

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!