

# 2008年中国体育用品行业研究咨询报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008年中国体育用品行业研究咨询报告》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/fangzhi/2858128581.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

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

内容简介半个世纪以来，凭借丰富的劳动力资源、巨大的潜在市场和各项优惠政策，中国体育用品行业从小到大、从仿制到创新、从计划到市场、从封闭的自给自足到走向国际市场，取得了令人瞩目的成绩，引起了境外业界人士的普遍关注。据预计，到2008年，中国的体育用品市场规模将达到62亿美金。中国也在大力鼓励体育锻炼，目前全国有近四亿中国人参加各类体育活动，而且这一数目还不断增加，这为中国体育用品市场带来了强大的需求。为中国创造了与世界经济接轨、参与资源全球配置的国际环境和向世界展示中国制造的体育品牌的良好机遇。国内的诸多企业为了能更好地抓住这次机遇而展开激烈的竞争，如何能从诸多企业中脱颖而出呢？中国体育产业增加值占GDP的比重不过0.5%，而美国这一比重高达2.4%。中国的体育产业的主体还是体育用品制造业，且绝大多数企业规模小，无品牌，在发达国家已成为产业主流的健身娱乐业在中国的发展还在起步阶段。如何创立和维护自己的品牌，使自己立于不败之地，未来的体育用品行业的趋势走向又会是如何呢？为推动国内体育用品行业的发展，首先应不断加大科技投入，调整产品结构，增强知识产权意识。中国目前的体育用品企业已经超过400万家，但产品结构不合理。而且有些企业习惯于拿来主义，重生产、轻研发的现象比较普遍，缺乏把传统产品不断升级换代的前瞻意识。其次，由于营销一直是中国本土企业的软肋之一，中国本土企业应当在营销手段上有所突破，在实践中学会用现代的营销理念和方法来推动中国体育用品业的发展。另外，针对中国体育用品企业规模小、管理分散、科技研发力量薄弱、国际市场营销渠道不畅通等不利条件，同类产品企业在条件成熟的情况下应当考虑进行资源重组或跨部门的联合，整合资源，打造联合舰队。本研究咨询报告由咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家体育总局、中国文教体育用品协会、中国体育用品联合会、中国轻工业联合会、中国行业研究网、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，从体育用品的现状、进出口及主要出口市场、细分行业的市场状况、消费者需求、行业主要竞争格局以及体育用品业未来发展趋势等多方面深度剖析，全面展示体育用品市场现状，揭示体育用品市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目 录CONTENTS第一部分  
行业发展分析第一章 行业发展现状分析 1第一节 行业定义及产品  
1一、体育用品的分类历史与现状 1二、体育产业的界定及产业化特征 2第二节  
中国体育用品业现状分析 4一、2007年体育用品制造主要经济指标情况  
4二、2007年国有企业主要经济指标情况 10三、2007年集体企业主要经济指标情况  
15四、2007年股份合作企业主要经济指标情况20五、2007年股份制企业主要经济指标情况  
24六、2007年私营企业主要经济指标 29七、2007年投资企业主要经济指标  
34八、2007年体育用品制造收入前10家企业 40九、中国体育用品业的发展现状

- 41十、体育用品行业发展方向的分析 50第三节 中国体育用品的市场分析
- 57一、中国体育用品市场浅析 57二、中国体育用品市场的五大“软肋”
- 60三、2008中国体育用品市场预测 61第二章 细分行业分析 64第一节 体育服装
- 64一、体育服饰行业的特征 64二、中国专业体育服装市场格局的演变分析
- 67三、中国体育产业、奥运经济与服装产业商机分析
- 69四、中国运动服面临“时装”发展大趋势分析 73五、中国运动服的市场定位与战略分析
- 74六、不同层面厂家的战略模式 78七、中国运动服饰品牌与信息牌的关联分析
- 83八、中国服装品牌借体育营销 84九、体育服饰业未来市场格局预测 90第二节
- 健身器材 91一、健身器材产业概况分析 91二、国外健身器材发展趋势分析
- 92三、中国机械健身器的发展道路分析 93四、健身器材市场需求分析 95第三节 运动鞋
- 96一、中国运动鞋市场概况分析 96二、中国运动鞋的市场需求分析
- 97三、中国运动鞋08奥运的机遇和挑战剖析 100四、中国运动鞋的发展趋势分析
- 102五、国内外运动鞋企业科技实力分析 108第四节 球类体育用品
- 111一、中国球类体育用品商机分析 111二、2007年球类产品进出口情况
- 113三、中国当前高尔夫球发展的概况 116四、中国当前高尔夫球发展的现状及策略分析
- 120第四节 其他体育用品 124一、体育报刊业 124二、中国滑雪服装商机分析
- 127三、中国户外运动用品市场现状和趋势分析 128第二部分 发展氛围分析第三章
- 中国体育用品发展氛围分析 133第一节 文化休闲体育正在中国全面复兴
- 133一、奥运会促使文化休闲体育的复兴 133二、休闲体育产业的发展
- 133三、休闲体育与竞技体育的关系分析 138第二节
- 当代中国体育文化研究中存在的一些问题 139一、体育文化研究中相关概念范畴的辨析
- 139二、具体研究实践中的不足 143三、中国体育文化亟树立良好风气 146第三节
- 中国体育产业环境分析 147一、体育产业研究成果分析 147二、国内对体育产业研究的成果
- 147三、我国体育产业发展现状 149四、我国体育产业存在的主要问题 151第三部分
- 经济要素分析第四章 体育用品发展相关经济要素分析 155第一节 2007年中国宏观经济简况
- 155一、2007年中国宏观经济运行指标分析 155二、2008年宏观经济形势分析与预测
- 156三、体育产业“十一五”规划 158第二节 2008年钢铁行业发展分析
- 164一、全球钢铁行业运行情况分析 164二、中国钢铁行业运行指标分析
- 176三、2008年钢铁行业发展趋势分析 210四、2008年钢铁行业供需情况分析 213第三节
- 2008年皮革行业发展分析 229一、2007年中国皮革行业运行状况
- 229二、2008年皮革行业进出口关税动态分析 253三、中国皮革行业出口退税政策分析
- 255第四节 塑料行业发展分析 256一、2007年塑料行业运行状况
- 256二、2008年塑料行业发展趋势预测 267三、中国塑料制品业的发展方向研究
- 269四、中国塑料制品行业面临的问题及对策274第五节2008年中国服饰面料行业发展分析
- 279一、2007年中国纺织服饰制造经济情况 279二、2007年纺织服装行业进出口情况

290三、2008年中国纺织服装行业的发展趋势分析	
294四、中国纺织企业的对策之服装出口退税下调	298五、中国纺织服装行业发展分析
299第六节 2008年橡胶行业分析	306一、2007年橡胶行业运行情况
306二、中国橡胶行业现状分析	310三、我国天然橡胶行业发展风险分析
312四、2008年橡胶行业的市场发展趋势分析	314第七节 2008年服务行业发展分析
315一、中国服务行业概况	315二、生产性服务行业现状和趋势分析
318三、服务业发展提速将全方位影响经济结构	322四、服务业全球化五大趋势
329第四部分 进出口及国外市场分析第五章	中国体育用品进出口及国外市场分析
333第一节 中国体育用品进出口情况	333一、中国体育用品出口概况
333二、中国体育用品出口快速增长	333第二节 国外主要进口体育用品市场简析
334一、美国体育用品市场分析	334二、东欧体育用品市场分析
338三、德国体育用品市场规模分析	340四、俄罗斯体育用品市场分析
340五、意大利体育用品市场分析	342六、日本体育用品市场分析
343七、韩国体育用品市场分析	344八、澳大利亚体育用品市场分析
345第五部分 营销竞争及企业分析第六章	体育用品行业营销策略及竞争分析
349第一节 体育用品消费者的市场需求分析	349一、体育商品价格变动
349二、收入水平对居民体育消费行为的影响	351三、体育用品消费者的市场需求分析
352第二节 体育用品的品牌经营策略分析	353一、体育用品品牌营销浅析
353二、体育用品企业营销中的问题及建议	354三、节假日营销策略
356第三节 中国运动体育品牌建立的要素分析	361一、冲破“瓶颈”需要系统的品牌规划
361二、细分市场分析	362三、建立品牌与消费者联系的纽带
363第四节 体育用品整合资源营销分析	364一、整合科技资源与品牌核心能力关联分析
365二、整合体育资源与品牌国际化关联分析	366三、整合娱乐资源与品牌新活力关联分析
368四、整合网络资源与品牌沟通关联分析	369第五节 体育用品的品牌整体设计分析
370一、产品再设计——我形我塑	371二、品牌再设计——情感对接
372第六节 二、三线运动品牌六大突围力	375一、重塑企业远见
375二、塑造产品力	
377三、着力渠道驱动带动品牌驱动	379四、结点营销
381五、整合供应链	
381六、构筑良好营运系统	382第七章 主要企业分析
385第一节 耐克公司	385一、公司简介
385二、公司文化	386三、耐克公司变革策略分析
390四、耐克公司的经营策略	
392五、耐克公司未来5年内的销售预测	394第二节 阿迪达斯集团
395一、集团简介	
395二、阿迪达斯的08奥运系列计划	396三、阿迪达斯占据优势市场的策略分析
398第三节 李宁有限公司	403一、公司简介
403二、李宁有限公司的08奥运系列计划	
405三、李宁公司发展目标展望	410四、最新公司动态
411第四节 安踏公司	
414一、公司简介	414二、安踏品牌经营战略剖析
414三、安踏营销策略分析	
422四、安踏销售体系与渠道建设全透视	425第五节 青岛双星股份有限公司

428一、公司简介	428二、青岛双星经营状况分析	429三、青岛双星文化经营分析
432四、最新公司动态	439第六节 鸿星尔克集团	441一、集团简介
441二、鸿星尔克品牌战略策略	442三、鸿星尔克经营策略分析	446四、最新公司动态
460第七节 上海红双喜有限公司	461一、公司简介	461二、最新公司动态
462第八节 福建泉州匹克集团	462一、公司简介	462二、匹克人才策略分析
464三、匹克经营和营销策略分析	464四、最新公司动态	467第八章 体育用品行业发展趋势分析与策略建议
469第一节 体育用品行业发展趋势分析	469一、未来10年中国将成为最重要的体育用品市场	469二、中国体育产业发展趋势剖析
469第二节 体育用品产业未来发展中的问题及对策	474一、体育产业急需品牌化	474二、多元化发展乃大势所趋
474三、让体育产业撬动资本市场	476四、变革体育制度提上日程	477第三节 体育用品行业体育产业市场化融资渠道的分析
478一、我国体育产业融资渠道的沿革与现状	478二、体育产业市场化融资渠道的基础和条件	479三、我国体育产业市场化融资渠道的分析
480第四节 体育产业价值链浅析	482一、将价值链引入体育产业的背景	482二、价值链管理理论的意义
484三、体育产业价值链管理的重要作用	485四、体育产业的管理创新	486附录：第五次全国体育场地普查数据公报
487一、全国体育场地总体状况	487二、全国标准体育场地现状	487三、全国非标准体育场地现状
488四、各系统体育场地现状	488五、全国体育场地分布状况	488六、全国被占体育场地状况
489图表目录	489图表：2007年1-12月体育用品制造主要经济指标全国合计	
490图表：2007年1-12月大型体育用品制造主要经济指标全国合计		
491图表：2007年1-12月中型体育用品制造主要经济指标全国合计		
492图表：2007年1-12月小型体育用品制造主要经济指标全国合计		
493图表：2007年1-12月国有企业体育用品主要经济指标全国合计		
494图表：2007年1-11月国有企业中型体育用品制造主要经济指标全国合计		
495图表：2007年1-12月国有企业小型体育用品制造主要经济指标全国合计		
496图表：2007年1-12月集体企业体育用品制造主要经济指标全国合计		
497图表：2007年1-12月集体企业中型体育用品制造主要经济指标全国合计		
498图表：2007年1-12月集体企业小型体育用品制造主要经济指标全国合计		
499图表：2007年1-12月股份合作企业体育用品制造主要经济指标全国合计		
500图表：2007年1-12月股份合作企业中型体育用品制造主要经济指标全国合计		
501图表：2007年1-12月股份合作企业小型体育用品制造主要经济指标全国合计		
502图表：2007年1-12月股份制企业体育用品制造主要经济指标全国合计		
503图表：2007年1-12月股份制企业中大型体育用品制造主要经济指标全国合计		

- 26图表：2007年1-12月股份制企业小型体育用品制造主要经济指标全国合计
- 28图表：2007年1-12月私营企业体育用品制造主要经济指标全国合计
- 29图表：2007年1-12月私营企业中大型体育用品制造主要经济指标全国合计
- 31图表：2007年1-12月私营企业小型体育用品制造主要经济指标全国合计
- 32图表：2007年1-12月外商和港澳台投资企业体育用品制造主要经济指标全国合计
- 34图表：2007年1-12月外商和港澳台投资企业大型体育用品制造主要经济指标全国合计
- 36图表：2007年1-12月外商和港澳台投资企业中大型体育用品制造主要经济指标全国合计
- 37图表：2007年1-12月外商和港澳台投资企业小型体育用品制造主要经济指标全国合计
- 39图表：2007年12月体育用品制造收入前10家企业统计
- 40图表：2004-2008年中国体育用品市场规模
- 57图表：体育服饰厂家“金字塔”标示图
- 66图表：2007中国球类制造业十强企业
- 112图表：2007年1月球类产品进口统计
- 113图表：2007年2月球类产品进口统计
- 113图表：2007年3月球类产品进口统计
- 113图表：2007年4月球类产品进口统计
- 114图表：2007年1月球类产品出口统计
- 114图表：2007年2月球类产品出口统计
- 115图表：2007年3月球类产品出口统计
- 115图表：2007年4月球类产品出口统计
- 116图表：2007年5月球类产品出口统计
- 116图表：2007年全球粗钢生产统计
- 165图表：06年9月-08年1月全球粗钢日均产量
- 166图表：2006-2008年国际钢材市场走势（分品种）
- 166图表：2006-2008年国际钢材市场走势（分地区）
- 167图表：欧洲粗钢2007年日均产量走势图
- 167图表：德国钢材库存2006-2008年走势图
- 168图表：2006-2008年欧洲长材交货价格走势图
- 169图表：2006-2008年南欧扁平材出厂价格走势图
- 169图表：2006-2008年美国粗钢周产量走势图
- 170图表：2007年美国钢材进口走势图
- 170图表：2005-2007年美国服务中心钢材库存和日均发货量走势
- 171图表：2006-2008年美国中西部钢厂长材出厂价格走势图
- 171图表：2006-2008年美国中西部钢厂扁平材出厂价走势图
- 172图表：2007年亚洲粗钢日均产量走势图
- 173图表：2007年中国和日本钢材出口走势图
- 173图表：2007年中国、日本和韩国钢材库存走势图
- 174图表：2006-2008年东南亚长材进口价格走势图
- 174图表：2006-2008年东南亚扁平材进口价格走势图
- 175图表：2007年1-12月中国炼钢行业制造主要经济指标全国合计
- 176图表：2007年1-12月国有企业主要经济指标全国合计
- 177图表：2007年1-12月集体企业主要经济指标全国合计
- 179图表：2007年1-12月股份合作企业主要经济指标全国合计
- 181图表：2007年1-12月股份制企业主要经济指标全国合计

- 182图表：2007年1-12月私营企业主要经济指标全国合计
- 184图表：2007年1-12月国外投资企业主要经济指标全国合计
- 185图表：2007年11月炼钢行业销售收入前十家
- 187图表：2007年中国炼铁行业制造主要经济指标全国合计
- 187图表：2007年1-12月国有企业主要经济指标全国合计
- 189图表：2007年1-12月集体企业主要经济指标全国合计
- 190图表：2007年1-12月股份合作企业主要经济指标全国合计
- 192图表：2007年1-12月股份制企业主要经济指标全国合计
- 193图表：2007年1-12月私营企业主要经济指标全国合计
- 195图表：2007年1-12月国外投资企业主要经济指标全国合计
- 196图表：2007年11月销售收入前十家
- 198图表：2007年1-12月中国钢压延工行业制造主要经济指标全国合计
- 199图表：2007年1-12月国有企业主要经济指标全国合计
- 200图表：2007年1-12月集体企业主要经济指标全国合计
- 202图表：2007年1-12月股份合作企业主要经济指标全国合计
- 203图表：2007年1-12月股份制企业主要经济指标全国合计
- 205图表：2007年1-12月私营企业主要经济指标全国合计
- 206图表：2007年1-12月国外投资企业主要经济指标全国合计
- 208图表：2007年11月销售收入前十家
- 209图表：2008年1-3月中国钢铁进出口数据
- 211图表：2008年1-3月中过钢铁进口数据
- 212图表：2008年1-3月中国钢铁出口数据
- 212图表：2007年1-12月皮革、毛皮、羽毛及其制品业分经济指标
- 229图表：2007年1-12月皮革、毛皮、羽毛及其制品业主要经济指标全国合计
- 230图表：2007年1-12月皮革、毛皮、羽毛及其制品业销售收入前十家企业
- 232图表：2007年1-12月国有企业主要经济指标全国合计
- 232图表：2007年1-12月集体企业主要经济指标全国合计
- 233图表：2007年1-12月股份合作企业主要经济指标全国合计
- 235图表：2007年1-12月股份制企业主要经济指标全国合计
- 237图表：2007年1-12月私营企业主要经济指标全国合计
- 238图表：2007年1-12月国外投资企业主要经济指标全国合计
- 240图表：2007年皮革行业进口数据
- 241图表：2007年皮革行业出口数据
- 242图表：2007年1-12月皮革制品制造主要经济指标全国合计
- 242图表：2007年1-12月国有企业制造主要经济指标全国合计
- 243图表：2007年1-12月集体企业制造主要经济指标全国合计
- 245图表：2007年1-12月股份合作企业制造主要经济指标全国合计
- 246图表：2007年1-12月股份制企业制造主要经济指标全国合计



- 248图表：2007年1-12月国外投资企业制造主要经济指标全国合计
- 249图表：2007年1-12月私营企业制造主要经济指标全国合计
- 251图表：2007年11月销售收入前十家企业
- 253图表：2008年我国半成品革进口关税税率暂时调整目录
- 254图表：2007年1-12月塑料行业制造主要经济指标全国合计
- 256图表：2007年11月销售收入前十家企业
- 258图表：2007年1-12月国有企业制造主要经济指标全国合计
- 258图表：2007年1-12月集体企业制造主要经济指标全国合计
- 260图表：2007年1-12月股份合作企业制造主要经济指标全国合计
- 261图表：2007年1-12月股份制企业制造主要经济指标全国合计
- 263图表：2007年1-12月私营企业制造主要经济指标全国合计
- 264图表：2007年1-12月国外投资企业制造主要经济指标全国合计
- 266图表：2007年中国纺织服饰制造主要经济指标全国合计
- 279图表：2007年11月纺织服饰制造收入前十家企业
- 280图表：2007年1-12月国有企业制造主要经济指标全国合计
- 281图表：2007年1-12月集体企业主要经济指标全国合计
- 282图表：2007年1-12月股份合作制企业主要经济指标全国合计
- 284图表：2007年1-12月股份制企业制造主要经济指标全国合计
- 285图表：2007年1-12月私营企业制造主要经济指标全国合计
- 287图表：2007年1-12月投资企业制造主要经济指标全国合计
- 288图表：2007年1-11月各省市纺织品服装进出口统计（按出口金额排序）
- 290图表：2007年1-11月各省市纺织品进出口统计
- 291图表：2007年1-11月服装进出口贸易方式统计
- 292图表：2007年1-11月纺织品服装进出口企业构成统计
- 293图表：2007年1-11月纺织品进出口企业构成统计
- 293图表：2007年1-11月服装进出口企业构成统计
- 294图表：2007年1-11月橡胶制品总产值
- 306图表：2007年11月橡胶行业收入前十家
- 307图表：2007年1-11月橡胶制品业工业总产值情况
- 308图表：2007年1-11月橡胶制品工业销售产值情况
- 308图表：2006年以来橡胶业固定资产投资
- 308图表：2006年以来轮胎产量的变化
- 309图表：2007年1-11月不同规模的企业经营情况
- 309图表：中国2007年1-10月天然橡胶进口数据
- 309图表：2008年1月中国橡胶进口数据
- 310图表：2008年1月中国橡胶出口数据
- 310图表：节假日经济年度曲线图
- 357图表：体育用品淡旺两季体育用品年度销售规律曲线图
- 357图表：节假日经济曲线与体育用品销售规律曲线比照图

358图表：阿迪达斯复兴时期的主要业绩指标

399图表：斐乐、阿迪达斯与耐克的业绩走势图

400图表：阿迪达斯主要产品增长趋势

401图表：阿迪达斯的收入地域构成

401图表：青岛双星历年简要财务指标

429图表：青岛双星2004-2007年利润构成和赢利能力

429图表：青岛双星2004-2007年经营和发展能力

430图表：青岛双星2004-2007年资产与负债

430图表：青岛双星2007年Z值预警

430图表：青岛双星2004-2007年现金流量

431图表：青岛双星2004-2007年异动财务指标

431图表：青岛双星2006-2007年单季度财务分析 432

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2858128581.html>