

2016-2022年中国体育用品市场发展态势及十三五 未来前景分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国体育用品市场发展态势及十三五未来前景分析报告》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/wentiule/241464241464.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国体育用品市场发展态势及十三五未来前景分析报告》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。

第一章：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

1.2.4 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) 经济环境对行业的影响

1.2.5 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

1.2.6 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

1.2.7 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

1.2.8 技术环境分析

第二章：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

(1) 美国体育用品行业发展概况

(2) 美国体育用品市场概况

2.1.3 欧洲体育用品行业发展状况

(1) 欧洲体育用品市场概况

(2) 欧洲体育用品市场发展趋势

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

2.4 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 2016-2022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 2016-2022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
- 第三章：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

- (1) 体育用品自主研发能力大幅提升
- (2) 健身娱乐类体育用品将受到市场青睐

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

3.2.3 浙江省体育用品行业发展前景

- (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
- 第四章：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

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

第五章：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

1) 公司简介

2) 公司经营情况

3) 公司在华投资

(2) 德国阿迪达斯 (ADIDAS) 公司

1) 公司简介

2) 经营情况

3) 在华投资

(3) 英国锐步 (REEBOK) 公司

1) 公司简介

2) 在华投资

(4) 德国彪马 (PUMA) 集团

1) 公司简介

2) 经营情况

3) 在华投资

(5) 意大利卡帕 (KAPPA) 公司

(6) 日本美津浓 (MIZUNO) 株式会社

1) 公司简介

2) 在华投资

(7) 美国哥伦比亚 (Columbia) 公司

1) 公司简介

2) 在华投资

(8) 美国匡威 (Converse) 公司

1) 公司简介

2) 在华投资

(9) 美国爱康 (ICON) 公司

1) 公司简介

2) 在华投资

(10) 德国JACK WOLFSKIN公司

1) 公司简介

2) 在华投资

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

5.3 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趋势预测

第六章：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) 行业规模

(2) 运动鞋市场竞争格局

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 运动鞋市场发展趋势
- 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
 - 6.3.3 运动服市场分析
 - (1) 运动服市场发展概况
 - (2) 运动服市场竞争格局
 - 6.3.4 滑雪服市场分析
 - (1) 滑雪服市场现状分析
 - (2) 滑雪服市场发展对策
 - (3) 滑雪服产品设计趋势
 - (4) 滑雪装备的流行趋势
 - 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) 户外运动用品市场格局
 - (4) 户外运动用品市场发展趋势
 - 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

- (1) 跳绳市场分析
- (2) 毽子市场分析
- (3) 哑铃市场分析
- (4) 臂力棒市场分析
- (5) 腕力器市场分析
- (6) 瑜伽服市场分析

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

第七章：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 体育用品领先企业生产经营分析

7.2.1 李宁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

7.2.2 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) 企业主营业务分析
- (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

7.2.6 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) 企业品牌风格及主要消费群
- (10) 企业销售渠道与网络
- (11) 企业经营状况优劣势分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.7 福建鸿星尔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) 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

7.2.8 探路者控股集团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) 企业产品结构与新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (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

7.2.9 美克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

7.2.10 飞克国际控股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

7.2.11 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

7.2.12 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

7.2.13 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

7.2.14 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

7.2.15 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

第八章：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

- (1) 青少年体育用品市场需求增大
- (2) 老年体育用品市场潜力巨大
- (3) 街头运动体育用品市场待发掘
- (4) 儿童体育用品成重要增长点

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：体育用品行业下子行业定义

图表2：体育用品行业主要产品分类

图表3：2006-2015年中国体育用品行业增加值占GDP比重（单位：%）

图表4：2006-2015年中国体育用品行业增加值占体育产业增加值的比重（单位：%）

图表5：中国企业的市场主体分类

图表6：中国不同所有制性质企业的划分

图表7：体育用品行业主管部门与管理职责

图表8：体育用品行业主要法律法规

图表9：我国体育用品行业发展相关政策

- 图表10：2007-2015年我国GDP同比增速（单位：%）
- 图表11：2000-2015年中国城镇化率变化情况（单位：%）
- 图表12：2000-2015年中国产业结构变化情况（单位：%）
- 图表13：2008-2015年中国城镇居民和农村居民可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表14：中国城镇居民人均消费性支出结构（单位：%）
- 图表15：我国城市居民的体育消费观念情况
- 图表16：2014-2015年人民币对美元中间价平均值变化情况（单位：元）
- 图表17：截至2015年末中国人口数及其构成（单位：万人，%）
- 图表18：1997-2015年中国体育用品行业专利申请量（单位：件）
- 图表19：1997-2016年中国体育用品行业专利公开量（单位：件）
- 图表20：截至2016年2月17日中国体育用品行业相关专利类型构成（单位：%）
- 图表21：截至2016年2月17日我国体育用品行业热门专利分布领域（单位：件）
- 图表22：2015年欧洲各国户外运动零售市场增速预测（单位：%）
- 图表23：加拿大体育用品产品结构（单位：%）
- 图表24：中国体育用品行业细分市场销售收入情况（单位：亿元，%）
- 图表25：中国体育用品行业经营效益分析（单位：家，万元，%）
- 图表26：中国体育用品行业盈利能力分析（单位：%）
- 图表27：中国体育用品行业运营能力分析（单位：次）
- 图表28：中国体育用品行业偿债能力分析（单位：% ，倍）
- 图表29：中国体育用品行业发展能力分析（单位：%）
- 图表30：体育用品行业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
- 图表31：2011-2015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32：2011-2015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33：2011-2015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34：2011-2015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35：2005-2015年中国体育用品行业产销率变化趋势图（单位：%）
- 图表36：2014-2015年中国体育用品行业进出口状况表（单位：万美元，%）
- 图表37：2011-2015年中国体育用品行业出口额变化情况（单位：亿美元，%）
- 图表38：2014-2015年中国体育用品行业月度主要出口产品结构表（单位：千克，个，件，台，副，根，辆，双，套，艘，百个，枝，万美元）
- 图表39：2014-2015年中国体育用品行业出口产品类型结构比较（单位：%）
- 图表40：2010-2015年中国体育用品行业内外销比例（单位：%）
- 图表41：2011-2015年中国体育用品行业进口额变化情况（单位：亿美元，%）
- 图表42：2014-2015年中国体育用品行业月度主要进口产品结构表（单位：千克，个，件，台，副，根，辆，双，套，艘，百个，枝，万美元）

- 图表43：2014-2015年中国体育用品行业进口产品类型结构比较（单位：%）
- 图表44：2010-2015年中国体育用品行业国内市场内外供应比例（单位：%）
- 图表45：2016-2022年中国体育用品行业收入规模预测图（单位：亿元）
- 图表46：2010-2015年广东省GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表47：广东省城镇居民和农村居民可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表48：广东省城镇居民人均消费性支出结构（单位：%）
- 图表49：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50：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51：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52：2010-2015年浙江省GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表53：2010-2015年浙江省城镇居民和农村居民可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表54：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55：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56：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57：2010-2015年晋江市GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表58：晋江市城镇居民和农村居民可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表59：2010-2015年厦门市GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表60：厦门市城镇居民和农村居民可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表61：厦门市城镇居民和农村居民可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表62：厦门市体育用品产业人力资源状况统计表（单位：人，%）
- 图表63：厦门市体育用品行业专业技术人员结构统计表（单位：%）
- 图表64：厦门市体育用品行业创新活动的目的（单位：户，%）
- 图表65：厦门市体育用品行业创新活动的直接动因（单位：户，%）
- 图表66：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67：厦门市体育用品行业三大市场销售比重统计表（单位：%）
- 图表68：厦门市体育用品行业创新资金主要来源示意图（单位：%）
- 图表69：厦门市体育用品行业创新资金满足程度示意图（单位：%）
- 图表70：2010-2015年成都市GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表71：成都市体育用品行业主要政策
- 图表72：2010-2015年成都市城镇居民和农村居民可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表73：居前的10个地区资产总额统计表（单位：万元，%）
- 图表74：居前的10个地区资产总额比重图（单位：%）
- 图表75：居前的10个地区负债统计表（单位：万元，%）
- 图表76：居前的10个地区负债比重图（单位：%）
- 图表77：工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

- 图表78：工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）
- 图表79：居前的10个地区产成品统计表（单位：万元，%）
- 图表80：居前的10个地区产成品比重图（单位：%）
- 图表81：居前的10个地区销售产值统计表（单位：万元，%）
- 图表82：销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）
- 图表83：居前的10个地区销售收入统计表（单位：万元，%）
- 图表84：居前的10个地区销售收入比重图（单位：%）
- 图表85：居前的10个地区销售利润统计表（单位：万元，%）
- 图表86：居前的10个地区销售利润比重图（单位：%）
- 图表87：居前的10个地区利润总额统计表（单位：万元，%）
- 图表88：居前的10个地区利润总额比重图（单位：%）
- 图表89：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90：居前的10个地区企业单位数比重图（单位：%）
- 图表91：居前的10个亏损地区亏损总额统计表（单位：万元，%）
- 图表92：居前的10个亏损地区亏损总额比重图（单位：%）
- 图表93：2010-2015年北京市GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表94：2011-2015年北京市常住人口增量及增长速度变化情况（单位：万人，%）
- 图表95：截至2015年底北京市常住人口及构成（单位：万人，%）
- 图表96：2010-2015年北京市城乡居民人均可支配收入及实际增速（单位：万人，%）
- 图表97：2010-2015年天津市GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表98：2010-2015年天津市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表99：2010-2015年郑州市GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表100：郑州市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表101：2010-2015年长春市GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表102：长春市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表103：2010-2015年沈阳市GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表104：2010-2015年沈阳市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表105：2010-2015年石家庄市GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表106：2010-2015年石家庄市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表107：2010-2015年太原市GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表108：太原市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表109：2010-2015年西安市GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表110：2010-2015年西安市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表111：2010-2015年呼和浩特市GDP变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表112：呼和浩特市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表113：2010-2015年上海市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表114：2010-2015年上海市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表115：2010-2015年济南市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表116：2010-2015年济南市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表117：2010-2015年南京市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表118：2010-2015年南京市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表119：2010-2015年杭州市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表120：2010-2015年杭州市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表121：杭州市城镇居民体育健身内容的构成与选择

图表122：2010-2015年南昌市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表123：南昌市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表124：2010-2015年合肥市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表125：2010-2015年合肥市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表126：2010-2015年广州市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表127：2010-2015年广州市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表128：2010-2015年深圳市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表129：未深圳市分区常住人口（单位：万人，%）

图表130：深圳市居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表131：2010-2015年福州市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表132：未福州市户籍人口构成（单位：万人，%）

图表133：福州市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表134：2010-2015年南宁市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表135：南宁市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表136：2010-2015年昆明市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表137：2010-2015年昆明市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表138：2010-2015年海口市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表139：2010-2015年海口市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表140：2010-2015年武汉市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表141：2010-2015年武汉市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表142：2010-2015年长沙市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表143：2010-2015年长沙市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表144：2010-2015年重庆市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表145：重庆市常住人口数及其构成（单位：万人，%）

图表146：2010-2015年重庆市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表147：2010-2015年贵阳市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

- 图表148：贵阳市常住人口数及其构成（单位：万人，%）
- 图表149：2010-2015年贵阳市城乡居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表150：2011-2015财年耐克公司营业收入情况（单位：百万美元，%）
- 图表151：2015财年耐克公司产品结构（单位：%）
- 图表152：2015财年耐克公司市场结构（单位：%）
- 图表153：2015年前三季度阿迪达斯公司产品结构（单位：%）
- 图表154：2015年前三季度彪马公司产品结构（单位：%）
- 图表155：2015年中国市场十大球类品牌排行榜
- 图表156：中国运动鞋行业国内上市企业运动鞋总销售收入统计（单位：亿元）
- 图表157：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158：中国运动鞋市场竞争格局简析
- 图表159：运动鞋的分类
- 图表160：不同运动鞋品牌的消费偏好（单位：%）
- 图表161：不同性别人群对慢跑鞋品牌的偏爱分析（单位：%）
- 图表162：不同年龄人群对慢跑鞋品牌的偏爱分析（单位：%）
- 图表163：帆布鞋品牌排行情况
- 图表164：中国运动鞋市场竞争格局简析
- 图表165：中国运动鞋市场前十大品牌统计
- 图表166：球类产品市场资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）
- 图表167：球类产品市场工业总产值趋势图（单位：亿元，%）
- 图表168：球类产品市场销售收入趋势图（单位：亿元，%）
- 图表169：球类产品市场产品销售利润趋势图（单位：亿元，%）
- 图表170：球类产品市场利润总额趋势图（单位：亿元，%）
- 图表171：中国篮球市场十大品牌统计
- 图表172：中国足球市场十大品牌统计
- 图表173：中国台球市场十大品牌统计
- 图表174：中国网球市场十大品牌统计
- 图表175：中国乒乓球市场十大品牌统计
- 图表176：中国羽毛球市场十大品牌统计
- 图表177：2014-2015年中国球类制造行业主要出口产品（单位：万个，万美元）
- 图表178：VS2015年中国球类制造行业出口产品结构（单位：%）
- 图表179：2014-2015年中国球类制造行业主要进口产品（单位：万个，万美元）
- 图表180：VS2015年中国球类制造行业进口产品结构（单位：%）
- 图表181：2016-2022年中国球类制造行业市场规模预测图（单位：亿元）
- 图表182：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183：体育器材及配件市场工业总产值趋势图（单位：亿元，%）
- 图表184：体育器材及配件市场销售收入趋势图（单位：亿元，%）
- 图表185：体育器材及配件市场产品销售利润趋势图（单位：亿元，%）
- 图表186：体育器材及配件市场利润总额趋势图（单位：亿元，%）
- 图表187：中国运动服行业国内上市企业运动服销售收入统计（单位：亿元）
- 图表188：中国运动服市场竞争格局简析
- 图表189：中国户外用品零售总额变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表190：中国户外用品品牌出货总额变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表191：中国户外用品市场国内外品牌整体情况（单位：个，亿元，%）
- 图表192：2013年中国户外用品市场集中度情况（单位：个）
- 图表193：训练健身器材市场资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）
- 图表194：训练健身器材市场工业总产值趋势图（单位：亿元，%）
- 图表195：训练健身器材市场销售收入趋势图（单位：亿元，%）
- 图表196：训练健身器材市场产品销售利润趋势图（单位：亿元，%）
- 图表197：训练健身器材市场利润总额趋势图（单位：亿元，%）
- 图表198：跑步机按拉驱动力分类
- 图表199：跑步机按拉功能分类
- 图表200：2014-2015年中国训练健身器材行业主要出口产品（单位：吨，万台，万美元）
- 图表201：2014-2015年中国训练健身器材行业主要进口产品（单位：吨，台，万美元）
- 图表202：2015-2021年中国训练健身器材制造行业销售收入预测图（单位：亿元）
- 图表203：运动防护用具市场资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）
- 图表204：运动防护用具市场工业总产值趋势图（单位：亿元，%）
- 图表205：运动防护用具市场销售收入趋势图（单位：亿元，%）
- 图表206：运动防护用具产品销售利润趋势图（单位：亿元，%）
- 图表207：运动防护用具市场利润总额趋势图（单位：亿元，%）
- 图表208：2015-2021年中国运动防护用具制造行业市场规模预测图（单位：亿元）
- 图表209：其他体育用品市场资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）
- 图表210：其他体育用品市场工业总产值趋势图（单位：亿元，%）
- 图表211：其他体育用品市场销售收入趋势图（单位：亿元，%）
- 图表212：其他体育用品市场产品销售利润趋势图（单位：亿元，%）
- 图表213：其他体育用品市场利润总额趋势图（单位：亿元，%）
- 图表214：体育用品企业营业收入排名前八位（单位：万元）
- 图表215：体育用品企业利润总额排名前六位（单位：万元）
- 图表216：李宁有限公司基本信息表
- 图表217：李宁有限公司架构图

- 图表218：2012-2015年李宁有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表219：2012-2015年李宁有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表220：2012-2015年李宁有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表221：2012-2015年李宁有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表222：2012-2015年李宁有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表223：2014-2015年上半年李宁有限公司产品和品牌结构（单位：%）
- 图表224：李宁有限公司经销和零售网络分布（单位：家）
- 图表225：李宁有限公司优劣势分析
- 图表226：安踏体育用品有限公司基本信息表
- 图表227：安踏体育用品有限公司架构图
- 图表228：2012-2015年安踏体育用品有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表229：2012-2015年安踏体育用品有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表230：2012-2015年安踏体育用品有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表231：2012-2015年安踏体育用品有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表232：2012-2015年安踏体育用品有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表233：2015年安踏体育用品有限公司产品结构（单位：%）
- 图表234：安踏体育用品有限公司优劣势分析
- 图表235：中国动向（集团）有限公司基本信息表
- 图表236：2012-2015年中国动向（集团）有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表237：2012-2015年中国动向（集团）有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表238：2012-2015年中国动向（集团）有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表239：2012-2015年中国动向（集团）有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表240：2012-2015年中国动向（集团）有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表241：2015年上半年中国动向（集团）有限公司产品结构（单位：%）
- 图表242：2015年上半年中国动向（集团）有限公司区域结构（单位：%）
- 图表243：中国动向（集团）有限公司优劣势分析
- 图表244：特步国际控股有限公司基本信息表
- 图表245：特步国际控股有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
- 图表246：2012-2015年特步国际控股有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表247：2012-2015年特步国际控股有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表248：2012-2015年特步国际控股有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表249：2012-2015年特步国际控股有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表250：2012-2015年特步国际控股有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表251：2015年上半年特步国际控股有限公司产品结构（单位：%）
- 图表252：特步国际控股有限公司优劣势分析

图表253：匹克体育用品有限公司基本信息表

图表254：2012-2015年匹克体育用品有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表255：2012-2015年匹克体育用品有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表256：2012-2015年匹克体育用品有限公司运营能力分析（单位：次）

图表257：2012-2015年匹克体育用品有限公司偿债能力分析（单位：%）

图表258：2012-2015年匹克体育用品有限公司发展能力分析（单位：%）

图表259：2015年上半年匹克体育用品有限公司产品结构（单位：%）

图表260：匹克体育用品有限公司优劣势分析

图表261：三六一度国际有限公司基本信息表

图表262：2012-2015年三六一度国际有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表263：2012-2015年三六一度国际有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表264：2012-2015年三六一度国际有限公司运营能力分析（单位：次）

图表265：2012-2015年三六一度国际有限公司偿债能力分析（单位：%）

图表266：2012-2015年三六一度国际有限公司发展能力分析（单位：%）

图表267：三六一度国际有限公司组织结构图

图表268：2015年上半年三六一度国际有限公司产品结构（单位：%）

图表269：三六一度国际有限公司品牌

图表270：三六一度国际有限公司销售渠道（单位：间）

图表271：三六一度国际有限公司优劣势分析

图表272：福建鸿星尔克体育用品有限公司基本信息表

图表273：福建鸿星尔克体育用品有限公司优劣势分析

图表274：探路者控股集团股份有限公司基本信息表

图表275：探路者控股集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表276：2012-2015年探路者控股集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表277：2012-2015年探路者控股集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表278：2012-2015年探路者控股集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表279：2012-2015年探路者控股集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表280：2012-2015年探路者控股集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表281：2015年上半年探路者控股集团股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：元，%）

图表282：2015年上半年探路者控股集团股份有限公司产品结构（单位：%）

图表283：探路者控股集团股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）

图表284：探路者控股集团股份有限公司优劣势分析

图表285：2012-2015年美克国际控股有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表286：2012-2015年美克国际控股有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表287：2012-2015年美克国际控股有限公司运营能力分析（单位：次）

图表288：2012-2015年美克国际控股有限公司偿债能力分析（单位：%）

图表289：2012-2015年美克国际控股有限公司发展能力分析（单位：%）

图表290：2015年上半年美克国际控股有限公司产品结构（单位：千元，%）

图表291：美克国际控股有限公司国内分销网络

图表292：美克国际控股有限公司优劣势分析

图表293：飞克国际控股有限公司优劣势分析

图表294：上海美津浓有限公司基本信息表

图表295：上海美津浓有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表296：上海美津浓有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表297：上海美津浓有限公司运营能力分析（单位：次）

图表298：上海美津浓有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表299：上海美津浓有限公司发展能力分析（单位：%）

图表300：上海美津浓有限公司优劣势分析

图表301：国辉（中国）有限公司基本信息表

图表302：国辉（中国）有限公司优劣势分析

图表303：乔丹体育股份有限公司基本信息表

图表304：乔丹体育股份有限公司优劣势分析

图表305：上海红双喜股份有限公司基本信息表

图表306：上海红双喜股份有限公司“红双喜”国家队使用情况（单位：人，%）

图表307：上海红双喜股份有限公司优劣势分析

图表308：广州双鱼体育用品集团有限公司基本信息表

图表309：广州双鱼体育用品集团有限公司国内销售网点

图表310：广州双鱼体育用品集团有限公司优劣势分析

图片详见报告正文•••••（GY LX）

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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/241464241464.html>