

# 2012-2016年中国体育用品 行业现状分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2012-2016年中国体育用品行业现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/tiyu1206/T028532U0H.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-06-22

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国体育用品行业现状分析及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国体育产业的概念，接着分析了中国体育产业发展环境，然后对中国体育用品产业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国体育用品产业面临的机遇及发展前景。您若想对中国体育行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国体育用品行业现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

2011年末，我国体育用品制造工业企业达850家，行业总资产达574.45亿元，同比增长14.93%。我国规模以上体育用品制造工业企业实现主营业务收入达945.4亿元，同比增长16.02%；实现利润总额达43.2亿元，同比增长27.24%。

在中国体育产业快速发展的拉动下，中国体育用品行业未来仍有较大的发展空间。此外城市居民对体育用品的消费已经从低档为主向中高档方向发展，农村居民尤其是已经进入小康生活标准的农村地区，对中低档体育用品的消费也将逐步形成新的需求。

## 报告目录

### 第一章 体育产业相关概述

#### 第一节 体育产业概念

##### 一、体育产业的定义

##### 二、体育产业的特点

##### 三、体育产业的分类

##### 四、体育产业在国民经济中的地位分析

#### 第二节 体育器材的分类

##### 一、比赛器材

##### 二、教学训练器材

##### 三、一般性器材

#### 第三节 健身器材概述

- 一、健身器材分类
- 二、健身器材的功能
- 三、室内健身器材介绍
- 四、健身器材的选择方法

## 第二章 中国体育产业的发展环境分析

### 第一节 2011年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 体育产业的政策体系

- 一、体育产业一般经济政策分析
- 二、体育主体产业政策
- 三、体育相关产业政策
- 四、体育内部产业政策

### 第三节 体育产业发展的政策动态

- 一、体育产业迎来首个国家政策性文件
- 二、《关于加快发展体育产业的指导意见》解析
- 三、体育产业税费优惠政策将完善

## 第三章 体育产业发展概况

### 第一节 国际体育产业综述

- 一、国际体育产业发展历史
- 二、全球体育产业发展现状
- 三、西方体育产业组织概况
- 四、美国体育产业对公众体育的支持
- 五、英国体育休闲产业异常发达

### 第二节 中国体育产业发展分析

- 一、中国体育产业发展阶段
- 二、中国体育产业调查数据分析
- 三、中国体育产业进入“金矿”开掘期
- 四、体育产业面临市场化改革热潮

五、中国体育产业商机无限受外资青睐

六、中国体育产业品牌运作分析

### 第三节 中国体育产业消费需求分析

一、体育消费者的需要与动机分析

二、中国体育消费现状分析

三、中国居民体育消费需求分析

四、&ldquo;观赏型&rdquo;体育消费市场供需分析

五、大学生体育消费现状及对策分析

六、中国女性成为体育消费的生力军

### 第四节 部分地区体育产业的发展

一、政策助推河北省体育产业快速发展

二、河南省体育产业发展规划

三、辽宁体育产业发展目标

四、江苏省体育产业发展展望

五、体育产业成为推动北京经济发展的重要力量

六、天津全民经济体育产业发展态势良好

七、&ldquo;后亚运&rdquo;广州将全力发展体育产业

八、重庆在税收政策上为体育产业大开方便之门

### 第五节 高校体育产业的发展

一、我国高校发展体育产业的可行性分析

二、制约高校体育产业发展的因素

三、我国高校体育产业发展的缺陷

四、发展高校体育产业的对策和建议

五、高校体育产业前景可观

### 第六节 中国体育产业存在的问题

一、五大问题制约体育产业发展

二、体育产业发展三大问题亟待突破

三、中国体育市场发展存在的不足

四、社区体育产业发展存在的困扰

### 第七节 中国体育产业发展的对策与规划

一、推进我国体育产业化进程的措施

二、社区体育产业建设对策

- 三、体育产业信息化发展对策
- 四、体育消费的建议与对策
- 五、现代体育产业培育的思路和途径

## 第四章 体育用品产业概况

### 第一节 国际体育用品市场概况

- 一、世界体育用品市场发展状况
- 二、中东体育用品市场全面解析
- 三、美国体育用品市场的发展
- 四、俄罗斯体育用品市场发展态势良好
- 五、加拿大体育用品产业发展详解
- 六、德国体育用品市场综述

### 第二节 中国体育用品行业分析

- 一、我国体育用品行业发展综述
- 二、中国体育用品行业发展的积极因素
- 三、中国体育用品行业凸显国际化趋势

### 第三节 中国体育用品产业集群分析

- 一、我国体育用品产业集群发展简况
- 二、我国体育用品产业集群发展的特征
- 三、中国体育用品产业集群发展的积极作用
- 四、中国体育用品产业集群发展存在的阻力
- 五、我国体育用品产业集群发展对策解析

### 第四节 2011-2012年中国体育用品市场发展状况

- 一、2011年中国体育用品市场发展状况分析
- 二、2011年体育用品市场户外品牌份额大幅提升
- 三、2012年中外运动品牌争抢本土体育用品市场
- 四、2012年体育用品零售渠道两强争霸格局显现
- 五、2012年体育用品企业逐步完善商业模式打造品牌竞争力

### 第五节 中国体育用品区域市场发展状况

- 一、石狮体育用品逆势上扬
- 二、浙江省体育用品行业快速发展
- 三、广东体育用品市场发展受益“亚运东风”

#### 四、深圳体育用品市场前景光明

#### 第六节 中国体育用品出口市场分析

##### 一、2010年中国体育用品出口市场回暖

##### 二、2011年中国体育用品出口市场分析

#### 第七节 老年体育用品市场发展探析

##### 一、“银发经济”市场必然崛起

##### 二、我国老年体育用品市场现状

##### 三、开启老年体育用品市场的对策

##### 四、老年人体育用品市场有商机

#### 第八节 中国体育用品行业存在的问题

##### 一、我国体育用品产业面临的困境

##### 二、我国体育用品业发展中存在的若干问题

##### 三、我国体育用品产业与发达国家之间存在的差距

##### 四、中国体育用品自主创新能力的缺失

##### 五、我国亟待加快体育用品行业标准化进程

#### 第九节 中国体育用品产业发展的对策

##### 一、中国体育用品产业的路径选择

##### 二、我国体育用品产业发展壮大的途径

##### 三、发展我国体育用品业的主要战略

##### 四、促进中国体育用品市场发展的措施建议

##### 五、我国加快体育用品业标准化进程的建议

### 第五章 2011-2012年中国体育用品制造业经济运行数据分析

#### 第一节 2009-2011年中国体育用品制造业总体数据分析

##### 一、2009年中国体育用品制造业全部企业数据分析

##### 二、2010年中国体育用品制造业业数据分析

##### 三、2011年中国体育用品制造业数据分析

#### 第二节 2009-2011年中国体育用品制造业不同规模企业数据分析

##### 一、2009年中国体育用品制造业不同规模企业数据分析

##### 二、2010年中国体育用品制造业不同规模企业数据分析

##### 三、2011年中国体育用品制造业不同规模企业数据分析

#### 第三节 2009-2011年中国体育用品制造业不同所有制企业数据分析

- 一、2009年中国体育用品制造业不同所有制企业数据分析
- 二、2010年中国体育用品制造业不同所有制企业数据分析
- 三、2011年中国体育用品制造业不同所有制企业数据分析

## 第六章 健身器材

### 第一节 全球健身器材行业发展状况分析

- 一、全球健身器材产业特性分析
- 二、全球健身器材产业发展概况
- 三、美国健身器材市场发展态势良好
- 四、国际健身器材巨头全力抢占中国市场

### 第二节 中国健身器材行业发展环境分析

- 一、政策环境
- 二、居民健康意识
- 三、人口因素

### 第三节 中国健身器材行业发展概况

- 一、中国健身器材行业发展的三个阶段
- 二、中国健身器材行业发展综述
- 三、中国健身器材市场逐渐兴起
- 四、中国健身器材竞争现状浅析
- 五、我国健身器材生产企业状况
- 六、中国健身器材业的SWOT分析

### 第四节 中国健身器材区域发展状况

- 一、中国台湾健身器材产业分析
- 二、厦门健身器材业发展态势良好
- 三、石狮健身器材市场发展缓慢的原因浅析

### 第五节 健身器材行业存在的问题

- 一、中国健身器材行业存在的主要问题
- 二、中国健身器材产业发展难点解析
- 三、中国健身器材行业与国外差距大
- 四、中国健身器材市场仍未高速发展
- 五、健身器材行业存在的两点隐忧

### 第六节 健身器材行业的发展策略

- 一、健身器材行业的三大战略
- 二、中国健身器材行业的发展建议
- 三、健身器材行业发展的四点对策
- 四、中国健身器材行业的品牌策略
- 五、重视知识产权保护有利于健身器材行业发展

## 第七章 其他体育用品

### 第一节 球类产品发展现状分析

- 一、球类制造概述
- 二、全球最大球类代工厂落户江西
- 三、中国参与制造世界杯球类产品
- 四、球类运动器材的技术状况分析

### 第二节 户外用品

- 一、中国户外用品市场增长迅猛
- 二、中国户外用品市场品牌发展状况
- 三、户外用品企业发展焦点问题解析

### 第三节 个人运动防护用品及体育辅助用品

- 一、个人运动防护用品概述
- 二、2008年运动防护用品技术规范国家标准实施
- 三、体育辅助用品概述

## 第八章 运动服装

### 第一节 国外运动服装产业发展状况

- 一、世界运动服装市场发展概况
- 二、金融危机下欧美运动服装市场发展形势透析
- 三、美国运动服饰消费市场状况解析
- 四、经济危机下意大利品牌运动服装景气下滑
- 五、孟加拉国跃升为世界运动服装采购中心

### 第二节 中国运动服装产业发展概况

- 一、我国运动服装六十年发展进程
- 二、我国运动服装产业发展特点解析
- 三、我国运动服装产业立足标准化发展

## 四、户外运动服装正成为时尚生活方式

### 第三节 中国运动服装市场分析

#### 一、运动服装市场国产品牌渐唱主角

#### 二、国内运动服装市场与国际品牌差距缩小

#### 三、国内运动服装市场现“农村包围城市”局面

#### 四、国产运动服装品牌进入整合时代

### 第四节 中国运动服装市场面临的挑战

#### 一、中国运动服装品牌面临转型挑战

#### 二、运动服装市场突飞猛进背后存隐忧

## 第九章 体育用品的品牌与竞争

### 第一节 体育用品品牌发展分析

#### 一、中国体育用品品牌的发展概况

#### 二、中国体育用品业日益重视品牌塑造

#### 三、中国本土体育用品业谋品牌升级

#### 四、我国体育用品品牌发展对策分析

### 第二节 体育用品竞争现状分析

#### 一、中国体育用品产业竞争状况分析

#### 二、国内体育用品零售市场竞争格局分析

#### 三、体育用品行业竞争加剧

#### 四、科技创新正成为体育用品业竞争新手段

#### 五、体育用品企业争夺童装市场“蛋糕”

### 第三节 中国体育用品业品牌竞争力发展战略分析

#### 一、品牌竞争力的内涵

#### 二、提高体育用品品牌竞争力的主要意义

#### 三、中国体育用品行业品牌竞争力现状分析

#### 四、提高我国体育用品业品牌竞争力的发展建议

### 第四节 中国体育用品应对竞争的策略分析

#### 一、本土体育用品品牌经营策略分析

#### 二、体育用品业的未来竞争战略分析

#### 三、中国体育用品国际竞争力影响因素及发展对策分析

#### 四、中国体育用品企业应对国际品牌的竞争策略分析

五、体育用品市场亟需产品需创新

六、电子商务对提高体育用品行业国际竞争力具有重要作用

## 第十章 体育用品营销

### 第一节 体育用品零售格局

一、单一品牌连锁店

二、专业连锁店

三、店中店

四、百货超级市场厂前店灰色市场

### 第二节 体育用品消费现状

一、大众体育消费意识和能力提高

二、中国已成为世界体育用品重要消费市场

三、女性渐成体育用品消费主力军

### 第三节 体育用品营销发展概况

一、体育用品网络直销优劣势分析

二、我国体育用品体育营销发展分析

三、体育用品营销娱乐化新动向分析

四、体育用品农村消费市场营销分析

### 第四节 健身器材市场营销分析

一、中国健身器材行业四种营销模式解析

二、我国健身器材营销渠道的模式

三、国内健身器材营销渠道发展面临的难题

四、我国健身器材市场营销策略剖析

### 第五节 其他体育用品市场营销状况

一、中国户外用品销售渠道现状分析

二、户外用品网络营销状况分析

三、中国户外运动服装的营销渠道分析

### 第六节 地区体育用品营销动态

一、晋江体育用品企业营销的主要方式

二、江都市体育用品企业营销出新招

三、泉州体育用品品牌打响营销战

### 第七节 体育用品营销误区及策略分析

- 一、我国体育用品企业营销存在的不足
- 二、体育用品企业在体验营销认知上存在的问题
- 三、中国体育用品营销突围之路
- 四、体育用品营销需要创新
- 五、体育用品定位营销策略探析
- 六、体育用品企业网络广告投放策略探析

## 第十一章 国外体育用品企业分析

### 第一节 耐克

- 一、公司简介
- 二、2010财年耐克经营状况
- 三、2011财年耐克经营状况

### 第二节 阿迪达斯

- 一、公司简介
- 二、2010年阿迪达斯经营状况
- 三、2011年阿迪达斯经营状况
- 四、阿迪达斯称霸运动鞋市场

### 第三节 美津浓

- 一、公司简介
- 二、2010财年美津浓经营状况
- 三、2011财年美津浓经营状况

### 第四节 彪马

- 一、公司简介
- 二、2010年彪马经营状况
- 三、2011年彪马经营状况

## 第十二章 国内体育用品企业分析

### 第一节 李宁有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年李宁经营状况分析
- 三、2011年李宁经营状况分析
- 四、2012年李宁发展展望及策略

## 第二节 安踏体育用品有限公司

### 一、公司简介

### 二、2010年安踏经营状况分析

### 三、2011年安踏体育经营状况分析

## 第三节 鸿星尔克体育用品有限公司

### 一、公司简介

### 二、2010年鸿星尔克经营状况

### 三、2011年鸿星尔克经营状况

## 第四节 特步国际控股有限公司

### 一、公司简介

### 二、2010年特步国际经营状况分析

### 三、2011年特步国际经营状况分析

## 第五节 深圳信隆实业股份有限公司

### 一、公司简介

### 二、2010年信隆实业经营状况分析

### 三、2011年信隆实业经营状况分析

## 第十三章 2012-2016年体育用品行业前景及趋势

### 第一节 2012-2016年体育产业前景趋势展望

#### 一、未来我国体育产业发展的机遇

#### 二、中国体育产业发展空间巨大

#### 三、未来我国体育产业发展的目标及任务

#### 四、未来中国体育产业政策的选择分析

### 第二节 2012-2016年体育用品发展前景分析

#### 一、全球体育用品行业的发展趋势分析

#### 二、我国体育用品行业孕育大好商机

#### 三、未来我国体育用品市场的主要驱动力

#### 四、中国体育用品行业将步入崭新发展阶段

#### 五、2012-2016年中国体育用品制造行业预测分析

#### 六、体育用品业未来发展方向

### 第三节 2012-2016年体育健身器材行业的趋势

#### 一、2012-2016年中国健身器材市场预测

二、健身器材的发展走向

三、健身器材的未来发展趋势

四、网络健身将给健身器材行业带来新商机

第四节 2012-2016年运动服装行业的发展前景分析

一、运动服装业未来发展态势分析

二、2011运动服装发展趋势分析

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

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tiyu1206/T028532U0H.html>