

# 2014-2018年中国体育用品 市场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

《2014-2018年中国体育用品市场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/tiyu1401/0575045IKI.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】2014-01-06

【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

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国体育用品市场现状分析及投资前景研究报告》共八章。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。

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。

## 第一章 体育用品行业基本特征分析

### 1.1 行业界定及主要产品

#### 1.1.1 体育产业的定义

#### 1.1.2 体育器材的分类

### 1.2 我国体育用品行业特征

#### 1.2.1 中国体育用品行业宏观分析

#### 1.2.2 中国体育用品业发展概况

#### 1.2.3 中国体育用品行业进入转型时期

### 1.3 世界体育用品业发展特点与形势

#### 1.3.1 国际体育用品市场概况

#### 1.3.2 欧洲体育用品市场发展概况

#### 1.3.3 美国体育用品市场分析

#### 1.3.4 加拿大体育用品市场简况

## 第二章 体育用品行业发展环境分析

### 2.1 中国经济总体发展概况

#### 2.1.1 2011年中国主要经济指标统计

#### 2.1.2 2012年中国主要经济指标状况

### 2.1.3 2013年中国主要经济指标分析

## 2.2 中国宏观经济政策解读

### 2.2.1 财政政策

### 2.2.2 货币政策

## 第三章 体育产业及体育用品细分产业发展情况

### 3.1 体育产业总体情况

#### 3.1.1 西方国家体育产业发展分析

#### 3.1.2 国内体育产业状况分析

#### 3.1.3 体育产业在中国国民经济中的地位分析

#### 3.1.4 奥运后中国体育产业的发展走向

### 3.2 体育用品细分产业

#### 3.2.1 球类器械产品

#### 3.2.2 健身器材

#### 3.2.3 运动服装

## 第四章 体育用品行业预测分析

### 4.1 体育用品行业发展趋势

#### 4.1.1 近中期中国体育用品市场发展展望

#### 4.1.2 未来中国体育用品的主要变化形势

### 4.2 2014-2018年体育用品行业关键指标定量预测

#### 4.2.1 市场需求预测

#### 4.2.2 供给能力预测

#### 4.2.3 盈利能力预测

## 第五章 体育用品行业总体经济状况

### 5.1 行业总体状况

#### 5.1.1 2011年1-11月体育用品行业总体数据分析

#### 5.1.2 2012年1-11月体育用品行业总体数据分析

#### 5.1.3 2013年1-12月体育用品行业总体数据分析

### 5.2 不同所有制企业构成状况

#### 5.2.1 2011年1-11月行业不同所有制企业构成情况

- 5.2.2 2012年1-12月行业不同所有制企业构成情况
- 5.3 不同规模企业构成状况
- 5.3.1 2011年1-11月行业不同规模企业构成情况
- 5.3.2 2012年1-12月行业不同规模企业构成情况

## 第六章 体育用品行业财务状况综合评价

- 6.1 我国体育用品行业偿债能力分析
  - 6.1.1 体育用品行业总体偿债能力分析
  - 6.1.2 行业内不同所有制企业偿债能力比较分析
  - 6.1.3 行业内不同规模企业偿债能力比较分析
- 6.2 我国体育用品行业盈利能力分析
  - 6.2.1 体育用品行业总体盈利能力分析
  - 6.2.2 行业内不同所有制企业盈利能力比较分析
  - 6.2.3 行业内不同规模企业盈利能力比较分析
- 6.3 我国体育用品行业营运能力分析
  - 6.3.1 体育用品行业总体营运能力分析
  - 6.3.2 行业内不同所有制企业营运能力比较分析
  - 6.3.3 行业内不同规模企业营运能力比较分析
- 6.4 我国体育用品行业成长能力分析
  - 6.4.1 体育用品行业总体成长能力分析
  - 6.4.2 行业内不同所有制企业成长能力比较分析
  - 6.4.3 行业内不同规模企业成长能力比较分析

## 第七章 体育用品行业重点企业分析

- 7.1 安踏（中国）有限公司
  - 7.1.1 公司概况
  - 7.1.2 公司偿债能力分析
  - 7.1.3 公司盈利能力分析
  - 7.1.4 公司营运能力分析
  - 7.1.5 公司成长能力分析
- 7.2 李宁体育用品有限公司
  - 7.2.1 公司概况

- 7.2.2 公司偿债能力分析
- 7.2.3 公司盈利能力分析
- 7.2.4 公司营运能力分析
- 7.2.5 公司成长能力分析
- 7.3 鸿星尔克集团
  - 7.3.1 公司概况
  - 7.3.2 公司偿债能力分析
  - 7.3.3 公司盈利能力分析
  - 7.3.4 公司营运能力分析
  - 7.3.5 公司成长能力分析
- 7.4 中国动向（集团）有限公司
  - 7.4.1 公司概况
  - 7.4.2 公司偿债能力分析
  - 7.4.3 公司盈利能力分析
  - 7.4.4 公司营运能力分析
  - 7.4.5 公司成长能力分析
- 7.5 信隆实业（深圳）股份有限公司
  - 7.5.1 公司概况
  - 7.5.2 公司偿债能力分析
  - 7.5.3 公司盈利能力分析
  - 7.5.4 公司营运能力分析
  - 7.5.5 公司成长能力分析

## 第八章 体育用品行业银行信贷建议

- 8.1 体育用品行业信用风险五因子评级模型
  - 8.1.1 行业定位
  - 8.1.2 宏观环境
  - 8.1.3 财务状况
  - 8.1.4 需求空间
  - 8.1.5 供给约束
  - 8.1.6 关于体育用品行业信用风险评级的结论
- 8.2 针对体育用品行业总体及不同规模的信贷建议

- 8.2.1 体育用品行业总体信贷建议
- 8.2.2 大型企业信贷建议
- 8.2.3 中小企业信贷建议
- 8.3 针对体育用品行业不同所有制企业的信贷建议
  - 8.3.1 国有企业信贷建议
  - 8.3.2 私营企业信贷建议
  - 8.3.3 股份制企业信贷建议
- 8.4 体育用品行业信贷风险提示
  - 8.4.1 体育用品行业面临的经济风险
  - 8.4.2 体育用品行业面临的政策风险
  - 8.4.3 体育用品行业面临的技术风险

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：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：略&hellip;&hellip;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tiyu1401/0575045IKI.html>