



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国体育器材行业市场研究 与发展预测

## 一、调研说明

《2008年中国体育器材行业市场研究与发展预测》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/37083.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

### 【描述】

随着中国加入WTO和成功申办2008年北京奥运会，体育事业、体育经济成为中国经济发展的一个新焦点。这使得中国的体育用品市场迎来了一个新的高潮。中国体育用品市场自2000年起每年都以两位数的速度在高速增长，与此同时，中国是全球最大的体育用品制造基地，每年全世界大约有60%的体育用品是在中国生产制造的。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，而且这一数目还再不断增加，这为中国体育用品市场带来了强大的需求。

预计2008年北京奥运会所需的各类体育器材、设备用品等，价值接近1.7亿元。中国目前体育用品一年的销售额在300亿-400亿元。到2010年，中国体育用品产业的年产值占GDP的比重有望增至0.3%。中国体育产业的快速发展和2008年北京奥运会对体育用品设施需求的拉动下，中国未来体育用品行业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。

本研究报告资料来源于国家统计局、国研网、中国文教体育用品协会、海关总署等权威渠道，内容丰富、翔实。在撰写过程中，运用了大量的图、表等分析工具，结合相关的经济学理论，综合运用定量和定性的分析方法，对体育用品行业的运行及发展趋势做了比较详细的分析，对行业发展的基本面进行了审慎的剖析，报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，是体育用品企业以及相关企事业单位、计划投资于体育用品行业的企业准确了解目前中国体育用品市场动态，把握行业发展趋势，制定企业战略的重要参考依据。

### 【目录】

#### 第一章 体育器材行业发展状况分析

##### 第一节 体育器材行业基本特征

###### 一、行业定义

二、行业在国民经济中的地位

三、体育器材行业特性分析

四、体育器材行业发展历程

第二节 体育器材行业发展环境分析

一、2006年中国宏观经济运行情况

二、中国宏观经济发展运行趋势

三、体育器材行业相关政策及影响分析

第二章 2006年中国体育器材行业经济运行情况

第一节 2006年中国体育器材行业发展基本情况

一、中国体育器材行业发展现状分析

二、中国体育器材行业市场特点分析

三、中国体育器材行业技术发展状况

第二节 中国体育器材行业存在问题及发展对策

一、中国体育器材行业存在问题

二、中国体育器材行业发展对策

第三节 2003年-2006年体育器材行业企业数量分析

一、2003年-2007年体育器材行业企业数量分析

二、不同规模企业数量

三、不同所有制企业数量分析

第三节 2003年-2006年体育器材行业从业人数分析

一、2003年-2006年体育器材行业从业人数分析

二、不同规模企业从业人员分析

三、不同所有制企业比较

第三章 2007年中国体育器材行业生产状况分析

第一节 2003年-2007年体育器材行业工业总产值分析

一、2003-2007年体育器材行业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

四、2007年体育器材行业工业总产值地区分布

第二节 2003年-2006年体育器材行业产成品分析

- 一、2003-2006年行业产成品分析
- 二、不同规模企业产成品分析
- 三、不同所有制企业产成品比较
- 四、2006年行业产成品地区分布

#### 第四章 2006年中国体育器材行业销售状况分析

##### 第一节 2003年-2006年体育器材行业销售收入分析

- 一、2003-2006年行业总销售规模分析
- 二、不同规模企业总销售收入分析
- 三、不同所有制企业总销售收入比较

##### 第二节 2003年-2006年体育器材行业销售税金分析

- 一、2003-2006年行业销售税金分析
- 二、不同规模企业销售税金分析
- 三、不同所有制企业销售税金比较

#### 第五章 2006年中国体育器材行业成本费用分析

##### 第一节 2003-2006年体育器材行业产品销售成本分析

- 一、2003-2006年行业销售成本总额分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析

##### 第二节 2003-2006年体育器材行业销售费用分析

- 一、2003-2006年行业销售费用总额分析
- 二、不同规模企业销售费用比较分析
- 三、不同所有制企业销售费用比较分析

##### 第三节 2003-2006年体育器材行业管理费用分析

- 一、2003-2006年行业管理费用总额分析
- 二、不同规模企业管理费用比较分析
- 三、不同所有制企业管理费用比较分析

##### 第四节 2003-2006年体育器材行业财务费用分析

- 一、2003-2006年行业财务费用总额分析
- 二、不同规模企业财务费用比较分析
- 三、不同所有制企业财务费用比较分析

## 第六章 2006年中国体育器材行业资产负债状况分析

### 第一节 2003-2006年体育器材行业总资产状况分析

- 一、2003-2006年行业总资产分析
- 二、不同规模企业资产规模比较分析
- 三、不同所有制企业总资产比较分析

### 第二节 2003-2006年体育器材行业流动资产总额分析

- 一、2003-2006年行业流动资产总额分析
- 二、不同规模企业流动资产周转总额比较分析
- 三、不同所有制企业流动资产周转总额比较分析

### 第三节 2003-2006年体育器材行业应收账款总额分析

- 一、2003-2006年行业应收账款总额分析
- 二、不同规模企业应收账款总额比较分析
- 三、不同所有制企业应收账款总额比较分析

### 第四节 2001-2006年体育器材行业固定资产状况分析

- 一、2001-2006年行业固定资产净值分析
- 二、不同规模企业固定资产净值分析
- 三、不同所有制企业固定资产净值分析

### 第五节 2003-2006年体育器材行业负债状况分析

- 一、2003-2006年行业总负债分析
- 二、不同规模企业负债规模比较分析
- 三、不同所有制企业总负债比较分析

### 第六节 2003-2006年体育器材行业资产负债率分析

### 第七节 2003-2006年体育器材行业资产营运能力分析

- 一、2003-2006年行业流动资产周转次数

## 第七章 2006年中国体育器材行业盈利能力分析

### 第一节 2003-2006年体育器材行业利润总额分析

- 一、2003-2006年行业利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

### 第二节 2003-2006年体育器材行业成本费用利润率分析

## 第八章 2006年中国体育器材行业发展能力分析

### 第一节 2003-2006年中国体育器材行业销售增长率

### 第二节 2003-2006年中国体育器材行业资产增长率

## 第九章 体育器材行业市场竞争格局

### 第一节 市场竞争分析

#### 一、市场竞争结构分析

#### 二、市场竞争现状分析

#### 三、企业市场占有率分析

## 第十章 中国体育器材行业竞争对手分析

### 第一节 2006年体育器材行业企业地区分布情况

### 第二节 行业主要竞争对手企业

#### 一、中山广盛运动器材有限公司

#### 二、山东英克莱集团有限公司

#### 三、泰山体育器材集团有限公司

#### 四、厦门新凯复材科技有限公司

#### 五、东辉塑胶(上海)有限公司

#### 六、厦门侨兴工业有限公司

#### 七、杭州泛亚休闲用品有限公司

#### 八、杭州富泰运动器材有限公司

## 第十一章 中国体育器材行业投资及营销分析

### 第一节 体育器材行业投资环境分析及建议

#### 一、行业投资环境分析

#### 二、投资风险分析

### 第二节 体育器材行业营销策略分析及建议

#### 一、行业营销策略分析

#### 二、行业销售模式分析

#### 三、企业营销策略发展及建议

### 第三节 体育器材行业企业经营发展分析及建议

一、行业企业发展现状及存在问题

二、行业企业应对策略

## 第十二章 2008-2011年中国体育器材行业发展预测

### 第一节 未来体育器材行业发展趋势分析

一、未来行业发展分析

二、未来行业技术开发方向

三、总体行业“十一五”整体规划及预测

## 附表

表2.1 2003年-2007年体育器材行业企业数量

表2.2 2003年-2007年体育器材行业不同规模企业数量

表2.3 2003年-2007年体育器材行业不同所有制企业数量

表2.4 2003年-2006年体育器材行业从业人数

表2.5 2003年-2006年体育器材行业不同规模企业从业人员分析

表2.6 2003年-2006年体育器材行业不同所有制企业从业人员分析

表3.1 2003-2007年体育器材行业工业总产值

表3.2 2003-2007年体育器材行业不同规模企业工业总产值

表3.3 2003-2007年体育器材行业不同所有制企业工业总产值

表3.4 2003-2007年体育器材行业总产值按省份分布

表3.5 2003-2006年体育器材行业产成品

表3.6 2003-2006年体育器材行业不同规模企业产成品

表3.7 2003-2006年体育器材行业不同所有制企业产成品

表3.8 2006年体育器材行业产成品分布

表4.1 2003-2006年体育器材行业销售收入

表4.2 2003-2006年体育器材行业不同规模企业销售收入

表4.3 2003-2006年体育器材行业不同所有制企业销售收入

表4.4 2003-2006年体育器材行业销售税金

表4.5 2003-2006年体育器材行业不同规模企业销售税金

表4.6 2003-2006年体育器材行业不同所有制企业销售税金

表5.1 2003-2006年体育器材行业销售成本

表5.2 2003-2006年体育器材行业销售成本



表5.3 2003-2006年体育器材行业销售成本

表5.4 2003-2006年体育器材行业销售费用

表5.5 2003-2006年体育器材行业销售费用

表5.6 2003-2006年体育器材行业销售费用

表5.7 2003-2006年体育器材行业管理费用

表5.8 2003-2006年体育器材行业不同规模企业管理费用

表5.9 2003-2006年体育器材行业不同所有制企业管理费用

表5.10 2003-2006年体育器材行业财务费用

表5.11 2003-2006年体育器材行业不同规模企业财务费用

表5.12 2003-2006年体育器材行业不同所有制企业财务费用

表6.1 2003-2006年体育器材行业总资产

表6.2 2003-2006年体育器材行业不同规模企业总资产

表6.3 2003-2006年体育器材行业不同所有制企业总资产

表6.4 2003-2006年体育器材行业流动资产

表6.5 2003-2006年体育器材行业不同规模企业流动资产

表6.6 2003-2006年体育器材行业不同所有制企业流动资产

表6.7 2003-2006年体育器材行业应收帐款

表6.8 2003-2006年体育器材行业不同规模企业应收帐款

表6.9 2003-2006年体育器材行业不同所有制企业应收帐款

表6.10 2003-2006年体育器材行业固定资产净值

表6.11 2003-2006年体育器材行业不同规模企业固定资产净值

表6.12 2003-2006年体育器材行业不同所有制企业固定资产净值

表6.13 2003-2006年体育器材行业总负债

表6.14 2003-2006年体育器材行业不同规模企业总负债

表6.15 2003-2006年体育器材行业不同所有制企业总负债

表6.16 2003-2006年体育器材行业资产负债率

表6.17 2003-2006年体育器材行业流动资产周转次数

表6.18 2003-2006年体育器材行业利润总额

表6.19 2003-2006年体育器材行业不同规模企业利润总额

表6.19 2003-2006年体育器材行业不同所有制企业利润总额

表6.20 2003-2006年体育器材行业成本费用利润率

表8.1 2003-2006年中国体育器材行业销售收入增长率

表8.2 2003-2006年中国体育器材行业资产增长率

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37083.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](http://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。