



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年休闲运动产品行业 发展前景分析及战略投资风险预 测报告

一、调研说明

《2010-2015年休闲运动产品行业发展前景分析及战略投资风险预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/160004.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

摘要：

进入二十一世纪以来，随着我国国民经济的高速发展，我国休闲运动产品行业保持了多年高速增长，并随着我国加入WTO。近年来，休闲运动产品行业的出口也形势喜人。2008年，全球金融危机爆发，我国流苏包行业发展也遇到了一些困难，如国内需求下降，出口减少等，休闲运动产品行业普遍出现了经营不景气和利润下降的局面。2009年，随着我国经济刺激计划出台和全球经济走出低谷，我国休闲运动产品行业也逐渐从金融危机的打击中恢复，重新进入良性发展轨道。进入2010年，全球经济复苏的前景面临波折，国内经济结构调整的呼声逐渐升温，贸易保护主义的抬头，休闲运动产品行业中技术含量低的人力密集型企业，缺乏品牌的出口导向型企业面临发展危机，而注重培养品牌和技术创新能力较强的企业将占得先机。休闲运动产品行业企业如何面对新的经济环境和政策环境，制定适合当前形势和自身特点发展策略与竞争策略，是休闲运动产品行业企业在未来两年我国经济结构调整大潮中立于不败之地的关键。本报告也将从宏观和微观环境对我国休闲运动产品行业的发展现状，政策环境、竞争策略，投资前景，市场容量，进出口形势等方面进行全面而权威的分析。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助休闲运动产品行业企业准确把握行业发展动向、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，以及我中心对休闲运动产品行业的实地调研，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

第一部分 行业运行现状

第一章 中国休闲运动产品行业发展概述

第一节 休闲运动产品行业发展情况

一、休闲运动产品定义

二、休闲运动产品行业发展历程

第二节 休闲运动产品产业链分析

一、产业链模型介绍

二、休闲运动产品产业链模型分析

第三节 2008-2010年中国休闲运动产品行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 全球休闲运动产品市场发展分析

第一节 全球休闲运动产品市场发展情况分析

- 一、2009年全球休闲运动产品市场发展分析
- 二、2009年全球休闲运动产品市场统计分析
- 三、2010年上半年全球休闲运动产品市场分析
- 四、2010年上半年全球休闲运动产品销售排名
- 五、2010年全球休闲运动产品消费者调查分析

第二节 2010年世界主要国家休闲运动产品市场分析

- 一、2010年美国休闲运动产品市场现状分析
- 二、2010年欧洲休闲运动产品市场现状分析
- 三、2010年日本休闲运动产品市场现状分析
- 四、2010年韩国休闲运动产品市场现状分析
- 五、2010年中东与非洲休闲运动产品市场分析

第三章 中国休闲运动产品市场运行分析

第一节 休闲运动产品行业市场发展基本情况

- 一、市场现状分析
- 二、市场规模分析
- 三、市场特点分析
- 四、市场技术发展状况

第二节 休闲运动产品行业技术研发情况

- 一、行业研发情况分析
- 二、竞争对手研发占投入比

三、研发投入与研发成果关系

第三节 行业市场工业总产值分析

一、年市场工业总产值分析

二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析

三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较

四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

第四节 行业市场产品价格分析

一、2008年市场产品价格走势

二、2009年市场产品价格走势

三、2010年上半年市场产品价格走势

四、2010-2015年市场产品价格趋势预测

第四章 中国休闲运动产品行业的国际比较分析

第一节 中国休闲运动产品市场发展情况分析

一、2009年中国休闲运动产品市场发展分析

二、2009年中国休闲运动产品市场统计分析

三、2010年上半年中国休闲运动产品市场分析

四、2010年上半年中国休闲运动产品细分市场

第二节 中国休闲运动产品行业的国际比较分析

一、中国休闲运动产品行业竞争力指标分析

二、国际休闲运动产品行业竞争力指标分析

三、中国休闲运动产品行业经济指标国际比较分析

第三节 全球休闲运动产品行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第五章 中国休闲运动产品行业经济运行指标分析

第一节 2010年中国休闲运动产品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2010年中国休闲运动产品行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2010年中国休闲运动产品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第二部分 市场供需分析

第六章 中国休闲运动产品生产现状分析

第一节 休闲运动产品生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、针织梭织等加工资源生产分布

三、国内产品及原材料生产基地分布

四、国内产品及原材料产业集群发展分析

五、2008-2010年产品及原材料产能变化情况分析

第二节 休闲运动产品产能概况

一、2009-2010年休闲运动产品产能分析

二、2009-2010年重点企业产能及占有份额

二、2010-2015年休闲运动产品产能预测

第三节 休闲运动产品产量概况

一、2009-2010年休闲运动产品产量分析

二、2010年产能配置与产能利用率调查

三、2010-2015年休闲运动产品产量预测

第四节 休闲运动产品行业市场供给分析

一、2010年休闲运动产品生产规模现状

二、2010年休闲运动产品产能规模分布

三、2010年休闲运动产品市场价格走势

四、2010年休闲运动产品重点厂商分布

五、2010年休闲运动产品产供状况分析

第七章 休闲运动产品采购状况分析

第一节 休闲运动产品成本分析

- 一、2009-2010年原材料成本走势分析
- 二、2009-2010年劳动力供需及价格分析
- 三、2009-2010年其他方面成本走势分析

第二节 上游原材料价格与供给分析

- 一、主要原材料（棉纱、涤纶等）
- 二、2008-2010年主要原材料价格与供给分析
- 三、2010-2015年主要原材料市场变化趋势预测

第三节 休闲运动产品产业链的分析

- 一、行业集中度
- 二、主要环节的增值空间
- 三、行业进入壁垒和驱动因素
- 四、上下游行业影响及趋势分析

第八章 中国休闲运动产品市场供需分析

第一节 2010年休闲运动产品市场需求分析

- 一、休闲运动产品行业需求市场
- 二、休闲运动产品行业客户结构
- 三、休闲运动产品行业需求的地区差异

第二节 2010年休闲运动产品市场供给分析

第三节 2010-2015年供求平衡分析及未来发展趋势

- 一、2010-2015年休闲运动产品行业的需求预测
- 二、2010-2015年休闲运动产品行业的供应预测
- 三、2009-2010年休闲运动产品供求平衡分析
- 四、2010-2015年休闲运动产品供求平衡预测

第九章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第五节 休闲运动产品行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第六节 休闲运动产品重点地区销售分析

一、休闲运动产品各地区对比销售分析

二、休闲运动产品"重点地区一"销售分析

三、休闲运动产品"重点地区二"销售分析

四、休闲运动产品"重点地区三"销售分析

五、休闲运动产品"重点地区四"销售分析

六、休闲运动产品"重点地区五"销售分析

七、休闲运动产品"重点地区六"销售分析

第三部分 行业竞争分析

第十章 休闲运动产品市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 休闲运动产品竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第五节 休闲运动产品行业竞争格局分析

一、2010年休闲运动产品行业竞争分析

二、2010年国内外休闲运动产品竞争分析

三、2010年中国休闲运动产品市场竞争分析

四、2010年中国休闲运动产品市场集中度分析

五、2010年中国休闲运动产品竞争对手市场份额

六、2010年中国休闲运动产品主要品牌企业梯队分布

第十一章 休闲运动产品行业产业结构分析

第一节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国休闲运动产品行业参与国际竞争的战略市场定位

第十二章 前十大领先企业发展分析

第一节 企业一

一、企业概况

- 二、市场定位情况
- 三、市场占有率情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2010-2015年公司发展战略分析

第二节 企业二

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有率情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2010-2015年公司发展战略分析

第三节 企业三

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有率情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2010-2015年公司发展战略分析

第四节 企业四

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有率情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2010-2015年公司发展战略分析

第五节 企业五

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有率情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、市场定位情况

- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2010-2015年公司发展战略分析

第四部分 投资趋势预测

第十三章 2010-2015年休闲运动产品行业发展趋势及影响因素

第一节 休闲运动产品市场前景分析

- 一、休闲运动产品市场容量分析
- 二、休闲运动产品行业利好利坏政策
- 三、休闲运动产品行业发展前景分析

第二节 休闲运动产品未来发展预测分析

- 一、中国休闲运动产品发展方向分析
- 二、2010-2015年中国休闲运动产品行业发展规模
- 三、2010-2015年中国休闲运动产品行业发展趋势预测

第三节 2010-2015年休闲运动产品行业供给预测

- 一、2010-2015年休闲运动产品行业供给预测
- 二、2010-2015年休闲运动产品行业需求预测
- 三、2010-2015年休闲运动产品行业进出口预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 六、中国休闲运动产品行业SWOT分析

第十四章 2010-2015年休闲运动产品行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 休闲运动产品行业投资机会分析

第五节 新进入者应注意的障碍因素

第六节 2010-2015年中国休闲运动产品行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十五章 2010-2015年休闲运动产品行业内其他品类投资前景

第一节 户外

- 一、市场规模分析
- 二、市场需求分析预测
- 三、主要企业及市场份额
- 四、投资机会与风险分析

第二节 休闲

- 一、市场规模分析
- 二、市场需求分析预测
- 三、主要企业及市场份额
- 四、投资机会与风险分析

第三节 有氧运动

- 一、市场规模分析
- 二、市场需求分析预测
- 三、主要企业及市场份额
- 四、投资机会与风险分析

第四节 无氧运动

- 一、市场规模分析
- 二、市场需求分析预测
- 三、主要企业及市场份额
- 四、投资机会与风险分析

第五节 专业运动（帆船 帆板 高尔夫）

- 一、市场规模分析
- 二、市场需求分析预测

三、主要企业及市场份额

四、投资机会与风险分析

第六节 大众休闲

一、市场规模分析

二、市场需求分析预测

三、主要企业及市场份额

四、投资机会与风险分析

第七节 时尚运动

一、市场规模分析

二、市场需求分析预测

三、主要企业及市场份额

四、投资机会与风险分析

第五部分 市场策略研究

第十六章 行业发展环境与渠道分析

第一节 全国经济发展背景分析

一、2009-2010年宏观经济数据分析

二、2009-2010年宏观政策环境分析

三、未来"十二五"发展规划

第二节 主要城市发展背景分析

一、主要城市区域市场特点分析

二、主要城市社会经济现状分析

三、未来主要城市经济发展预测

第三节 竞争对手渠道模式

一、休闲运动产品市场渠道情况

二、休闲运动产品竞争对手渠道模式

三、休闲运动产品直营代理分布情况

第四节 主要商圈发展趋势分析

一、各城市主要商圈渠道分布情况

二、各城市主要商圈销售规模分析

三、各城市主要商圈发展趋势分析 艾凯数据研究中心发布的《2010-2015年休闲运动产品行业发展前景分析及战略投资风险预测报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

第十七章 2010-2015年休闲运动产品行业市场策略分析

第一节 消费者调查研究

- 一、消费者生活方式调查
- 二、未来社会人口生活水平
- 三、休闲运动产品消费者调查
- 四、发达国家同期消费者感知

第二节 营销分析与营销模式推荐

- 一、渠道构成
- 二、销售贡献比率
- 三、覆盖率
- 四、销售渠道效果
- 五、价值流程结构

第三节 外延行业商业模式借鉴

- 一、格力
- 二、蒙牛
- 三、洗发水
- 四、国美
- 五、大润发
- 六、运动100
- 七、淘宝商城

第四节 多元化策略分析

- 一、行业多元化策略洋酒
- 二、现有竞争企业（李宁、NIKE、ADIDAS等）多元化业务模式
- 三、上下游行业策略分析

第五节 广告投放策略分析

- 一、行业广告投放现状分析
- 二、2009-2010年广告投放方式变化分析
- 三、2009-2010年广告投放总量变化分析
- 四、2010-2015年广告投放策略分析

第六节 品牌策略分析

- 一、各品牌定位及策略分析
- 二、各品牌知名度及策略分析
- 三、各品牌美誉度及策略分析
- 四、各品牌忠诚度及策略分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/160004.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数

据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。