2015-2020年中国体育用品行业发展前景与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国体育用品行业发展综述

1.1 体育用品行业概述

1.1.1 体育用品行业定义

1.1.2 体育用品行业主要产品大类

1.1.3 体育用品行业地位分析

（1）在国民经济中的地位分析

（2）在体育产业中的地位分析

1.2 体育用品行业数据统计标准

1.2.1 体育用品行业统计部门和统计口径

1.2.2 体育用品行业统计方法

1.2.3 体育用品行业数据种类

1.3 体育用品行业发展环境分析

1.3.1 体育用品行业政策环境分析

（1）行业主管部门与监管体制

（2）行业主要法律法规及产业政策

1.3.2 体育用品行业经济环境分析

（1）经济增长分析

（2）城市化进程分析

（3）产业结构调整分析

（4）人民币升值预期分析

（5）经济环境对行业的影响

1.3.3 体育用品行业消费环境分析

（1）居民收入分析

（2）居民消费结构升级分析

（3）居民健身意识分析

（4）居民体育用品消费理念分析

1.3.4 体育用品行业贸易环境分析

（1）行业贸易壁垒分析

（2）人民币汇率调整分析

1.3.5 社会环境分析

（1）体育人口年龄结构分析

（2）体育人口教育状况分析

1.3.6 技术环境分析

第2章：国内外体育用品行业发展现状及前景预测

2.1 国际体育用品行业发展现状分析

2.1.1 国际体育用品行业发展概况

2.1.2 美国体育用品行业发展状况

2.1.3 欧洲体育用品行业发展状况

2.1.4 日本体育用品行业发展状况

2.1.5 加拿大体育用品行业发展状况

2.1.6 国际体育用品行业前景预测

2.2 中国体育用品行业发展现状分析

2.2.1 体育用品行业发展总体概况

2.2.2 体育用品行业发展主要特点

2.2.3 体育用品行业规模及财务指标分析

（1）体育用品行业市场规模分析

（2）体育用品行业盈利能力分析

（3）体育用品行业运营能力分析

（4）体育用品行业偿债能力分析

（5）体育用品行业发展能力分析

2.3 中国体育用品行业经济指标分析

2.3.1 体育用品行业主要经济效益影响因素
2.3.2 体育用品行业经济指标分析
2.3.3 不同规模企业经济指标分析
2.3.4 不同性质企业经济指标分析
2.4 中国体育用品行业供需平衡分析
2.4.1 中国体育用品行业供给情况分析
（1）中国体育用品行业总产值分析
（2）中国体育用品行业产成品分析
2.4.2 中国体育用品行业需求情况分析
（1）中国体育用品行业销售产值分析
（2）中国体育用品行业销售收入分析
2.4.3 中国体育用品行业产销率分析
2.5 中国体育用品行业进出口市场分析
2.5.1 体育用品行业进出口状况综述
2.5.2 体育用品行业出口市场分析
（1）行业出口总体情况
（2）行业出口产品结构
（3）行业内外销比例分析
2.5.3 体育用品行业进口市场分析
（1）行业进口总体情况
（2）行业进口产品结构
（3）国内市场内外供应比例分析
2.5.4 体育用品行业进出口前景及建议
（1）体育用品行业出口前景及建议
（2）体育用品行业进口前景及建议
2.6 2015-2020年中国体育用品行业发展前景预测
2.6.1 体育用品行业发展的驱动因素分析
2.6.2 体育用品行业发展的障碍因素分析
2.6.3 体育用品行业的发展趋势分析
2.6.4 2015-2020年体育用品行业发展前景预测
（1）行业规模预测
（2）行业经营情况预测
（3）行业进出口情况预测
第3章：中国体育用品行业集群发展状况及前景
3.1 广东省体育用品行业发展分析
3.1.1 广东省体育用品行业发展环境分析
（1）宏观经济运行情况
（2）体育用品行业配套政策
（3）体育设施建设情况
（4）居民收入水平
（5）居民体育消费支出
3.1.2 广东省体育用品行业发展状况
（1）广东省体育用品行业规模分析
（2）广东省体育用品行业品牌建设情况
（3）广东省体育用品出口情况
3.1.3 广东省体育用品行业发展前景
3.2 浙江省体育用品行业发展分析
3.2.1 浙江省体育用品行业发展环境分析
（1）宏观经济运行情况
（2）体育用品行业配套政策
（3）体育设施建设情况
（4）居民收入水平
（5）居民体育消费支出
3.2.2 浙江省体育用品行业发展状况
（1）浙江省体育用品行业规模分析
（2）浙江省体育用品行业品牌建设情况
（3）浙江省“黄龙体育文化创意产业园”
3.2.3 浙江省体育用品行业发展前景
3.2.4 浙江、广东两省体育用品产业集群比较

（1）两省体育用品产业集群相同点
（2）两省体育用品产业集群差异点
（3）两省体育用品产业集群发展启示
3.3 晋江市体育用品行业发展分析
3.3.1 晋江市体育用品行业发展环境分析
（1）宏观经济运行情况
（2）体育用品行业配套政策
（3）体育设施建设情况
（4）居民收入水平
（5）居民体育消费支出
3.3.2 晋江市体育用品行业发展状况
（1）晋江市体育用品行业规模分析
（2）晋江市体育用品行业品牌建设情况
（3）晋江市国家体育产业基地建设情况
3.3.3 晋江市体育用品行业发展前景
3.4 厦门市体育用品行业发展分析
3.4.1 厦门市体育用品行业发展环境分析
（1）宏观经济运行情况
（2）体育用品行业配套政策
（3）体育设施建设情况
（4）居民收入水平
（5）居民体育消费支出
3.4.2 厦门市体育用品行业发展状况
（1）厦门市体育用品行业规模分析
（2）厦门市体育用品行业品牌建设情况
（3）厦门市体育用品出口情况
3.4.3 厦门市体育用品行业创新能力分析
（1）体育用品行业潜在创新资源概况
（2）体育用品行业创新活动能力概况
（3）体育用品行业创新产出能力概况
（4）体育用品行业创新环境概况
（5）影响体育用品行业发展和创新能力的因素
3.4.4 厦门市体育用品行业发展前景
3.5 成都市体育用品行业发展分析
3.5.1 成都市体育用品行业发展环境分析
（1）宏观经济运行情况
（2）体育用品行业配套政策
（3）体育设施建设情况
（4）居民收入水平
（5）居民体育消费支出
3.5.2 成都市体育用品行业发展状况
（1）成都市体育用品行业规模分析
（2）成都市体育用品行业品牌建设情况
（3）成都市国家体育产业基地建设情况
3.5.3 成都市体育用品行业发展前景
第4章：中国重点城市体育用品消费情况及前景
4.1 体育用品行业各地区经济指标分析
4.1.1 体育用品行业各地区资产及负债情况分析
（1）资产情况分析
（2）负债情况分析
4.1.2 体育用品行业各地区供需分析
（1）供给情况分析
（2）需求情况分析
4.1.3 各地区经营情况分析
（1）收入及利润情况分析
（2）亏损情况分析
4.2 北部地区体育用品消费情况及前景
4.2.1 北京市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析

1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.2.2 天津市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.2.3 郑州市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.2.4 长春市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.2.5 沈阳市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.2.6 石家庄市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.2.7 太原市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.2.8 西安市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.2.9 呼和浩特市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平

（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.3 华东地区体育用品消费情况分析
4.3.1 上海市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.3.2 济南市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.3.3 南京市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.3.4 杭州市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.3.5 南昌市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.3.6 合肥市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.4 华南地区体育用品消费情况及前景
4.4.1 广州市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.4.2 深圳市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局

（3）体育用品消费需求及前景预测
4.4.3 福州市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.4.4 南宁市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.4.5 昆明市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.4.6 海口市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.5 中西部地区体育用品消费情况及前景
4.5.1 武汉市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.5.2 长沙市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.5.3 重庆市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
4.5.4 贵阳市体育用品消费情况及前景
（1）体育用品消费环境分析
1）宏观经济运行情况
2）人口规模情况
3）居民收入及消费水平
（2）体育用品市场竞争格局
（3）体育用品消费需求及前景预测
第5章：国内外体育用品行业竞争格局与趋势预测

5.1 国际体育用品行业竞争现状与趋势预测
5.1.1 国际体育用品行业竞争格局
5.1.2 跨国公司在华投资布局及动向
（1）美国耐克（NIKE）公司
（2）德国阿迪达斯（ADIDAS）公司
（3）英国锐步（REEBOK）公司
（4）德国彪马（PUMA）集团
（5）意大利卡帕（KAPPA）公司
（6）日本美津浓（MIZUNO）株式会社
（7）美国哥伦比亚（Columbia）公司
（8）美国匡威（Converse）公司
（9）美国爱康（ICON）公司
（10）德国JACK WOLFSKIN公司
5.1.3 国际体育用品行业竞争趋势预测
5.2 国内体育用品行业竞争格局与趋势预测
5.2.1 国内体育用品行业竞争格局
（1）球类产品市场竞争格局
（2）体育器材及配件市场竞争格局
（3）训练健身器材市场竞争格局
（4）运动防护用品市场竞争格局
（5）钓具用品市场竞争格局
5.2.2 国内体育用品行业竞争趋势预测
5.3 国内体育用品区域市场竞争格局与趋势
5.3.1 一线城市体育用品企业竞争态势
（1）一线城市体育用品市场发展概况
（2）一线城市体育用品市场规模分析
（3）一线城市体育用品市场竞争格局
（4）一线城市体育用品市场竞争动态
（5）一线城市体育用品经营布局及策略
（6）一线城市体育用品市场竞争趋势预测
5.3.2 二三线城市体育用品企业竞争态势
（1）二三线城市体育用品市场发展概况
（2）二三线城市体育用品市场规模分析
（3）二三线城市体育用品市场竞争格局
（4）二三线城市体育用品市场竞争动态
（5）二三线城市体育用品经营布局及策略
（6）二三线城市体育用品市场竞争趋势预测
第6章：中国体育用品细分产品市场现状及潜力
6.1 运动鞋市场现状及潜力
6.1.1 运动鞋市场运营情况
（1）运动鞋市场资产规模
（2）运动鞋市场产销规模
（3）运动鞋市场盈利情况
（4）行业上市企业销售规模
6.1.2 运动鞋市场主要产品
（1）运动鞋产品分类
（2）篮球鞋市场分析
（3）足球鞋市场分析
（4）网球鞋市场分析
（5）慢跑鞋市场分析
（6）帆布鞋市场分析
（7）休闲鞋市场分析
6.1.3 运动鞋市场品牌格局
6.1.4 运动鞋销售渠道分析
6.1.5 运动鞋市场发展潜力
6.2 球类产品市场现状及潜力
6.2.1 球类产品市场运营情况
（1）球类产品市场资产规模
（2）球类产品市场产销规模

（3）球类产品市场盈利情况
6.2.2 篮球市场分析
（1）篮球用品市场规模
（2）篮球用品市场格局
（3）篮球用品发展潜力
6.2.3 足球市场分析
（1）足球用品市场规模
（2）足球用品市场格局
（3）足球用品发展潜力
6.2.4 排球市场分析
（1）排球用品市场规模
（2）排球用品市场格局
（3）排球用品发展潜力
6.2.5 台球市场分析
（1）台球用品市场规模
（2）台球用品市场格局
（3）台球市场发展模式
（4）台球市场发展瓶颈
（5）台球用品发展潜力
6.2.6 网球市场分析
（1）网球用品市场规模
（2）网球用品市场格局
（3）网球用品发展潜力
6.2.7 乒乓球市场分析
（1）乒乓球用品市场规模
（2）乒乓球用品市场格局
（3）乒乓球用品发展潜力
6.2.8 羽毛球市场分析
（1）羽毛球市场规模
（2）羽毛球市场格局
（3）羽毛球用品发展潜力
6.2.9 保龄球市场分析
6.2.10 高尔夫球市场分析
6.2.11 球类产品进出口分析
（1）行业出口市场分析
（2）行业进口市场分析
6.2.12 球类产品市场发展前景预测
6.3 体育器材及配件市场现状及潜力
6.3.1 体育器材及配件市场运营情况
（1）体育器材及配件市场资产规模
（2）体育器材及配件市场产销规模
（3）体育器材及配件市场盈利情况
6.3.2 竞技比赛器材市场分析
（1）球类器材市场分析
（2）体操器材市场分析
（3）田径器材市场分析
6.3.3 运动服市场分析
6.3.4 滑雪服市场分析
6.3.5 户外运动产品市场分析
（1）户外运动用品市场现状
（2）户外运动用品消费群体
（3）户外运动主要产品分析
（4）户外运动市场发展潜力
6.3.6 残疾人体育用品市场分析
（1）残疾人体育用品市场发展现状
（2）残疾人体育用品市场发展潜力
6.4 训练健身器材市场现状及潜力
6.4.1 训练健身器材市场运营情况
（1）训练健身器材市场资产规模

（2）训练健身器材市场产销规模
（3）训练健身器材市场盈利情况
（4）训练健身器材市场品牌格局
6.4.2 跑步机市场分析
（1）跑步机产品分类
（2）跑步机市场规模分析
（3）跑步机市场发展潜力
6.4.3 个人健身器材市场分析
6.4.4 训练健身器材行业进出口分析
（1）行业出口市场分析
（2）行业进口市场分析
6.4.5 训练健身器材行业发展前景与趋势
（1）行业发展前景
（2）行业发展趋势
6.5 运动防护用具产品市场现状及潜力
6.5.1 运动防护用具市场运营情况
（1）运动防护用具市场资产规模
（2）运动防护用具市场产销规模
（3）运动防护用具市场盈利情况
（4）运动防护用具市场品牌格局
（5）运动防护用具市场发展前景
6.5.2 拳击手套市场分析
6.5.3 旱冰用品市场分析
6.5.4 轮滑鞋市场分析
6.5.5 棒球帽市场分析
6.5.6 护膝护腕市场分析
6.6 其他体育用品市场现状及潜力
6.6.1 其他体育用品市场资产规模
6.6.2 其他体育用品市场产销规模
6.6.3 其他体育用品市场盈利情况
第7章：中国领先体育用品企业经营情况分析
7.1 体育用品企业排名分析
7.1.1 体育用品企业销售收入排名
7.1.2 体育用品企业利润总额排名
7.2 体育用品重点企业生产经营分析
7.2.1 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
7.2.2 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）企业最新发展动向分析
7.2.3 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
7.2.4 特步国际控股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
7.2.5 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）企业组织架构分析
（8）企业主营业务分析
（9）企业经营模式分析
（10）企业经营状况优劣势分析
（11）企业最新发展动向分析
7.2.6 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
7.2.7 鸿星尔克集团经营情况分析
（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
7.2.8 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）企业产品结构与新产品动向
（9）企业销售渠道与网络
（10）企业经营模式分析
（11）企业经营状况优劣势分析
（12）企业最新发展动向分析
7.2.9 美克国际控股有限公司
（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）企业最新发展动向分析
7.2.10 飞克国际控股有限公司
（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）企业最新发展动向分析
7.2.11 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
7.2.12 阿迪达斯（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
7.2.13 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
7.2.14 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
（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
7.2.15 飞亚世（石狮）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
7.2.16 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）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
7.2.17 德尔惠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
7.2.18 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
7.2.19 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
7.2.20 上海红双喜股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业组织架构分析
（3）企业经营情况分析
（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
7.2.21 青岛英派斯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
7.2.22 浙江天龙集团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
7.2.23 广州双鱼体育用品集团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
7.2.24 福建星泰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
7.2.25 大东傲胜保健器（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
7.2.26 乔山健康科技（上海）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
7.2.27 山东英吉多健康产业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
7.2.28 山西澳瑞特健康产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
7.2.29 中山广盛运动器材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
7.2.30 厦门康乐佳运动器材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
第8章：中国体育用品行业投资分析及建议
8.1 体育用品行业发展SWOT分析
8.1.1 体育用品行业发展优势分析
8.1.2 体育用品行业发展劣势分析
8.1.3 体育用品行业发展机遇分析
8.1.4 体育用品行业发展威胁分析
8.2 体育用品行业投资特性分析

8.2.1 体育用品行业进入壁垒分析
8.2.2 体育用品行业盈利模式分析
8.2.3 体育用品行业盈利因素分析
8.2.4 体育用品行业投资兼并动态分析
8.2.5 体育用品行业投资兼并特征分析
8.3 体育用品行业投资前景及建议
8.3.1 体育用品行业投资前景分析
8.3.2 体育用品行业投资价值分析
8.3.3 体育用品行业主要投资建议

图表目录

图表1：2002-2014年体育用品行业工业总产值及占GDP比重（单位：亿元，%）
图表2：2008-2014年我国GDP同比增速走势及预测（单位：%）
图表3：2000-2014年中国城市化率变化情况（单位：%）
图表4：2008-2014年中国城镇居民和农村居民可支配收入情况（单位：元）
图表5：2014年中国城镇居民人均消费性支出及其结构（单位：元，%）
图表6：2014-2015年人民币对美元中间价变化
图表7：截至2014年年末中国人口数及其构成（单位：万人，%）
图表8：2000-2014年中国体育用品行业专利申请量（单位：件）
图表9：2000-2014年中国体育用品行业专利公开量（单位：件）
图表10：中国体育用品行业相关专利类型构成（单位：%）
图表11：我国体育用品行业热门专利分布领域（单位：件）
图表12：2013-2014年中国体育用品行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）
图表13：2010-2014年中国体育用品行业盈利能力分析（单位：%）
图表14：2010-2014年中国体育用品行业运营能力分析（单位：次）
图表15：2010-2014年中国体育用品行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表16：2010-2014年中国体育用品行业发展能力分析（单位：%）
图表17：2013-2014年体育用品行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）
图表18：2010-2014年中国体育用品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）
图表19：2010-2014年中国体育用品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）
图表20：2010-2014年中国体育用品行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）
图表21：2010-2014年中国体育用品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
图表22：2010-2014年中国体育用品行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表23：2010-2015年中国体育用品行业进出口状况表（单位：万美元）
图表24：2014-2015年中国体育用品行业月度主要出口产品结构表（单位：吨，万个，万副，万根，万双，万美元）
图表25：2010-2015年中国体育用品行业内外销比例（单位：%）
图表26：2014-2015年中国体育用品行业月度主要进口产品结构表（单位：吨，万个，万副，万根，万双，万美元）
图表27：2010-2015年中国体育用品行业国内市场内外供应比例（单位：%）
图表28：2015-2020年中国体育用品行业收入规模预测图（单位：亿元）
图表29：2008-2014年广东省体育用品行业企业数量、从业人数变化情况（单位：家，人，%）
图表30：2008-2014年广东省体育用品行业资产负债规模及增长率变化情况（单位：万元，%）
图表31：2008-2014年广东省体育用品行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）
图表32：2008-2014年浙江省体育用品行业企业数量、从业人数变化情况（单位：家，人，%）
图表33：2008-2014年浙江省体育用品行业资产负债规模及增长率变化情况（单位：万元，%）
图表34：2008-2014年浙江省体育用品行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）
图表35：厦门市体育用品产业人力资源状况统计表（单位：人，%）
图表36：厦门市体育用品行业专业技术人员结构统计表（单位：%）
图表37：厦门市体育用品行业创新活动的目的（单位：%）
图表38：厦门市体育用品行业创新活动的直接动因（单位：%）
图表39：厦门市体育用品行业R&D经费内部支出及新产品开发经费（单位：万元，%）
图表40：厦门市体育用品行业三大市场销售比重统计表（单位：%）
图表41：厦门市体育用品行业创新资金主要来源示意图（单位：%）
图表42：厦门市体育用品行业创新资金满足程度示意图（单位：%）
图表43：2013-2014年居前的10个地区资产总额统计表（单位：万元，%）
图表44：2013-2014年居前的10个地区资产总额比重图（单位：%）

图表45：2013-2014年居前的10个地区负债统计表（单位：万元，%）
图表46：2013-2014年居前的10个地区负债比重图（单位：%）
图表47：2013-2014年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表48：2013-2014年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）
图表49：2013-2014年居前的10个地区产成品统计表（单位：万元，%）
图表50：2013-2014年居前的10个地区产成品比重图（单位：%）
图表51：2013-2014年居前的10个地区销售产值统计表（单位：万元，%）
图表52：2013-2014年销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）
图表53：2013-2014年居前的10个地区销售收入统计表（单位：万元，%）
图表54：2013-2014年居前的10个地区销售收入比重图（单位：%）
图表55：2013-2014年居前的10个地区销售利润统计表（单位：万元，%）
图表56：2013-2014年居前的10个地区销售利润比重图（单位：%）
图表57：2013-2014年居前的10个地区利润总额统计表（单位：万元，%）
图表58：2013-2014年居前的10个地区利润总额比重图（单位：%）
图表59：2013-2014年居前的10个地区企业总数及亏损企业数统计表（单位：家）
图表60：2013-2014年居前的10个地区企业单位数比重图（单位：%）
图表61：2013-2014年居前的10个亏损地区亏损总额统计表（单位：万元，%）
图表62：2013-2014年居前的10个亏损地区亏损总额比重图（单位：%）
图表63：天津市常住人口地区分布（单位：%）
图表64：2014年天津市城市居民家庭人均消费支出结构（单位：%）
图表65：郑州市常住人口地区分布（单位：%）
图表66：长春市常住人口地区分布（单位：%）
图表67：太原市常住人口地区分布（单位：%）
图表68：西安市常住人口地区分布（单位：%）
图表69：呼和浩特市常住人口地区分布（单位：%）
图表70：上海市城市居民家庭人均消费支出结构（单位：%）
图表71：济南市常住人口地区分布（单位：%）
图表72：杭州市常住人口地区分布（单位：%）
图表73：杭州市城镇居民体育健身内容的构成与选择（可多选）
图表74：南昌市常住人口地区分布（单位：%）
图表75：深圳市城市居民家庭人均消费支出结构（单位：%）
图表76：福州市常住人口地区分布（单位：%）
图表77：南宁市常住人口地区分布（单位：%）
图表78：昆明市常住人口地区分布（单位：%）
图表79：海口市常住人口地区分布（单位：%）
图表80：贵阳市常住人口地区分布（单位：%）
图表81：2014年中国市场十大球类品牌排行榜
图表82：2010-2014年运动鞋市场资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）
图表83：2010-2014年运动鞋市场工业总产值趋势图（单位：亿元，%）
图表84：2010-2014年运动鞋市场销售收入趋势图（单位：亿元，%）
图表85：2010-2015年国内运动鞋销售额统计与预测（单位：亿元，%）
图表86：运动鞋市场产品销售利润趋势图（单位：亿元，%）
图表87：运动鞋市场利润总额趋势图（单位：亿元，%）
图表88：2010-2014年中国运动鞋行业国内上市企业运动鞋销售收入统计（单位：亿元）
图表89：2012-2014年中国运动鞋行业国内上市企业运动鞋销售收入情况（单位：万元，%）
图表90：运动鞋的分类
图表91：不同运动鞋品牌的消费偏好（单位：%）
图表92：不同性别人群对慢跑鞋品牌的偏爱分析（单位：%）
图表93：不同年龄人群对慢跑鞋品牌的偏爱分析（单位：%）
图表94：帆布鞋品牌排行情况
图表95：中国运动鞋市场前十大品牌统计
图表96：2008-2014年国内运动鞋零售市场销售渠道占比统计与预测（单位：%）
图表97：2010-2014年球类产品市场资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）
图表98：2010-2014年球类产品市场工业总产值趋势图（单位：亿元，%）
图表99：2010-2014年球类产品市场销售收入趋势图（单位：亿元，%）
图表100：2010-2014年球类产品市场产品销售利润趋势图（单位：亿元，%）
图表101：2010-2014年球类产品市场利润总额趋势图（单位：亿元，%）
图表102：2014-2015年中国球类制造行业主要出口产品（单位：万个，万美元）
图表103：2014年VS2015年中国球类制造行业出口产品结构（单位：%）

图表104：2014-2015年中国球类制造行业主要进口产品（单位：万个，万美元）
图表105：2014年VS2015年中国球类制造行业进口产品结构（单位：%）
图表106：2015-2020年中国球类制造行业市场规模预测图（单位：亿元，%）
图表107：2010-2014年体育器材及配件市场资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）
图表108：2010-2014年体育器材及配件市场工业总产值趋势图（单位：亿元，%）
图表109：2010-2014年体育器材及配件市场销售收入趋势图（单位：亿元，%）
图表110：2010-2014年体育器材及配件市场产品销售利润趋势图（单位：亿元，%）
图表111：2010-2014年体育器材及配件市场利润总额趋势图（单位：亿元，%）
图表112：中国运动服行业上市公司（单位：亿元，亿港元）
图表113：运动服行业品牌推广模式
图表114：各品牌市场推广费用占销售额比例（单位：%）
图表115：中国主要体育项目开展情况
图表116：国内外运动服品牌赞助点选择分类
图表117：滑雪服功能的设计方法
图表118：不同赛事不同国家滑雪运动员服装的色彩情况
图表119：最值得投入的户外用品调查统计（单位：票）
图表120：2008-2014年中国户外运动背包市场容量及预测（单位：千元）

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！