

中国体育用品市场专项调研及盈利空间预测报告 (2012-2016)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国体育用品市场专项调研及盈利空间预测报告（2012-2016）》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/qitanengyuan/138914138914.html>

报告价格：电子版: 7000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

目前中国体育用品市场仍然处于起步阶段，城市居民对体育用品的消费正在向中高档方向发展，已达到小康生活标准的农村地区，对中低档体育用品的消费，逐步形成新的需求。因此，中国未来体育用品市场，仍具有较大的发展空间。随着社会的发展，生活水平的提高，人们越来越意识到健康和运动的重要性。根据国家体育总局的全面健身计划，到2020全国将会有40%的人口积极参加各类体育活动。这些因素将会推动国内体育用品市场在未来几年内继续保持高速发展。

中国报告网发布的《中国体育用品市场专项调研及盈利空间预测报告（2012-2016）》共十二章。首先介绍了体育用品相关概述、中国体育用品市场运行环境等，接着分析了中国体育用品市场发展的现状，然后介绍了中国体育用品重点区域市场运行形势。随后，报告对中国体育用品重点企业经营状况分析，最后分析了中国体育用品行业发展趋势与投资预测。您若想对体育用品产业有个系统的了解或者想投资体育用品行业，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 体育产业相关概述

1.1 体育产业概念

1.1.1 体育产业的定义

1.1.2 体育产业的特点

1.1.3 体育产业的分类

1.1.4 体育产业在国民经济中的地位分析

1.2 体育器材的分类

1.2.1 比赛器材

1.2.2 教学训练器材

1.2.3 一般性器材

1.3 健身器材概述

1.3.1 健身器材分类

1.3.2 健身器材的功能

1.3.3 室内健身器材介绍

1.3.4 健身器材的选择方法

第二章 体育产业市场分析

2.1 世界体育产业发展概况

- 2.1.1 国际体育产业的发展演进
- 2.1.2 西方国家体育产业发展分析
- 2.1.3 美国体育产业发展概况
- 2.2 中国体育产业发展概况
 - 2.2.1 中国体育产业发展的历史阶段
 - 2.2.2 中国体育产业渐入佳境
 - 2.2.3 我国体育产业发展取得进一步规范
 - 2.2.4 2010年体育产业政策环境良好
 - 2.2.5 2011年我国又一体育产业鼓励性文件出台
 - 2.2.6 国内体育产业化发展的要素分析
- 2.3 部分地区体育产业的发展
 - 2.3.1 政策助推河北省体育产业快速发展
 - 2.3.2 河南省体育产业发展规划
 - 2.3.3 辽宁体育产业发展目标
 - 2.3.4 江苏省体育产业发展展望
 - 2.3.5 体育产业成为推动北京经济发展的重要力量
 - 2.3.6 天津全民经济体育产业发展态势良好
 - 2.3.7 “后亚运”广州将全力发展体育产业
 - 2.3.8 重庆在税收政策上为体育产业大开方便之门
- 2.4 中国体育产业市场化融资渠道研究
 - 2.4.1 中国体育产业融资渠道的发展史与现状
 - 2.4.2 加强中国体育产业市场化融资渠道的条件分析
 - 2.4.3 拓展中国体育产业市场化融资渠道的策略
 - 2.4.4 创新我国体育产业投融资体制的思路
- 2.5 体育产业发展存在的问题分析
 - 2.5.1 五大问题制约体育产业发展
 - 2.5.2 中国体育市场发展存在的不足
 - 2.5.3 中国体育产业发展面临的挑战
- 2.6 促进体育产业发展的对策
 - 2.6.1 我国体育产业发展的主要政策措施
 - 2.6.2 以科学的政策扶持中国体育产业的发展
 - 2.6.3 中国体育产业发展的八大建议
 - 2.6.4 推进我国体育产业化进程的措施
 - 2.6.5 现代体育产业培育的思路和途径
 - 2.6.6 标准化是中国体育产业做强做大的出路

第三章 体育用品产业概况

3.1 国际体育用品市场概况

3.1.1 世界体育用品市场发展状况

3.1.2 中东体育用品市场全面解析

3.1.3 美国体育用品市场的发展

3.1.4 俄罗斯体育用品市场发展态势良好

3.1.5 加拿大体育用品产业发展详解

3.1.6 德国体育用品市场综述

3.2 中国体育用品行业分析

3.2.1 我国体育用品行业发展综述

3.2.2 中国体育用品行业透析

3.2.3 中国体育用品行业发展的积极因素

3.2.4 中国体育用品行业凸显国际化趋势

3.3 中国体育用品产业集群分析

3.3.1 我国体育用品产业集群发展简况

3.3.2 我国体育用品产业集群发展的特征

3.3.3 中国体育用品产业集群发展的积极作用

3.3.4 中国体育用品产业集群发展存在的阻力

3.3.5 我国体育用品产业集群发展对策解析

3.4 中国体育用品区域市场发展状况

3.4.1 福建石狮体育用品逆势上扬

3.4.2 浙江省体育用品行业快速发展

3.4.3 广东体育用品市场发展势头良好

3.4.4 深圳体育用品市场前景光明

3.5 中国体育用品出口市场分析

3.5.1 我国有关体育用品的出口税收政策

3.5.2 2009年中国体育用品出口状况

3.5.3 2010年我国体育用品出口简况

3.5.4 2011年中国体育用品出口简况

3.6 老年体育用品市场发展探析

3.6.1 “银发经济”市场必然崛起

3.6.2 我国老年体育用品市场现状

3.6.3 开启老年体育用品市场的对策

3.6.4 老年人体育用品市场有商机

3.7 中国体育用品行业存在的问题

- 3.7.1 我国体育用品产业面临的困境
- 3.7.2 我国体育用品业发展中存在的若干问题
- 3.7.3 我国体育用品产业与发达国家之间存在的差距
- 3.7.4 中国体育用品自主创新能力的缺失
- 3.7.5 我国亟待加快体育用品行业标准化进程
- 3.8 中国体育用品产业发展的对策
 - 3.8.1 中国体育用品产业的路径选择
 - 3.8.2 我国体育用品产业发展壮大的途径
 - 3.8.3 发展我国体育用品业的主要战略
 - 3.8.4 促进中国体育用品市场发展的措施建议
 - 3.8.5 我国加快体育用品业标准化进程的建议
- 第四章 中国体育用品制造行业主要监测数据分析
 - 4.1 中国体育用品制造行业经济规模
 - 4.1.1 2010-2012年体育用品制造业销售规模
 - 4.1.2 2010-2012年体育用品制造业利润规模
 - 4.1.3 2010-2012年体育用品制造业资产规模
 - 4.2 中国体育用品制造行业盈利能力指标分析
 - 4.2.1 2010-2012年体育用品制造业亏损面
 - 4.2.2 2010-2012年体育用品制造业销售毛利率
 - 4.2.3 2010-2012年体育用品制造业成本费用利润率
 - 4.2.4 2010-2012年体育用品制造业销售利润率
 - 4.3 中国体育用品制造行业营运能力指标分析
 - 4.3.1 2010-2012年体育用品制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2010-2012年体育用品制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2010-2012年体育用品制造业总资产周转率
 - 4.4 中国体育用品制造行业偿债能力指标分析
 - 4.4.1 2010-2012年体育用品制造业资产负债率
 - 4.4.2 2009-2011年体育用品制造业利息保障倍数
- 第五章 健身器材市场分析
 - 5.1 全球健身器材行业发展状况分析
 - 5.1.1 全球健身器材产业特性分析
 - 5.1.2 全球健身器材产业发展概况
 - 5.1.3 美国健身器材市场发展态势良好
 - 5.1.4 国际健身器材巨头全力抢占中国市场
 - 5.2 中国健身器材行业发展环境分析

5.2.1 政策环境

5.2.2 居民健康意识

5.2.3 人口因素

5.3 中国健身器材行业发展概况

5.3.1 中国健身器材行业发展的三个阶段

5.3.2 中国健身器材行业发展综述

5.3.3 中国健身器材市场逐渐兴起

5.3.4 中国健身器材竞争现状浅析

5.3.5 我国健身器材生产企业状况

5.3.6 中国健身器材业的SWOT分析

5.4 中国健身器材区域发展状况

5.4.1 中国台湾健身器材产业分析

5.4.2 厦门健身器材业发展态势良好

5.4.3 石狮健身器材市场发展缓慢的原因浅析

5.5 健身器材行业存在的问题

5.5.1 中国健身器材行业存在的主要问题

5.5.2 中国健身器材产业发展难点解析

5.5.3 中国健身器材行业与国外差距大

5.5.4 中国健身器材市场仍未高速发展

5.5.5 健身器材行业存在的两点隐忧

5.6 健身器材行业的发展策略

5.6.1 健身器材行业的三大战略

5.6.2 中国健身器材行业的发展建议

5.6.3 健身器材行业发展的四点对策

5.6.4 中国健身器材行业的品牌策略

5.6.5 重视知识产权保护有利于健身器材行业发展

第六章 其他体育用品市场分析

6.1 球类产品发展现状分析

6.1.1 球类制造概述

6.1.2 全球最大球类代工厂落户江西

6.1.3 中国参与制造世界杯球类产品

6.1.4 球类运动器材的技术状况分析

6.2 户外用品

6.2.1 中国户外用品市场增长迅猛

6.2.2 中国户外用品市场品牌发展状况

6.2.3 户外用品企业发展焦点问题解析

6.3 个人运动防护用品及体育辅助用品

6.3.1 个人运动防护用品概述

6.3.2 运动防护用品技术规范国家标准实施

6.3.3 体育辅助用品概述

第七章 运动服装市场分析

7.1 国外运动服装产业发展状况

7.1.1 世界运动服装市场发展概况

7.1.2 欧美运动服装市场发展形势透析

7.1.3 美国运动服饰消费市场状况解析

7.1.4 意大利品牌运动服装面临挑战

7.1.5 孟加拉国跃升为世界运动服装采购中心

7.2 中国运动服装产业发展概况

7.2.1 我国运动服装六十年发展进程

7.2.2 我国运动服装产业发展特点解析

7.2.3 我国运动服装产业立足标准化发展

7.2.4 户外运动服装正成为时尚生活方式

7.3 中国运动服装市场分析

7.3.1 运动服装市场国产品牌渐唱主角

7.3.2 国内运动服装市场与国际品牌差距缩小

7.3.3 国内运动服装市场现“农村包围城市”局面

7.3.4 国产运动服装品牌进入整合时代

7.4 中国运动服装市场面临的挑战

7.4.1 中国运动服装品牌面临转型挑战

7.4.2 运动服装市场突飞猛进背后存隐忧

第八章 体育用品的品牌与竞争市场分析

8.1 体育用品品牌发展分析

8.1.1 中国体育用品品牌的发展概况

8.1.2 中国体育用品业日益重视品牌塑造

8.1.3 中国本土体育用品业谋品牌升级

8.1.4 我国体育用品品牌发展对策分析

8.2 体育用品竞争现状分析

8.2.1 中国体育用品产业竞争状况分析

8.2.2 国内体育用品零售市场竞争格局分析

8.2.3 体育用品行业竞争加剧

- 8.2.4 科技创新正成为体育用品业竞争新手段
- 8.2.5 体育用品企业争夺童装市场“蛋糕”
- 8.3 中国体育用品业品牌竞争力发展战略分析
 - 8.3.1 品牌竞争力的内涵
 - 8.3.2 提高体育用品品牌竞争力的主要意义
 - 8.3.3 中国体育用品行业品牌竞争力现状分析
 - 8.3.4 提高我国体育用品业品牌竞争力的发展建议
- 8.4 中国体育用品应对竞争的策略分析
 - 8.4.1 本土体育用品品牌经营策略分析
 - 8.4.2 体育用品业的未来竞争战略分析
 - 8.4.3 中国体育用品国际竞争力影响因素及发展对策分析
 - 8.4.4 中国体育用品企业应对国际品牌的竞争策略分析
 - 8.4.5 体育用品市场亟需产品需创新
 - 8.4.6 电子商务有利于提高体育用品国际竞争力
- 第九章 体育用品营销市场分析
 - 9.1 体育用品零售格局
 - 9.1.1 单一品牌连锁店
 - 9.1.2 专业连锁店
 - 9.1.3 店中店
 - 9.1.4 百货/超级市场/厂前店/灰色市场
 - 9.2 体育用品消费现状
 - 9.2.1 大众体育消费意识和能力提高
 - 9.2.2 中国已成为世界体育用品重要消费市场
 - 9.2.3 女性渐成体育用品消费主力军
 - 9.3 体育用品营销发展概况
 - 9.3.1 体育用品网络直销优劣势分析
 - 9.3.2 我国体育用品体育营销发展分析
 - 9.3.3 体育用品营销娱乐化新动向分析
 - 9.3.4 体育用品农村消费市场营销分析
 - 9.4 健身器材市场营销分析
 - 9.4.1 中国健身器材行业四种营销模式解析
 - 9.4.2 我国健身器材营销渠道的模式
 - 9.4.3 国内健身器材营销渠道发展面临的难题
 - 9.4.4 我国健身器材市场营销策略剖析
 - 9.5 其他体育用品市场营销状况

- 9.5.1 中国户外用品销售渠道现状分析
- 9.5.2 户外用品网络营销状况分析
- 9.5.3 中国户外运动服装的营销渠道分析
- 9.6 地区体育用品营销动态
 - 9.6.1 晋江体育用品企业营销的主要方式
 - 9.6.2 晋江体育用品行业营销动态
 - 9.6.3 江都市体育用品企业营销出新招
 - 9.6.4 泉州体育用品品牌打响营销战
- 9.7 体育用品营销误区及策略分析
 - 9.7.1 我国体育用品企业营销存在的不足
 - 9.7.2 体育用品企业在体验营销认知上存在的问题
 - 9.7.3 中国体育用品营销突围之路
 - 9.7.4 体育用品营销需要创新
 - 9.7.5 体育用品定位营销策略探析
 - 9.7.6 体育用品企业网络广告投放策略探析
- 第十章 国外体育用品企业调研分析
 - 10.1 耐克
 - 10.1.1 公司简介
 - 10.1.2 2009财年耐克经营状况
 - 10.1.3 2010财年耐克经营状况
 - 10.1.4 2011财年耐克经营状况
 - 10.1.5 耐克公司的经营模式透析
 - 10.2 阿迪达斯
 - 10.2.1 公司简介
 - 10.2.2 2009年阿迪达斯经营状况
 - 10.2.3 2010年阿迪达斯经营状况
 - 10.2.4 2011年阿迪达斯经营状况
 - 10.2.5 阿迪达斯称霸运动鞋市场
 - 10.3 美津浓
 - 10.3.1 公司简介
 - 10.3.2 2009财年美津浓经营状况
 - 10.3.3 2010财年美津浓经营状况
 - 10.3.4 2011财年美津浓经营状况
 - 10.4 彪马
 - 10.4.1 公司简介

10.4.2 2009年彪马经营状况

10.4.3 2010年彪马经营状况

10.4.4 2011年彪马经营状况

第十一章 国内体育用品企业调研分析

11.1 李宁有限公司

11.1.1 公司简介

11.1.2 2010年李宁经营状况分析

11.1.3 2011年李宁经营状况分析

11.1.4 2012年李宁经营状况分析

11.1.5 李宁开始大举发力海外市场

11.2 安踏体育用品有限公司

11.2.1 公司简介

11.2.2 2010年安踏经营状况分析

11.2.3 2011年安踏体育经营状况分析

11.2.4 2012年安踏体育经营状况分析

11.2.5 近年安踏经营策略解析

11.3 鸿星尔克体育用品有限公司

11.3.1 公司简介

11.3.2 2010年鸿星尔克经营状况

11.3.3 2011年鸿星尔克经营状况

11.3.4 2012年鸿星尔克经营状况

11.3.5 后奥运时期鸿星尔克网络营销拉开序幕

11.4 特步国际控股有限公司

11.4.1 公司简介

11.4.2 2010年特步国际经营状况分析

11.4.3 2011年特步国际经营状况分析

11.4.4 2012年特步国际经营状况分析

11.4.5 特步国际发力欧洲足球领域

11.5 深圳信隆实业股份有限公司

11.5.1 公司简介

11.5.2 2010年信隆实业经营状况分析

11.5.3 2011年信隆实业经营状况分析

11.5.4 2012年信隆实业经营状况分析

11.5.5 信隆实业运动器材领域发展前景可观

第十二章 体育用品行业前景及趋势

12.1 体育产业前景趋势展望

12.1.1 未来我国体育产业发展的机遇

12.1.2 中国体育产业发展空间巨大

12.1.3 未来我国体育产业发展的目标及任务

12.1.4 未来中国体育产业政策的选择分析

12.2 体育用品发展前景分析

12.2.1 全球体育用品行业的发展趋势分析

12.2.2 我国体育用品行业孕育大好商机

12.2.3 未来我国体育用品市场的主要驱动力

12.2.4 中国体育用品行业将步入崭新发展阶段

12.2.5 2012-2016年中国体育用品制造行业预测分析

12.2.6 体育用品业未来发展方向

12.3 体育健身器材行业的趋势

12.3.1 中国健身器材市场前景预测

12.3.2 健身器材的发展走向

12.3.3 健身器材的未来发展趋势

12.3.4 网络健身将给健身器材行业带来新商机

12.4 运动服装行业的发展前景分析

12.4.1 运动服装业未来发展态势分析

12.4.2 运动服装市场发展趋势分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitanengyuan/138914138914.html>