

2020-2026年中国运动休闲 服饰市场前景研究与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国运动休闲服饰市场前景研究与市场全景评估报告》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.chinairr.org/report/R12/R1202/201911/11-321824.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

休闲服装现代一种新兴流行服装类别名称，是一种运动衣式的服装，如网球装、慢跑装、高尔夫球装等。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。

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国运动休闲服饰市场前景研究与市场全景评估报告》共二十六章。首先介绍了运动休闲服饰行业市场发展环境、运动休闲服饰整体运行态势等，接着分析了运动休闲服饰行业市场运行的现状，然后介绍了运动休闲服饰市场竞争格局。随后，报告对运动休闲服饰做了重点企业经营状况分析，最后分析了运动休闲服饰行业发展趋势与投资预测。您若想对运动休闲服饰产业有个系统的了解或者想投资运动休闲服饰行业，本报告是您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 2016-2019年中国休闲服行业发展环境解析37

第一节 2016-2019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、存贷款利率变化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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019年中国休闲服行业提升竞争力策略分析63

第三章 2016-2019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 2016-2019年中国休闲服行业重点企业竞争力分析 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、企业基本情况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、企业基本情况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、企业基本情况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、企业基本情况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、2019年全国运动服装市场规模分析146

二、2019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、2019年运动服装市场销量分析147

二、2019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、2019年运动服装市场价格走势149

三、2019年运动服装市场价格走势149

第五节 2016-2019年运动服装行业发展分析150

一、2016-2019年运动服装所属行业产销存运行分析150

二、2016-2019年运动服装所属行业利润情况分析150

三、2015-2019年运动服装所属行业发展周期分析150

四、2020-2026年运动服装所属行业发展机遇分析151

五、2020-2026年运动服装所属行业利润增速预测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 运动服装所属行业经济运行分析157

第一节 2016-2019年运动服装产量分析157

一、2019年运动服装产量分析157

二、2019年运动服装产量分析157

第二节 2015-2019年运动服装所属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、2019年运动服装所属行业主要经济指标分析158

三、2019年运动服装所属行业主要经济指标分析159

第三节 2016-2019年我国运动服装所属行业绩效分析159

一、2016-2019年行业产销情况159

二、2016-2019年行业规模情况159

三、2016-2019年行业盈利能力160

四、2016-2019年行业经营发展能力161

五、2016-2019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、2019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、2019年运动服装行业集中度 | 200 |
| 二、2019年运动服装行业竞争程度 | 200 |
| 三、2019年运动服装企业与品牌数量 | 201 |
| 四、2019年运动服装行业竞争格局分析 | 201 |
| 第四节 2016-2019年运动服装行业竞争格局分析 | 204 |
| 一、2016-2019年国内外运动服装竞争分析 | 204 |
| 二、2016-2019年我国运动服装市场竞争分析 | 204 |
| 三、2016-2019年我国运动服装市场集中度分析 | 204 |
| 四、2020-2026年国内主要运动服装企业动向 | 205 |
| 五、2019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、2019年运动服装市场增长潜力分析 | 207 |
| 二、2019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、2020-2026年我国运动服装市场竞争趋势210
- 四、2020-2026年运动服装行业竞争格局展望211
- 五、2020-2026年运动服装行业竞争策略分析211
- 六、2020-2026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、2016-2019年经营状况217
- 四、2020-2026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、2019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 2020-2026年中国运动服装市场趋势分析221

- 一、2015-2019年运动服装市场趋势总结221
- 二、2020-2026年运动服装发展趋势分析221
- 三、2020-2026年运动服装市场发展空间221
- 四、2020-2026年运动服装产业政策趋向222
- 五、2020-2026年运动服装技术革新趋势223
- 六、2020-2026年运动服装价格走势分析223
- 七、2020-2026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、2020-2026年运动服装产品消费预测225
- 二、2020-2026年运动服装市场规模预测225
- 三、2020-2026年运动服装行业总产值预测226
- 四、2020-2026年运动服装行业销售收入预测226
- 五、2020-2026年运动服装行业总资产预测226

第二节 2020-2026年中国运动服装行业供需预测227

- 一、2020-2026年中国运动服装供给预测227
- 二、2020-2026年中国运动服装产量预测227
- 三、2020-2026年中国运动服装需求预测228
- 四、2020-2026年中国运动服装供需平衡预测228
- 五、2020-2026年中国运动服装产品价格预测229
- 六、2020-2026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 2019年运动服行业投资情况分析230

- 一、2019年总体投资及结构230
- 二、2019年投资规模情况230
- 三、2019年投资增速情况231
- 四、2019年分行业投资分析231
- 五、2019年分地区投资分析231
- 六、2019年外商投资情况232

第二节 2019年运动服行业投资情况分析232

- 一、2019年总体投资及结构232
- 二、2019年投资规模情况233
- 三、2019年投资增速情况233
- 四、2019年分行业投资分析233
- 五、2019年分地区投资分析233
- 六、2019年外商投资情况234

第十四章 运动休闲服饰所属行业发展环境分析235

第一节 2011-2019年中国运动休闲服饰所属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 2016-2019年中国运动休闲服饰所属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 中国运动休闲服饰所属行业产销情况分析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 中国运动休闲服饰所属行业财务能力分析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及预测259
 - 一、2015-2019年我国运动休闲服饰行业总产值分析259
 - 二、2020-2026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、2015-2019年我国运动休闲服饰产量分析260
 - 二、2020-2026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、2015-2019年我国运动休闲服饰市场需求分析261
 - 二、2020-2026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、2016-2019年中国运动休闲服饰行业发展态势分析262
 - 二、2016-2019年中国运动休闲服饰行业发展特点分析262
 - 三、2016-2019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 2019年中国运动休闲服饰市场规模分析266
- 第二节 2019年中国运动休闲服饰区域市场规模分析266
 - 一、2019年东北地区市场规模分析266

- 二、2019年华北地区市场规模分析266
- 三、2019年华东地区市场规模分析266
- 四、2019年华中地区市场规模分析267
- 五、2019年华南地区市场规模分析267
- 六、2019年西部地区市场规模分析267
- 第三节 2020-2026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
- 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
- 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
- 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
- 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
- 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
- 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
- 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
- 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
- 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

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、2019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、存贷款利率变化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 2015-2019年中国运动品牌市场规模分析399

第二节 2019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 2020-2026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 2015-2019年中国运动品牌产量统计分析403

第二节 2015-2019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 157411

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 2019年GDP初步核算数据37

图表 3 2015-2019年GDP环比增长速度37

图表 4 2019年GDP初步核算数据38

图表 5 2019年GDP环比增长速度38

图表 6 2015-2019年我国农村居民人均纯收入及其增长速度40

图表 7 2015-2019年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度40

图表 8 2015-2019年中国城乡居民恩格尔系数对比表43

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1202/201911/11-321824.html>