



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国体育市场运行 态势与投资战略咨询报告

一、调研说明

《2012-2016年中国体育市场运行态势与投资战略咨询报告》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/202257.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

体育产业是指生产体育物质产品和精神产品，提供体育服务的各行业的总和。体育产业是国民经济中最具有活力的新增长点之一。

近年来，随着改革开放的深入和社会经济的不断发展，广大人民群众对体育的需求日益增长，体育消费市场不断扩大，体育产业体系初具规模并逐步健全。体育产业联动功能很强，对旅游业和商业、服务业、金融业、通讯业、信息业发展都具有很大促进作用。体育产业还能提供大量就业机会。

"十一五"期间，在国家经济社会以及体育事业快速发展的大背景下，我国体育产业乘势而上，规模不断扩大，呈现出较快的发展态势。体育市场体系逐步完善，产业结构进一步优化，体育市场主体日趋成熟，呈现投资主体多元化的发展趋势。以北京奥运会为代表的重大体育赛事极大地带动了文化、娱乐、旅游、建筑、通信等相关行业的发展，充分体现了体育产业的辐射效应。

2011年4月29日，国家体育总局印发《体育产业"十二五"规划》，首次明确提出了量化指标，"十二五"体育产业增加值以平均每年15%以上的速度增长，到"十二五"末期，体育产业增加值超过4000亿元人民币，占国内生产总值的比重超过0.7%，从业人员超过400万，体育产业将继续保持较快的增长趋势。2011年11月，新《体育法》修改草案已经初步完成。修订草案显示，政府部门将加强对于体育产业的规划与发展，并且首次对体育产业的概念进行了明确，这是对中国的体育产业的又一重大利好。中国体育产业未来前景看好。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年中国体育市场运行态势与投资战略咨询报告》共十三章。主要依据国家统计局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国经济景气监测中心、国家体育总局、国内外相关刊物的基础信息以及体育产业行业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国体育产业行业的发展现状、发展前景、行业总体水平、以及体育产业相关行业的发展情况，对体育产业行业领先企业等进行了研究，并对未来体育产业行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了体育产业行业今后的发展与投资策略。

本体育产业报告，为我国体育产业企业在市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，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。

报告目录

第一章 体育产业相关概述

第一节 体育产业简介

一、体育产业的概念

二、体育产业的分类

第二节 体育产业与体育事业

一、体育事业的概念

二、体育产业与体育事业的关系

三、体育产业与体育事业的区别

第三节 体育产业与国民经济

一、体育产业与国民经济的关系

二、体育产业在国民经济中的地位的变迁

三、体育产业对国民经济发展的影响

第二章 中国体育产业的发展环境分析

第一节 宏观经济与体育产业

一、体育产业对现代经济发展的影响

二、金融危机对体育产业的影响分析

三、中国体育经济政策的解析

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 2012年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、"观赏型"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 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

第五节 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

第六节 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 体育主体产业分析

第一节 竞技体育业

- 一、世界竞技体育发展的五大态势
- 二、竞技体育产业化经营分析
- 三、中美两国竞技体育与教育结合的比较分析
- 四、中国竞技体育管理体制与运行机制探讨
- 五、2011年中国竞技体育成就

第二节 体育健身娱乐业

- 一、体育健身娱乐业发展的背景
- 二、体育健身娱乐的动机与消费分析
- 三、中国体育健身娱乐市场存在问题
- 四、中国体育健身娱乐业发展的趋势
- 五、中国健身产业彰显无限商机
- 六、中国体育健身娱乐业发展对策

第三节 体育资产经营业

- 一、体育产业固定资产的经营管理
- 二、体育无形资产管理与开发分析
- 三、中国体育赞助无形资产效应研究
- 四、中国体育基金积累减缓的原因及策略探讨

第五章 体育用品业分析

第一节 中国体育用品业概述

- 一、中国体育用品市场规模分析
- 二、中国体育用品行业发展的积极因素
- 三、中国体育用品行业呈现三大发展趋向
- 四、我国体育用品零售渠道变革在即
- 五、中国体育用品市场依然广阔
- 六、中国体育用品成国际第二大消费市场

第二节 体育用品业竞争分析

- 一、中国体育用品产业的竞争分析

- 二、中国体育用品业国际竞争力分析
 - 三、体育品牌的渠道竞争分析
 - 四、体育用品企业的核心竞争力分析
 - 五、中国体育服饰市场竞争形势分析
 - 六、体育用品产业的未来竞争战略选择
- 第三节 体育用品业存在的问题及发展策略

- 一、中国体育用品自主创新能力的缺失
- 二、中国体育用品业面临的问题及发展策略
- 三、我国体育用品企业营销存在的问题及战略
- 四、中国体育用品业国际竞争力提升对策
- 五、我国发展体育用品市场发展的对策

第六章 2011-2012年中国体育用品制造业经济运行数据分析

第一节 2011-2012年全国体育用品制造业主要经济指标

- 一、2011年全国体育用品制造业主要经济指标
- 二、2012年全国体育用品制造业主要经济指标

第二节 2011-2012年全国及各省市体育用品制造业产销数据分析

- 一、2011年全国及各省市体育用品制造业产销数据分析
- 二、2012年全国及各省市体育用品制造业产销数据分析

第三节 2011-2012年全国及各省市体育用品制造业资产负债分析

- 一、2011年全国及各省市体育用品制造业资产负债分析
- 二、2012年全国及各省市体育用品制造业资产负债分析

第四节 2011-2012年全国及中国各省市体育用品制造业行业规模分析

- 一、2011年全国及各省市体育用品制造业行业规模分析
- 二、2012年全国及各省市体育用品制造业行业规模分析

第五节 2011-2012年全国及各省市体育用品制造业盈利能力分析

- 一、2011年全国及各省市体育用品制造业盈利能力分析
- 二、2012年全国及各省市体育用品制造业盈利能力分析

第七章 中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进出口数据分析

第一节 2011-2012年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进出口总体数据

- 一、2011年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进出口总体数据

一、2012年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进出口总体数据

第二节 2011-2012年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市进出口数据

一、2011年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市进出口数据

二、2012年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市进出口数据

第三节 2011-2012年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要国家进出口数据

一、2011年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要国家进出口数据

二、2012年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要国家进出口数据

第八章 体育服务业分析

第一节 体育赞助业

一、体育赞助的组织形式及赞助对象

二、体育赞助的经济利益分析

三、2008年北京奥运赞助费创历史新高

四、中国企业体育赞助中存在的主要问题

五、企业进行体育赞助的对策分析

六、中国体育赞助业发展的对策与建议

第二节 体育赛事电视转播业

一、体育赛事电视转播权营销分析

二、奥运会电视转播权的历史变革

三、中国体育赛事电视转播的历史回顾

四、我国体育赛事电视转播市场的开发进程

五、体育竞赛电视转播权转让的法律问题与对策

六、我国体育赛事转播对策分析

第三节 体育彩票业

一、国外体育彩票发展综述

二、中国体育彩票发展概况

三、体育彩票业可持续发展的七个要素

四、中国体育彩票业发展存在的问题

五、促进中国体育彩票发展的对策

六、未来体育彩票发展面临的机遇

第四节 休闲体育业

一、我国体育休闲产业发展现状分析

- 二、休闲体育与休闲体育产业的辨析
- 三、中国休闲体育产业发展的条件
- 四、中国体育休闲市场发展迅速
- 五、我国体育休闲产业发展问题分析
- 六、我国体育休闲产业发展策略分析

第五节 体育保险业

- 一、中国与发达国家体育保险比较研究
- 二、中国体育保险的发展现状分析
- 三、中国体育保险供需形势分析
- 四、体育保险业品牌与风险共存
- 五、发展我国体育保险的对策

第六节 体育旅游业

- 一、中国体育旅游产业发展现状
- 二、中国体育旅游产品的发展现状
- 三、传统体育旅游市场的开发
- 四、中国发展健身体育旅游业的条件及策略
- 五、后奥运时期体育旅游市场的发展策略

第七节 体育广告业

- 一、体育广告的定义和功能
- 二、我国体育广告业发展解析
- 三、体育广告的卖点分析
- 四、市场经济中体育的广告策略

第九章 主要省市体育产业分析

第一节 广东省

- 一、广东体育产业发展特征
- 二、广东省体育产业发展存在的问题
- 三、广东省体育产业发展的对策措施
- 四、2012年亚运会为广东体育产业带来契机
- 五、广东省体育产业2012年发展目标

第二节 福建省

- 一、福建省体育产业的发展概况

- 二、福建省发展体育旅游业得天独厚
- 三、福建省体育产业发展中存在的问题
- 四、发展福建省体育产业的对策

第三节 海南省

- 一、海南体育产业发展状况
- 二、海南竞技体育发展全面解析
- 三、三亚体育产业发展分析
- 四、海南体育产业发展中存在的问题
- 五、发展海南体育产业的对策与建议

第四节 湖南省

- 一、湖南体育产业发展的优势与不足
- 二、湖南体育产业加快发展建议
- 三、湖南体育产业可持续发展的策略
- 四、湖南体育产业发展走向分析

第五节 江西省

- 一、江西省体育产业现状
- 二、江西省体育产业发展存在的问题
- 三、江西省体育旅游发展形势解析
- 四、江西省体育产业的发展对策

第六节 河南省

- 一、河南省体育产业发展现状
- 二、河南省体育产业发展中存在的问题
- 三、奥运促进河南体育产业发展
- 四、河南省体育产业可持续发展的建议

第七节 陕西省

- 一、陕西省体育产业的发展现状
- 二、陕西省体育产业制约因素分析
- 三、陕西省城市居民体育消费水平及其制约因素
- 四、陕西省体育产业发展战略

第八节 北京市

- 一、北京体育产业已成为新经济增长点
- 二、北京体育产业的发展方向和目标

三、北京重点开发多项大型体育产业市场

四、北京多项政策推动体育产业的发展

第九节 上海市

一、上海体育产业发展的现状

二、上海体育产业发展存在的问题分析

三、上海体育产业发展的对策分析

四、2012年上海体育产业发展目标

第十节 杭州市

一、杭州市体育产业发展综述

二、杭州发展体育产业和促进体育消费的可行性

三、杭州市体育产业存在的问题

四、杭州市体育产业发展的对策与措施

第十章 中国体育产业基地建设状况

第一节 深圳国家体育产业基地

一、深圳体育产业发展的总体思路

二、深圳国家体育产业基地规划建设情况

三、深圳体育产业发展迅速

第二节 成都市国家体育产业基地

一、成都国家体育产业基地建设情况

二、成都体育产业发展格局分析

三、成都体育产业发展的总体走势

四、成都体育产业发展的战略方向

五、成都体育产业发展策略与建议

第三节 晋江国家体育产业基地

一、晋江体育产业战略全面布局

二、晋江体育产业升级的前景与困惑

三、晋江创新加快体育产业基地建设步伐

第十一章 体育产业营销分析

第一节 体育市场营销的基本理论

一、体育市场营销含义

- 二、体育市场营销中的4P理论
- 三、体育市场营销战略及其特点
- 四、体育市场营销战略构成及其的选择
- 第二节 体育细分市场营销策略分析
 - 一、体育赛事的整合营销传播模式研究
 - 二、体育赞助的整合营销传播策略
 - 三、体育健身俱乐部的市场体系和营销模式
 - 四、奥运会电视转播权的营销策略分析
 - 五、青少年体育用品市场营销策略探讨
- 第三节 体育产业的营销案例分析
 - 一、德国彪马运动服饰的游击营销解析
 - 二、利物浦足球俱乐部营销策略分析
 - 三、李宁的体育营销方案
 - 四、361°开辟体育营销新天地

第十二章 体育产业重点企业

第一节 阿迪达斯集团

- 一、公司简介
- 二、2011年阿迪达斯经营状况分析
- 三、2012年阿迪达斯经营状况分析

第二节 耐克公司

- 一、公司简介
- 二、2012财年耐克经营状况分析
- 三、未来五年耐克公司计划新开上百家专卖店
- 四、耐克公司的虚拟经营战略

第三节 中体产业集团股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2012年企业经营情况分析
- 三、2011-2012年企业财务数据分析
- 四、2012年企业发展动态及策略
- 五、企业未来发展展望与战略

第四节 安踏（中国）有限公司

一、公司简介

二、2008年安踏经营状况分析

三、2011年安踏经营状况分析

四、2012年安踏经营状况分析

第五节 李宁体育用品有限公司

一、公司简介

二、2008年李宁经营状况分析

三、2011年李宁经营状况分析

四、2012年李宁经营状况分析

第六节 鸿星尔克集团

一、公司简介

二、2008-2012年鸿星尔克经营状况

三、鸿星尔克集团的战略与品牌定位

第七节 中国动向（集团）有限公司

一、公司简介

二、2011年动向集团经营状况分析

三、2012年动向集团经营状况分析

第八节 信隆实业（深圳）股份有限公司

一、企业概况

二、2012年企业经营情况分析

三、2011-2012年企业财务数据分析

四、2012年企业发展动态及策略

第十三章 2012-2016年体育产业投资及前景预测

第一节 投资机会分析

一、世界杯给中国体育商品行业带来的商机

二、中国体育产业发展投融资力度加大

三、中国体育保险业商机分析

第二节 投资风险分析

一、体育产业的经营风险

二、体育健身娱乐产业的投资风险

三、体育赛事投资过程中的风险

第三节 投资策略分析

- 一、新兴体育市场投资策略分析
- 二、我国体育产业风险投资的发展策略
- 三、投资中国体育产业资本市场的有效途径

第四节 体育产业发展前景与趋势分析

- 一、奥运后中国体育产业面临的机遇与挑战
- 二、我国体育产业面临发展的机遇
- 三、我国体育用品市场前景良好

附录

- 附录一：中华人民共和国体育法
- 附录二：关于加快发展体育产业指导意见
- 附录三：体育彩票公益金管理暂行办法

图表目录

- 图表：体育健身娱乐消费者的普通动机调查统计
- 图表：体育健身娱乐消费者的年龄与职业分布调查
- 图表：体育健身娱乐消费者平均消费水平调查表（月消费）
- 图表：体育赞助广告效果形成过程
- 图表：体育赞助效应产生过程
- 图表：2003-2012年中国体育用品市场
- 图表：2007年按收益计算中国体育用品市场分析
- 图表：2004-2008年中国运动服饰品牌上市公司经营数据
- 图表：2003-2012年中国的时尚体育用品市场
- 图表：2007年时尚体育用品市场前五大品牌的市场份额
- 图表：体育用品巨头渠道与上市时间表
- 图表：2011年1-12月体育用品制造业主要经济指标全国统计数据
- 图表：2012年1-3月体育用品制造业主要经济指标全国统计数据
- 图表：2011年1-12月全国及各省市体育用品制造业累计工业销售产值（当年价格）
- 图表：2011年1-12月全国及各省市体育用品制造业累计工业销售产值比去年同期增长（当年价格）
- 图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计产成品

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计产成品比去年同期增长

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计主营业务收入

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计主营业务收入比去年同期增长

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计产成品

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计产成品比去年同期增长

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计产品销售收入

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计产品销售收入比去年同期增长

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计资产总计

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计资产总计比去年同期增长

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计流动资产合计

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计流动资产合计比去年同期增长

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计负债合计

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计负债合计比去年同期增长

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计资产总计

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计资产总计比去年同期增长

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计流动资产合计

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计流动资产合计比去年同期增长

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计负债合计

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计负债合计比去年同期增长

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计全部从业人员平均人数

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长

图表：2011年1-12月全国及各省市体育用品制造业累计企业单位数

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计全部从业人员平均人数

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计企业单位数

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计利润总额

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计亏损企业单位数

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计亏损企业亏损总额

图表：2011年1-11月全国及各省市体育用品制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计利润总额

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计亏损企业单位数

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计亏损企业亏损总额

图表：2012年1-3月全国及各省市体育用品制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长

图表：2011年1-12月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进口数据

图表：2011年1-12月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进口趋势图

图表：2011年1-12月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备出口数据

图表：2011年1-12月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备出口趋势图

图表：2012年1-3月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进口数据

图表：2012年1-3月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进口趋势图

图表：2012年1-3月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备出口数据

图表：2012年1-3月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备出口趋势图

图表：2011年1-12月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市进口数据

图表：2011年1-12月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市进口占比图

图表：2011年1-12月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市出口数据

图表：2011年1-12月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市出口占比图

图表：2012年1-3月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市进口数据

图表：2012年1-3月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市进口占比图

图表：2012年1-3月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市出口数据

图表：2012年1-3月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市出口占比图

图表：2011年1-12月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进口主要国家数据

图表：2011年1-12月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进口主要国家占比图

图表：2011年1-12月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备出口主要国家数据

图表：2011年1-12月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备出口主要国家占比图

图表：2012年1-3月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进口主要国家数据

图表：2012年1-3月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进口主要国家占比图

图表：2012年1-3月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备出口主要国家数据

图表：2012年1-3月中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备出口主要国家占比图

图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司主营构成表

图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司流动资产表

图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司长期投资表

图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司固定资产表

图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司无形及其他资产表

图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司流动负债表

图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司长期负债表

图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司股东权益表
图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司主营业务收入表
图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司主营业务利润表
图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司营业利润表
图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司利润总额表
图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司净利润表
图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司每股指标表
图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司获利能力表
图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司经营能力表
图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司偿债能力表
图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司资本结构表
图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司发展能力表
图表：2011-2012年中体产业集团股份有限公司现金流量分析表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司主营构成表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司流动资产表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司固定资产表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司无形及其他资产表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司流动负债表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司长期负债表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司股东权益表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司主营业务收入表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司主营业务利润表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司营业利润表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司利润总额表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司净利润表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司每股指标表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司获利能力表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司经营能力表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司偿债能力表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司资本结构表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司发展能力表
图表：2011-2012年信隆实业（深圳）股份有限公司现金流量分析表

通过《2012-2016年中国体育市场运行态势与投资战略咨询报告》，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。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/202257.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。