

2007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

一、报告简介

观研报告网发布的《2007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/xiantiyongpin/2971929719.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

内容简介进入新世纪，全球体育用品业的形势和格局发生了深刻的变化，各大品牌围绕科技创新、规模扩张、知识产权、贸易保护和品牌战略为核心的市场竞争日趋激烈；高新技术和新型材料的广泛应用，有效地促进了运动成绩提高的同时又形成了新的技术垄断；旨在分割世界资源的品牌并购改变了全球市场的格局，特别是2006年8月，阿迪达斯以38亿美元的代价并购锐步，结束了耐克、阿迪、锐步三足鼎立，进而形成了耐克、阿迪两强对抗。欧洲、美国、日本三大体育用品市场仍在低谷徘徊。中国体育用品市场在新世纪，将会扮演着什么样的角色呢？改革开放20多年来，中国体育用品业的发展取得了长足的进展并保持着强劲的发展态势。基本上完成资本原始积累的诸多企业，开始走出“仿造”、“单纯加工”和盲目造势宣传的误区，向着科技开发、自主知识产权、规模扩张为主要目标的品牌战略大踏步的迈进。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？近年来，中国体育用品行业从小到大、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。但在体育用品行业存在的结构体系不合理、企业营销规模分散、标准化程度低和品牌效应差等问题，该如何去解决，才能保证2007年体育用品行业能够继续加快出口步伐、实现出口规模的更大拓展。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？本研究咨询报告依据国家统计局、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1-5月体育用品制造主要经济指标情况
4二、2007年1-5月国有企业主要经济指标情况
9三、2007年1-5月集体企业主要经济指标情况

- 14四、2007年1-5月股份合作企业主要经济指标情况
- 18五、2007年1-5月股份制企业主要经济指标情况
- 22六、2007年1-5月私营企业主要经济指标情况
- 27七、2007年1-5月投资企业主要经济指标情况
- 31八、2007年5月体育用品制造收入前10家企业
- 37九、中国体育用品业的发展现状和前景分析 37十、中国体育用品业的发展的方向分析
- 48第三节 中国体育用品市场分析 52一、中国体育用品市场浅析
- 52二、中国体育用品市场的五大“软肋” 55三、2008中国体育用品市场规模预测
- 56四、未来10年中国将成为最重要的体育用品市场 59第二章 细分行业分析 60第一节 体育服装 60一、2007年1月中国大型商场运动服市场销售情况
- 60二、中国体育服装品牌成功道路发展分析 63三、中国专业体育服装市场格局的演变分析
- 71四、中国体育产业、奥运经济与服装产业商机分析
- 73五、中国服装品牌借体育营销 77六、中国运动服面临“时装”发展大趋势分析
- 82七、中国运动服行业成功与运动精神关联分析
- 83八、中国运动服饰品牌与信息牌的关联分析 84九、中国运动服的市场定位与战略分析
- 85十、中国运动服市场消费者分析 90第二节 健身器材 91一、中国健身器材市场发展分析
- 91二、中国健身器材市场需求分析 92三、中国健身器材产业发展道路分析
- 93四、中国机械健身器的发展道路分析 94五、中国健身器材品牌的发展分析
- 96六、中国健身器材的发展趋势分析 97第三节 自行车
- 99一、2007年1-4月两轮自行车(自行车)产量
- 99二、2007年1-5月自行车制造业产值完成情况
- 99三、中国自行车行业发展现状及存在问题 100四、中国自行车市场新变化分析 102第三节 运动鞋 105一、2007年1月品牌运动鞋中国市场份额分析
- 105二、中国晋江运动鞋年产量占世界20% 106三、中国运动鞋市场的金子塔
- 107四、中国运动鞋的发展趋势分析 108五、国内外运动鞋企业科技实力分析 114第四节 其他体育用品 117一、2007年1-5月球类产品进出口情况
- 117二、中国球类体育用品商机分析 120三、中国户外运动用品市场的现状和发展走向分析
- 122四、中国当前高尔夫球发展的七大障碍 125五、中国高尔夫产业结构和发展状况分析
- 129六、品牌建设在高尔夫球会发展中的重要性研究 132七、中国滑雪服装商机分析
- 134八、中国潜水行业的现状分析 136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 147第一节 地方性体育事业发展氛围分析
- 147一、上海学校体育新措施 147二、北京中小学体育老师需求市场分析
- 149三、河北出台发展学校体育教育新措 150第二节 体育文化校本课程的初步探索
- 151一、体育文化及其教育价值 152二、开设体育文化课的可行性及意义
- 152三、体育文化校本课程的基本内容 153四、学校体育文化校本课程的实践

153五、教育效果 154第三节 学校体育科研工作研究 155一、重视学校体育科研工作
155二、学校体育科研要立足于学校体育实际需要
156三、学校体育科研要具有全面的科学性 156四、学校体育科研要不断拓展学科视野
156第四节 体育对人才培养的重要性分析 157第五节 中国政府对体育发展定位的研究
159一、要把增强学生体质作为学校教育的基本目标 161二、要认真开好体育课
161三、深入持久地开展全国亿万学生阳光体育运动
162四、要确保开展体育、增强学生体质的必要条件 162五、要积极主动争取各方支持
163第六节 “亿万学生阳光体育运动”分析 163第七节 中央关于加强青少年体育的意见
164一、高度重视青少年体育工作 165二、认真落实加强青少年体育各项措施
166三、加强领导齐抓共管 168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 171第一节 2007年国内宏观经济简况
171一、2007年上半年宏观经济运行指标分析 171二、2007年宏观经济形势分析与预测
179第二节 2007年钢铁行业发展分析 190一、2007年1-4月钢铁行业运行情况
190二、2007年中国钢铁行业供需形势分析205三、2007年钢铁行业发展趋势及应重视问题
206四、2007年6月下旬中国钢材市场情况 208五、2007年下半年钢材市场走势研判
210第三节 2007年皮革行业发展分析 215一、2007年5月皮革、毛皮、羽绒及其制品产量
215二、2007年5月皮革及毛皮制品进出口情况216三、2007年1-3月中国皮革制品进口分析
218四、中国皮革毛皮退税政策分析 222五、中国皮革业创新发展分析 223第四节
2007年塑料行业发展分析 224一、2007年5月塑料制成品进出口情况
224二、2007年5月塑料制品业产品产量情况 226三、2007年5月塑料制品业产值完成情况
227四、中国塑料机械行业的基本状况分析 227五、中国塑料制品业的发展方向研究
239六、中国塑料制品行业面临的问题及对策244第五节2007年中国服装面料行业发展分析
249一、2007年1-5月份中国纺织服装行业经济运行分析
249二、2007年1-6月中国纺织品服装进出口额情况
256三、2007年上半年中国纺织品服装进出口贸易总值
257四、2007年上半年中国纺织品服装出口分析
258五、2007年上半年中国服装面料市场分析
259六、中国纺织企业的对策之服装出口退税下调
260七、中国服装面料行业发展关键因素分析 261八、中国纺织品服装业的发展分析
264第六节 2007年橡胶行业发展分析 265一、2007年4月中国橡胶进出口情况
265二、2007年5月中国各省市橡胶靴鞋制造业产值
266三、2007年5月中国橡胶制品业产值 271四、2007年5月中国合成橡胶产量统计情况
275五、2007年5月份中国橡胶价格分析 276六、2007年6月中国合成橡胶产量分析
276七、2007年中国橡胶工业发展趋势 276第七节 2007年服务行业发展分析
278一、中国服务业发展现状 278二、服务业发展的重要性 281三、生产性服务业研究述评

284四、现代服务业研究成果评述	289五、发达的现代服务业是打造经济中心城市的前提
295六、服务业滞后对中国制造业发展的影响	
300七、中国服务业能加速吸纳外资的五大主导因素	301八、服务业全球化发展五大趋势
302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
307第一节 中国体育用品进出口情况	307一、2007年上半年中国体育用品进口情况
307二、2007年上半年中国体育用品出口情况	311三、中国体育用品出口分析
316四、中国体育用品出口快速增长存在的问题分析	317第二节
国外主要出口体育用品市场分析	319一、美国体育用品市场分析
319二、东欧体育用品市场分析	324三、德国体育用品市场规模分析
325四、俄罗斯体育用品市场分析	325五、意大利体育用品市场分析
328六、日本体育用品市场分析	329七、韩国体育用品市场分析
329八、澳大利亚体育用品市场分析	330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	335第一节 中国居民体育消费行为的经济学分析
335一、体育商品价格变动	335二、收入水平对居民体育消费行为的影响
337三、政府体育支出对居民体育消费行为的影响	338第二节 体育赞助营销策略分析
340一、体育赞助营销的诠释	340二、体育赞助营销类型分析
341三、体育赞助营销模式的结构及内部要素分析	342四、体育赞助营销的实施策略
344第三节 中国运动体育品牌建立要素分析	346一、冲破“瓶颈”需要系统的品牌规划
347二、细分市场，找准定位	347三、建立品牌与消费者联系的纽带
348第四节 中国体育用品销售市场浅析	350第五节 中国运动服市场竞争格局分析
351第六节 中国体育用品市场销售渠道竞争分析	355一、走进新通路
355二、百丽发力	356三、三大巨头现身
357第七章 主要企业分析	360第一节 耐克公司
360一、耐克公司简介	360二、耐克公司文化
361三、2007年耐克会计年度财务业绩	365四、耐克公司变革策略分析
367五、耐克公司的经营策略	368六、耐克公司未来5年内的销售预测
371第二节 阿迪达斯集团	371一、阿迪达斯集团简介
371二、阿迪达斯的08奥运系列计划	373三、阿迪达斯占据优势市场的策略分析
374第三节 美津浓（中国）体育用品有限公司	379一、美津浓（中国）体育用品有限公司简介
379二、美津浓的08奥运系列计划	380三、公司最新动态
381第四节 李宁有限公司	382一、李宁有限公司简介
382二、李宁公司2006年全年业绩分析	385三、李宁公司的08奥运系列计划
387四、李宁公司发展目标展望	388五、公司最新动态
389第五节 青岛双星股份有限公司	390一、青岛双星股份有限公司简介
390二、2007年二季度年双星经营业绩	391三、公司最新动态
393第六节 安踏公司	394一、安踏公司简介
394二、安踏品牌经营战略的剖析	394三、安踏营销策略分析
398四、公司最新动态	401第七节 鸿星尔克集团
402一、鸿星尔克集团简介	402二、鸿星尔克的08奥运系列计划
402三、鸿星尔克的08奥运系列计划	

403三、公司最新动态	408第八节	福建匹克集团有限公司
409一、福建匹克集团有限公司简介	409二、匹克发展策略	411三、公司最新动态
412第九节	上海红双喜集团有限公司	413一、上海红双喜集团有限公司简介
413二、公司最新动态	414第十节	福建省万年青运动器材制造有限公司
415一、福建省万年青运动器材制造有限公司简介	415二、品牌发展情况	416第六部分
发展趋势及策略分析第八章	体育用品行业发展趋势分析与策略建议	419第一节
中国体育用品业发展趋势分析		419一、中国体育产业尚处胚胎期
419二、中国体育用品业发展趋势	421第二节	中国体育用品行业发展策略分析
424一、中国体育用品企业少上A市的原因分析		424二、中国体育用品企业发展策略
428三、中国体育用品市场发展对策分析	429四、中国体育产业发展的问题及对策研究	
433附录	第五次全国体育场地普查数据公报	436一、全国体育场地总体状况
436二、全国标准体育场地现状		436三、全国非标准体育场地现状
437四、各系统体育场地现状		437五、全国体育场地分布状况
437六、全国被占体育场地状况		
438图表目录	图表：2007年1-5月体育用品制造主要经济指标全国合计	
4	图表：2007年1-5月大型体育用品制造主要经济指标全国合计	
5	图表：2007年1-5月中型体育用品制造主要经济指标全国合计	
6	图表：2007年1-5月小型体育用品制造主要经济指标全国合计	
8	图表：2007年1-5月国有企业体育用品制造主要经济指标全国合计	
9	图表：2007年1-2月国有企业中型体育用品制造主要经济指标全国合计	
11	图表：2007年1-5月国有企业小型体育用品制造主要经济指标全国合计	
12	图表：2007年1-5月集体企业体育用品制造主要经济指标全国合计	
14	图表：2007年1-5月集体企业中型体育用品制造主要经济指标全国合计	
15	图表：2007年1-5月集体企业小型体育用品制造主要经济指标全国合计	
16	图表：2007年1-5月股份合作企业体育用品制造主要经济指标全国合计	
18	图表：2007年1-5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	
19	图表：2007年1-5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	
21	图表：2007年1-5月股份制企业体育用品制造主要经济指标全国合计	
22	图表：2007年1-5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	
24	图表：2007年1-5月股份制企业小型体育用品制造主要经济指标全国合计	
25	图表：2007年1-5月私营企业体育用品制造主要经济指标全国合计	
27	图表：2007年1-5月私营企业中大型体育用品制造主要经济指标全国合计	
28	图表：2007年1-5月私营企业小型体育用品制造主要经济指标全国合计	
29	图表：2007年1-5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	
31	图表：2007年1-5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	

32图表：2007年1-5月外商和港澳台投资企业中型体育用品制造主要经济指标全国合计

34图表：2007年1-5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

35图表：2007年5月体育用品制造收入前10家企业统计

37图表：2004-2008年中国体育用品市场规模

52图表：2007年1月华北地区前十位品牌市场综合占有率

60图表：2007年1月东北地区前十位品牌市场综合占有率

61图表：2007年1月华东地区前十位品牌市场综合占有率

61图表：2007年1月中南地区前十位品牌市场综合占有率

62图表：2007年1月西北地区前十位品牌市场综合占有率

62图表：2007年1月西南地区前十位品牌市场综合占有率

63图表：2007年1-4月两轮自行车(自行车)产量

99图表：2007年1-3月自行车制造业产值完成情况

99图表：2007年4月自行车制造业产值完成情况

99图表：2007年5月自行车制造业产值完成情况

99图表：2007年1月球类产品进口统计

117图表：2007年2月球类产品进口统计

117图表：2007年3月球类产品进口统计

118图表：2007年4月球类产品进口统计

118图表：2007年5月球类产品进口统计

118图表：2007年1月球类产品出口统计

119图表：2007年2月球类产品出口统计

119图表：2007年3月球类产品出口统计

119图表：2007年4月球类产品出口统计

120图表：2007年5月球类产品出口统计

120图表：1999年8月-2007年5月工业增加值月度同比增长率

172图表：1999年8月-2007年5月社会消费品零售总额月度同比增长率

173图表：1999年1-8月-2007年1-5月固定资产投资完成额月度累计同比增长率

174图表：1999年8月-2007年5月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率

175图表：1999年8月-2007年5月居民消费价格指数（上年同月=100）

177图表：1999年8月-2007年5月工业品出厂价格指数（上年同月=100）

178图表：1999年8月-2007年5月货币供应量月度同比增长率

179图表：2007年1-4月份世界主要地区/国家粗钢产量

190图表：2007年1-4月份中国与世界粗钢产量比较

193图表：2006-2007年4月中国和世界粗钢增长趋势比较图

194图表：2007年1-4月份中国主要钢铁产品产量

194图表：2006-2007年4月中国主要钢铁产品累计产量及增长情况

195图表：2007年1-4月份世界主要地区/国家制造业采购经理指数

196图表：2004-2007年4月世界主要地区/国家制造业采购经理指数走势

196图表：2007年1-4月份中国钢铁下游行业主要产品产量

197图表：2007年1-4月份中国钢铁下游行业主要产品产量同比增长图

198图表：2007年初以来全球钢材综合价格指数、不锈钢价格指数和铸造原料价格指数走势

199图表：2007年4月末全球不同区域钢材价格指数比较

199图表：2007年初以来全球不同区域钢材价格指数走势

200图表：2007年4月末全球不同钢材品种价格指数比较

200图表：2007年1月以来全球不同钢材品种价格指数走势

200图表：2007年4月末国内钢材综合及长材、板材价格指数比较

201图表：2005-2007年4月末中国市场钢材综合、长材、板材价格指数走势

201图表：2007年4月末国内钢材市场主要品种钢材价格指数比较

202图表：2005-2007年初中国钢材市场主要品种钢材价格指数走势

203图表：2007年4月末国际、国内钢材价格指数比较

203图表：2004-2007年4月末国际、国内钢材价格指数走势图

203图表：2007年1-4月份我国主要品种钢材出口数量

204图表：2007年1-4月份我国主要品种钢材进口数量

205图表：2005年1月-2007年5月兰格钢指数走势图（周）

211图表：2002年-2007年6月粗钢产量、粗钢资源增长率走势图

213图表：2006-2007年7月板材、长材资源增速走势图

214图表：2007年5月皮革、毛皮、羽绒、及其制品产量

215图表：2007年5月皮革、毛皮、羽毛（绒）及其制品业产值完成情况

216图表：2007年5月皮革、毛皮制品出口统计

216图表：2007年5月皮革、毛皮制品进口统计 217图表：2007年5月塑料制成品出口统计

224图表：2007年5月塑料制成品进口统计 225图表：2007年5月塑料制品业产品产量统计

226图表：2007年5月塑料制品业产值完成情况统计

227图表：2007年1-6月纺织品服装进出口额统计（贸易方式）

256图表：2007年1-6月纺织品服装进出口额统计（主要类型企业）

256图表：2007年1-6月纺织品服装进出口额统计（原料加工方式）

257图表：2007年中国纺织品服装分月度进出口贸易总值表

257图表：2007年4月以及1-4月橡胶进口详细数据

266图表：2007年4月以及1-4月橡胶出口详细数据

266图表：2007年5月中国各省市橡胶靴鞋制造业产值（现价工业总产值）

266图表：2007年5月中国各省市橡胶靴鞋制造业产值（其中新产品产值）

267图表：2007年5月中国各省市橡胶靴鞋制造业产值（现价销售产值）

268图表：2007年5月中国各省市橡胶靴鞋制造业产值（出口交货值）

269图表：2007年5月中国各省市橡胶靴鞋制造业产值（产销率）

270图表：2007年5月橡胶制品业产值（现价工业总产值）

271图表：2007年5月橡胶制品业产值（其中新产品产值）

- 272图表：2007年5月橡胶制品业产值（现价销售产值）
272图表：2007年5月橡胶制品业产值（其中出口交货值）
273图表：2007年5月橡胶制品业产值（产品销售率） 274图表：2007年5月合成橡胶产量
275图表：2007年1月体育用品进口数据统计 307图表：2007年2月体育用品进口数据统计
308图表：2007年3月体育用品进口数据统计 308图表：2007年4月体育用品进口数据统计
309图表：2007年5月体育用品进口数据统计 310图表：2007年6月体育用品进口数据统计
311图表：2007年1月体育用品出口数据统计 311图表：2007年2月体育用品出口数据统计
312图表：2007年3月体育用品出口数据统计 313图表：2007年4月体育用品出口数据统计
314图表：2007年5月体育用品出口数据统计 314图表：2007年6月体育用品出口数据统计
315图表：体育赞助营销模式图
343图表：2006年阿迪达斯、耐克和李宁运动服知名度分析图
351图表：2006年阿迪达斯、耐克和李宁运动服市场占有率情况分析图
353图表：2006年阿迪达斯、耐克和李宁运动服未来购买意向分析图
354图表：阿迪达斯复兴时期的主要业绩指标
375图表：斐乐、阿迪达斯与耐克的业绩走势图 376图表：阿迪达斯主要产品增长趋势
377图表：阿迪达斯的收入地域构成
378图表：2007年二季度双星公司的利润构成与盈利能力
391图表：2007年二季度双星公司的经营与发展能力
391图表：2007年二季度双星公司的资产与负债
392图表：2007年二季度双星公司的现金流量 392图表：2007年二季度双星公司的Z值预警
393图表：2007年中期双星公司的主营构成 393

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2971929719.html>