179 2015-2020年我国运动休闲服饰剂产量预测 260

图表 180 2011-2015年我国运动休闲服饰剂市场需求分析 261

图表 181 2015-2020年我国运动休闲服饰剂市场需求预测 261

图表 182 2014年东北地区运动休闲服饰市场规模分析 266

图表 183 2014年华北地区运动休闲服饰市场规模分析 266

图表 184 2014年华东地区运动休闲服饰市场规模分析 266

图表 185 2014年华中地区运动休闲服饰市场规模分析 267

图表 186 2014年华南地区运动休闲服饰市场规模分析 267

图表 187 2014年西部地区运动休闲服饰市场规模分析 267

图表 188 2015-2020年中国运动休闲服饰市场规模预测 268

图表 189 三元评价模型 276

图表 190 消费者对运动休闲服饰品牌认知度调查 291

图表 191 运动休闲服饰产品功能影响程度分析 292

图表 192 运动休闲服饰产品质量影响程度分析 292

图表 193 运动休闲服饰产品价格影响程度分析 293

图表 194 运动休闲服饰产品外观影响程度分析 294

图表 195 运动休闲服饰产品服务影响程度分析 294

图表 196 2012-2015年休闲服行业经营效益分析 300

图表 197 2012-2015年中国休闲服行业盈利能力分析 300

图表 198 2012-2015年中国休闲服行业运营能力分析 301

图表 199 2012-2015年中国休闲服行业偿债能力分析 301

图表 200 2012-2015年中国休闲服行业发展能力分析 302

图表 201 2014年休闲服行业经济指标分析 306

图表 202 2012-2014年不同规模休闲服企业数量比重变化趋势图 307

图表 203 2012-2014年不同规模休闲服企业资产总额比重变化趋势图 307

图表 204 2012-2014年不同规模休闲服企业销售收入比重变化趋势图 308

图表 205 2012-2014年不同规模休闲服企业利润总额比重变化趋势图 308

图表 206 2012-2014年不同性质休闲服企业数量比重变化趋势图 309

图表 207 2012-2014年不同性质休闲服企业资产总额比重变化趋势图 309

图表 208 2012-2014年不同性质休闲服企业销售收入比重变化趋势图 310

图表 209 2012-2014年不同性质休闲服企业利润总额比重变化趋势图 310

图表 210 2012-2015年休闲服行业工业总产值及增长率走势 311

图表 211 2012-2015年休闲服行业产成品及增长率走势 312

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 312

图表 213 2014年休闲服行业产成品居前的10个地区统计表 313

图表 214 2012-2015年休闲服行业工业销售产值及增长率走势 314

图表 215 2012-2015年休闲服行业销售收入及增长率走势 315

图表 216 2014年休闲服行业销售产值居前的10个地区统计表 315

图表 217 2014年休闲服行业销售收入居前的10个地区统计表 316

图表 218 2005-2015年全国休闲服行业产销率变化趋势图 317

图表 219 2012-2014年我国休闲服年均新上市款式数量分析 328

图表 220 2012-2014年我国休闲服行业设计人员规模分析 329

图表 221 2012-2014年我国休闲服行业研发费用占收入比分析 329

图表 222 德永佳集团有限公司主要财务指标分析 340

图表 223 佐丹奴国际有限公司主要财务指标分析 342

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 346

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 348

图表 226 森马集团有限公司主要财务指标分析 352

图表 227 森马集团有限公司主要经济指标分析 354

图表 228 利郎(中国)有限公司主要财务指标分析 358

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 361

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 361

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 361

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 362

图表 233 近4年劲霸男装股份有限公司产权比率变化情况 362

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 363

图表 235 福建七匹狼实业股份有限公司主要财务指标分析 365

图表 236 福建七匹狼实业股份有限公司主要经济指标分析 366

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 371

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 372

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 372

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 372

图表 241 近4年衣恋时装（上海）有限公司产权比率变化情况 373

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 373

图表 243 特步国际控股有限公司主要财务指标分析 375

图表 244 安踏体育用品有限公司主要财务指标分析 378

图表 245 2012-2014年中国运动品牌市场规模分析 399

图表 246 2014年我国运动品牌区域结构分析 399

图表 247 2014年东北地区运动品牌鞋服市场规模分析 400

图表 248 2014年华北地区运动品牌鞋服市场规模分析 400

图表 249 2014年华东地区运动品牌鞋服市场规模分析 400

图表 250 2014年华中地区运动品牌鞋服市场规模分析 400

图表 251 2014年华南地区运动品牌鞋服市场规模分析 401

图表 252 2014年西部地区运动品牌鞋服市场规模分析 401

图表 253 2015-2020年中国运动品牌市场规模预测 401

图表 254 2012-2014年中国运动品牌产量统计分析 403

图表 255 2012-2014年中国运动品牌历年消费量统计分析 404

图表 256 不同收入水平消费者偏好调查 405

图表 257 不同年龄的消费者偏好调查 406

图表 258 不同地区的消费者偏好调查 406

图表 259 消费者对运动品牌鞋服品牌认知度宏观调查 407

图表 260 消费者对运动品牌鞋服产品的品牌偏好调查 408

图表 261 消费者对运动品牌鞋服品牌的首要认知渠道 408

图表 262 消费者经常购买的品牌调查 409

图表 263 消费者的消费理念调研 410

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201509/126074.html>