



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国体育用品行业 市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008-2009年中国体育用品行业市场分析及发展趋势研究报告》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/49255.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

全国有近四亿中国人参加各类体育活动，而且这一数目还不断增加，这为中国体育用品市场带来了强大的需求。为中国创造了与世界经济接轨、参与资源全球配置的国际环境和向世界展示中国制造的体育品牌的良好机遇。国内的诸多企业为了能更好地抓住这次机遇而展开激烈的竞争。目前，中国占据了世界65%的体育用品生产份额，但对于许多世界著名体育用品品牌而言，在奥运结束后仍然关注中国，不再仅仅因为它是全球体育用品制造加工中心，更重要的是中国已跻身全球主要的体育用品消费市场。2008-2009年，耐克和阿迪达斯等国际著名体育用品品牌正加紧从北京、上海向二、三线城市扩张；而中国本土的成功品牌如李宁、安踏、特步、康威、德尔惠、361度、金莱克、鸿星尔克等，则在巩固二线、三线城市市场占有率的同时，努力扩大在一线城市的市场份额。

迄今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。随着百姓户外运动与户外旅游活动逐渐增多，这些产品在中国的市场销售规模呈现不断上升的趋势，户外运动产品将成为未来中国销售规模增长最快的体育用品。

早已跃升为世界体育强国的中国，虽然2008年北京奥运已经结束，但是还有2009年在香港举行的东亚运动会，以及2010年在广州举行的亚运会，接连不断的体育盛事将令体育用品市场再度受到关注。到2010年，中国体育用品行业占国内生产总值的比例预计仅为0.3%，与发达国家水平相差甚远，市场潜质的确非常吸引。而2012年中国体育用品市场的规模将增加至1,312亿元，复合年增长率为26%。估计到2012年时尚体育用品市场之收益高达354亿元，占整体体育用品市场的份额，将由17%升至27%。

在我国加大体育用品出口的同时，必须注意逐步由出口产品向着出口技术、设备、合资办厂过渡，由提供原材料和半成品向着品牌在境外注册等方面转化，提高产品净创汇能力及产品加工深度和附加值。在出击国际市场时，选准市场方向非常重要。在国际的主要市场上，世界品牌已盘踞多年，国产体育用品不可能一下子挤进去，应该寻找那些国际品牌产销薄弱的国家和辐射性强的自由贸易区，开发那些发达国家尚未涉足的领地，如积极参与边境贸易；加强对中亚国家的联系，拓展中东、南美及非洲等国家地区的市场，重振俄罗斯、乌克

兰市场。另外，朝鲜市场的大门将来一旦打开，各种体育用品的需求量将会猛增，加之气候、民俗及生理条件相近，使销售成本大大降低，这将是一个不可多得的发展市场。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、中国海关总署、国家体育总局、中国文教体育用品协会、中国体育用品联合会、中国轻工业联合会、中国行业研究网、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，从体育用品的发展现状、进出口及主要细分行业的市场状况、消费者需求、行业主要竞争格局以及体育用品业未来发展趋势等多方面深度剖析，全面展示体育用品市场现状，揭示体育用品市场潜在需求与潜在机会，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。

【 目录 】

第一部分 行业概述及经济环境分析

第一章 体育产业相关概述及经济环境分析 1

第一节 体育概述 1

一、体育起源 1

二、体育的相关概念 3

三、我国体育的特色 5

四、我国体育产业在经济发展中的作用 6

第二节 体育用品概述 12

一、体育用品的分类历史与现状 12

二、体育产业的界定及产业化特征 14

三、健身器材简述 15

第三节 2008-2009年我国体育用品经济环境分析 18

一、2008年我国工业经济运行总体情况 18

二、目前我国经济面临的困境分析 30

三、未来我国经济持续增长潜力分析 31

四、2008-2009年我国改善民生经济政策分析 32

五、2008-2009年金融风暴形势下中国经济走势分析 35

六、2009年我国经济发展五大任务 37

七、2009年我国经济发展预测 41

第二部分 行业市场发展分析

第二章 国内外体育业发展分析 45

第一节 世界体育产业发展分析 45

一、体育产业的内涵 45

二、世界体育发展史 45

三、世界强国体育产业的发展概况 46

四、美国体育发展史 48

五、美国体育学科发展分析 52

六、体育全球化发展分析 60

第二节 我国体育产业发展分析 62

一、当前我国体育产业的现状分析 62

二、我国体育产业发展潜力 68

三、我国的体育产业发展对策 69

第三节 国内外体育市场分析 71

一、国外体育产业的主要市场分析 72

二、我国体育产业的主要市场分析 74

第四节 我国体育产业市场化融资渠道分析 76

一、我国体育产业融资渠道的历史沿革与现状分析 76

二、加强我国体育产业市场化融资渠道的基础和条件 77

三、拓宽我国体育产业市场化融资渠道的分析 78

第五节 困扰我国体育产业发展的问题分析 80

一、体育从业者观念问题 80

二、体育竞赛表演业经营问题 81

三、体育服务和产品问题 81

四、体育场馆管理与体制问题 82

五、体育人才缺乏问题 82

第六节 体育产业价值链浅析 83

一、将价值链引入体育产业的背景 83

二、价值链管理理论的意义 84

三、体育产业价值链管理的重要作用 85

四、体育产业的管理创新 86

第三章 2008年世界体育用品市场发展分析 87

第一节 2008年国际体育用品市场发展分析 87

一、2008年国际体育用品市场动向 87

二、2008年国外部分体育用品巨头发展动态 88

三、2008年美国 and 欧洲金融危机对泰国体育用品出口影响 91

第二节 部分国家体育用品市场发展分析 92

一、美国 92

二、日本 93

三、韩国 96

四、巴西 97

第四章 我国体育用品市场发展分析 99

第一节 我国体育用品业的现状分析 99

一、我国体育用品业发展现状 99

二、促进我国体育用品产业转型探讨 102

三、我国体育用品产业发展问题 103

四、中国体育用品业全球化发展分析 104

五、中国文教体育用品概况 106

第二节 体育用品消费者的影响要素及市场需求分析 108

一、体育商品价格变动 109

二、收入水平对居民体育消费行为的影响 110

三、体育用品消费者的市场需求分析 111

第三节 我国体育用品市场分析 112

一、中国体育用品市场品牌发展分析 112

二、2008年中国体育用品消费市场规模情况 115

三、我体育用品市场零售格局 117

四、2008年我国文教体育用品市场分析 118

五、我国体育用品企业出击国际市场研究 119

六、近年来户外运动体育用品需求分析 122

第四节 近年来我国体育用品企业发展积极因素分析	123
一、国家经济因素	124
二、居民体育消费水平因素	124
三、世界级体育事件因素	124
四、国内产业结构调整因素	125
第五节 2008年奥运前后我国体育用品市场分析	125
一、2008年奥运前我国体育用品市场动态	125
二、2008年奥运后我国体育用品市场分析	126
三、2008年奥运会期间天津体育用品市场分析	129
第六节 体育用品产业从专卖店到专业店的发展思考	131
一、关于专卖店到专业店的萌芽思考	131
二、关于专卖店到专业店的先发企业思考	132
三、关于专卖店到专业店的进退问题思考	132
四、关于专卖店到专业店的深层次原因思考	133
五、关于专卖店到专业店的影响思考	134
第五章 2008年我国体育用品经济运行分析	136
第一节 2008年我国体育用品制造业经济运行分析	136
一、2008年我国体育用品制造业主要经济指标分析	136
二、2008年我国体育用品制造业销售收入前十家企业	146
第二节 2008年我国文教体育用品制造业经济运行分析	146
一、2008年我国文教体育用品制造业主要经济指标分析	146
二、2008年我国文教体育用品制造业销售收入前十家企业	156
第六章 我国体育用品进出口分析	157
第一节 2008年我国体育用品进出口分析	157
一、2008年上半年我国体育用品类产品出口情况	157
二、2008年我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进出口情况	157
三、2008年我国体育用品出口侵权问题分析	161
第二节 2008年我国部分地区体育用品进出口分析	162
一、北京市	162
二、广东省	162

三、福建省 165

四、浙江宁波市 166

第三部分 细分行业和上游产业发展分析

第七章 体育用品细分行业发展分析 169

第一节 体育服装 169

一、体育服饰行业的特征 169

二、中国专业体育服装市场格局的演变分析 172

三、中国运动服面临“时装”发展大趋势分析 174

四、不同层面厂家的战略模式 174

五、2008年我国体育服装品牌发展分析 179

六、2008年中国体育服装企业发展动态 181

七、2008年体育服装时尚化发展潮流探讨 182

八、体育服装商机分析 183

九、体育服饰业未来市场格局预测 184

第二节 健身器材 185

一、国外健身器材发展趋势分析 185

二、中国机械健身器的发展道路分析 187

三、我国健身器材市场需求分析 188

四、2010年全球健身器材市场发展预测 190

第三节 运动鞋 191

一、2008年我国运动鞋市场分析 191

二、国内外运动鞋企业科技实力分析 193

三、2008-2009年品牌运动鞋企定位营销分析 196

四、中国运动鞋的发展趋势分析 200

第四节 球类体育用品 206

一、中国球类体育用品商机分析 206

二、中国当前高尔夫球发展的概况 208

三、中国当前高尔夫球发展的现状及策略分析 212

第八章 2008年体育用品上游产业发展分析 216

第一节 2008年钢铁行业发展分析 216

一、钢铁与体育用品的关联	216
二、2008年我国钢的产量情况	216
三、我国钢铁业发展的不利因素	226
四、2008年我国钢铁进出口情况	228
五、2008年12月我国钢铁行业市场分析	230
六、全球钢铁工业发展趋势分析	231
七、我国钢铁物流的现状和发展趋势	245
八、2009-2010年我国钢铁行业发展趋势	248
第二节 2008年皮革行业发展分析	251
一、皮革与体育用品的关联	251
二、2008年我国轻革产量情况	251
三、我国皮革行业发展现状	259
四、2008年金融危机下我国皮革市场走势分析	260
五、2008-2009年我国皮革进出口变化新动向	264
六、改革开放三十年来浙江皮革市场发展分析	268
第三节 2008年塑料行业发展分析	269
一、塑料与体育用品的关联	269
二、2008年我国塑料制品产量情况	269
三、2008年我国塑料及其制品进口情况	279
四、2008年我国塑料及其制品出口情况	281
五、金融危机下我国塑料行业发展现状及对策	283
六、2008年12月塑料市场走势分析	285
第四节 2008年我国服饰面料行业发展分析	286
一、面料与体育用品的关联	286
二、面料概述	286
三、2008年我国棉布产量情况	287
四、2008年我国非织造布产量情况	297
五、2008年我国面料业发展现状	303
六、2008年11月我国里料、面料市场分析	305
七、2008年我国运动休闲面料市场分析	305
八、2008年我国棉布进口情况	307
九、2008年我国棉布出口情况	309

十、2009/2010秋冬我国纺织面料流行趋势	312
第五节 2008年橡胶行业分析	314
一、橡胶与体育用品的关联	314
二、2008年我国合成橡胶产量情况	314
三、2008年我国橡胶行业发展现状	322
四、2008年我国橡胶及其制品进口情况	323
五、2008年我国橡胶及其制品出口情况	324
六、金融危机对我国橡胶行业的影响及对策	326

第四部分 行业竞争分析

第九章 体育用品竞争与营销分析	329
第一节 体育用品行业国际竞争力影响因素分析	329
一、生产要素	329
二、需求条件	330
三、相关和支持性产业	331
四、企业的战略、结构和竞争对手	331
第二节 我国体育用品市场竞争分析	332
一、国内体育用品市场竞争格局分析	332
二、奥运期间我国体育用品市场竞争分析	334
三、我国体育用品市场竞争走势分析	336
第三节 中国运动体育品牌建立的要素分析	338
一、冲破“瓶颈”需要系统的品牌规划	338
二、细分市场分析	339
三、建立品牌与消费者联系的纽带	340
第四节 体育用品整合资源营销分析	341
一、整合科技资源与品牌核心能力关联分析	342
二、整合体育资源与品牌国际化关联分析	343
三、整合娱乐资源与品牌新活力关联分析	344
四、整合网络资源与品牌沟通关联分析	346
第五节 体育用品的品牌整体设计分析	347
一、产品再设计——我形我塑	348
二、品牌再设计——情感对接	349

第六节 体育用品网络营销分析	352
一、体育用品网络营销模式分析	352
二、网络直销对体育用品产业零售格局影响分析	354
第十章 体育用品重点企业分析	358
第一节 耐克公司	358
一、公司简介	358
二、公司文化	359
三、耐克公司变革策略分析	363
四、耐克公司的经营策略	365
五、耐克在中国的发展分析	367
六、2008年耐克市场销售分析	372
七、耐克公司未来5年内的销售预测	372
第二节 阿迪达斯集团	373
一、集团简介	373
二、阿迪达斯占据优势市场的策略分析	374
三、阿迪达斯和耐克争夺市场探讨	378
第三节 李宁有限公司	379
一、公司简介	379
二、李宁公司发展目标展望	381
三、2008年公司动态	382
第四节 安踏公司	384
一、公司简介	384
二、安踏品牌经营战略剖析	385
三、安踏营销策略分析	392
四、安踏销售体系与渠道建设全透视	395
五、2008年公司市场经营情况	397
第五节 青岛双星股份有限公司	398
一、公司简介	398
二、2007-2008年公司财务分析	399
三、2008年公司动态	403
第六节 鸿星尔克集团	405

一、集团简介	405
二、鸿星尔克经营策略分析	406
三、2008年鸿星尔克奥运营销及品牌推广	411
四、鸿星尔克品牌建设成果分析	419
五、2008年公司动态	420
第七节 上海红双喜有限公司	420
一、公司简介	420
二、公司发展历史及其影响	421
三、2008年公司动态	422
第八节 福建泉州匹克集团	422
一、公司简介	422
二、匹克人才策略分析	424
三、匹克经营和营销策略分析	424
四、匹克国际化发展分析	428
五、匹克品牌发展分析	430
六、2008年公司动态	436
第九节 美津浓(中国)体育用品公司	437
一、公司简介	437
二、公司品牌分析	437
三、公司文化和经营策略	439
四、美津浓百年经典营销回顾	444
五、2008年公司动态	446
第十节 其他体育用品重点企业分析	447
一、福建省万年青运动器材制造有限公司	447
二、中山广盛运动器材有限公司	451
三、泰山体育器材集团有限公司	451
四、威海光威集团有限责任公司	452
五、厦门群鑫机械工业有限公司	453
六、乔山健康科技(上海)有限公司	454
七、山东英克莱集团有限公司	454
八、厦门新凯复材科技有限公司	455

第五部分 行业发展趋势和策略分析

第十一章 体育用品行业发展趋势和预测 457

第一节 体育用品行业发展趋势 457

一、未来我国体育用品业发展趋势 457

二、未来户外体育用品发展前景及趋势 459

三、国产体育用品发展趋势 459

四、2009年体育用品产业发展趋势 460

第二节 体育用品市场及营销趋势 464

一、2009年我国体育用品部分龙头企业市场销售预测 464

二、2012年中国体育用品市场发展趋势 466

三、体育用品网络营销趋势 466

第十二章 体育用品行业发展策略分析 469

第一节 我国体育用品市场发展的策略分析 469

一、转变观念策略 469

二、与国际著名品牌合作策略 469

三、加强国内体育用品企业的联合、重组策略 470

四、优化体育用品，营造国际品牌形象策略 470

五、加强体育用品标准化建设策略 471

第二节 体育用品的品牌经营策略分析 471

一、体育用品品牌营销浅析 471

二、体育用品企业营销中的问题及建议 473

三、节假日营销策略 474

第三节 二、三线运动品牌营销策略分析 480

一、重塑企业远见策略 480

二、塑造产品力策略 482

三、着力渠道驱动带动品牌驱动策略 484

四、结点营销策略 486

五、整合供应链策略 486

六、构筑良好营运系统策略 487

图表目录

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况	19
图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况	19
图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况	20
图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况	20
图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况	21
图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况	21
图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况	22
图表：2008年9月我国原煤原油产量	22
图表：2008年9月我国部分轻工业产品产量	22
图表：2008年9月我国主要能源炼制品产量	22
图表：2008年9月我国主要化学工业制品产量	23
图表：2008年9月我国主要冶金工业产品产量	23
图表：2008年9月我国设备工业主要产品产量情况	23
图表：2008年9月我国主要交通工具产品产量情况	24
图表：2008年9月我国主要发电设备产量情况	24
图表：2008年9月我国部分家电工业产品产量情况	24
图表：2008年9月我国部分电子工业产品产量情况	24
图表：2008年9月我国发电量情况	25
图表：2008年2月工业增加值增长速度	25
图表：2008年3月工业增加值增长速度	25
图表：2008年4月工业增加值增长速度	25
图表：2008年5月工业增加值增长速度	26
图表：2008年6月工业增加值增长速度	26
图表：2008年7月工业增加值增长速度	27
图表：2008年8月工业增加值增长速度	27
图表：2008年9月工业增加值增长速度	27
图表：美国CIP学科专业目录	57
图表：春田学校体育学科学位与专业设置	58
图表：2008年1-8月体育用品制造业主要经济指标国有企业合计	136
图表：2008年1-8月体育用品制造业主要经济指标集体企业合计	137
图表：2008年1-8月体育用品制造业主要经济指标股份合作企业合计	139
图表：2008年1-8月体育用品制造业主要经济指标股份制企业合计	140

图表：2008年1-8月体育用品制造业主要经济指标私营企业合计	141
图表：2008年1-8月体育用品制造业主要经济指标外资企业合计	143
图表：2008年1-8月体育用品制造业主要经济指标其他企业合计	144
图表：2008年2月我国体育用品制造业销售收入前十家企业	146
图表：2008年1-8月文教体育用品制造业主要经济指标国有企业合计	146
图表：2008年1-8月文教体育用品制造业主要经济指标集体企业合计	148
图表：2008年1-8月文教体育用品制造业主要经济指标股份合作企业合计	149
图表：2008年1-8月文教体育用品制造业主要经济指标股份制企业合计	150
图表：2008年1-8月文教体育用品制造业主要经济指标私营企业合计	152
图表：2008年1-8月文教体育用品制造业主要经济指标外资企业合计	153
图表：2008年1-8月文教体育用品制造业主要经济指标其他企业合计	154
图表：2008年2月我国文教体育用品制造业销售收入前十家企业	156
图表：2008年1月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进口数据	157
图表：2008年1月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装出口数据	157
图表：2008年2月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进口数据	157
图表：2008年2月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装出口数据	157
图表：2008年3月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进口数据	158
图表：2008年3月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装出口数据	158
图表：2008年1季度我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进口数据	158
图表：2008年1季度我国运动服、滑雪服及游泳服等服装出口数据	158
图表：2008年4月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进口数据	158
图表：2008年4月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装出口数据	158
图表：2008年5月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进口数据	158
图表：2008年5月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装出口数据	159
图表：2008年6月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进口数据	159
图表：2008年6月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装出口数据	159
图表：2008年2季度我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进口数据	159
图表：2008年2季度我国运动服、滑雪服及游泳服等服装出口数据	159
图表：2008年7月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进口数据	159
图表：2008年7月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装出口数据	159
图表：2008年8月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进口数据	160
图表：2008年8月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装出口数据	160

图表：2008年9月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进口数据	160
图表：2008年9月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装出口数据	160
图表：2008年3季度我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进口数据	160
图表：2008年3季度我国运动服、滑雪服及游泳服等服装出口数据	160
图表：2008年10月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装进口数据	160
图表：2008年10月我国运动服、滑雪服及游泳服等服装出口数据	161
图表：体育服饰厂家“金字塔”标示图	171
图表：2007中国球类制造业十强企业	208
图表：2008年2-10月钢产量全国合计	216
图表：2008年2-10月钢产量河北省合计	216
图表：2008年2-10月钢产量吉林省合计	217
图表：2008年2-10月钢产量江苏省合计	217
图表：2008年2-10月钢产量福建省合计	217
图表：2008年2-10月钢产量河南省合计	218
图表：2008年2-10月钢产量广东省合计	218
图表：2008年2-10月钢产量重庆市合计	218
图表：2008年2-10月钢产量云南省合计	219
图表：2008年2-10月钢产量新疆区合计	219
图表：2008年2-10月钢产量青海省合计	219
图表：2008年2-10月钢产量北京市合计	220
图表：2008年2-10月钢产量山西省合计	220
图表：2008年2-10月钢产量黑龙江合计	220
图表：2008年2-10月钢产量浙江省合计	221
图表：2008年2-10月钢产量江西省合计	221
图表：2008年2-10月钢产量湖北省合计	221
图表：2008年2-10月钢产量广西区合计	222
图表：2008年2-10月钢产量四川省合计	222
图表：2008年2-10月钢产量陕西省合计	222
图表：2008年2-10月钢产量天津市合计	223
图表：2008年2-10月钢产量辽宁省合计	223
图表：2008年2-10月钢产量上海市合计	223
图表：2008年2-10月钢产量安徽省合计	224

图表：2008年2-10月钢产量山东省合计	224
图表：2008年2-10月钢产量湖南省合计	224
图表：2008年2-10月钢产量海南省合计	225
图表：2008年2-10月钢产量贵州省合计	225
图表：2008年2-10月钢产量甘肃省合计	225
图表：2008年2-10月钢产量内蒙古合计	226
图表：2008年1月我国钢铁进出口数据	228
图表：2008年2月我国钢铁进出口数据	228
图表：2008年3月我国钢铁进出口数据	228
图表：2008年1季度我国钢铁进出口数据	228
图表：2008年4月我国钢铁进出口数据	229
图表：2008年5月我国钢铁进出口数据	229
图表：2008年6月我国钢铁进出口数据	229
图表：2008年2季度我国钢铁进出口数据	229
图表：2008年7月我国钢铁进出口数据	229
图表：2008年8月我国钢铁进出口数据	229
图表：2008年9月我国钢铁进出口数据	229
图表：2008年3季度我国钢铁进出口数据	229
图表：2008年10月我国钢铁进出口数据	230
图表：2008年2-10月轻革产量全国合计	251
图表：2008年2-10月轻革产量河北省合计	251
图表：2008年2-10月轻革产量吉林省合计	251
图表：2008年2-10月轻革产量江苏省合计	252
图表：2008年2-10月轻革产量福建省合计	252
图表：2008年2-10月轻革产量河南省合计	252
图表：2008年2-10月轻革产量广东省合计	253
图表：2008年2-10月轻革产量重庆市合计	253
图表：2008年2-10月轻革产量新疆区合计	253
图表：2008年2-10月轻革产量青海省合计	254
图表：2008年2-10月轻革产量北京市合计	254
图表：2008年2-10月轻革产量浙江省合计	255
图表：2008年2-10月轻革产量江西省合计	255

图表：2008年2-10月轻革产量湖北省合计	255
图表：2008年2-10月轻革产量广西区合计	256
图表：2008年2-10月轻革产量四川省合计	256
图表：2008年2-10月轻革产量天津市合计	256
图表：2008年2-10月轻革产量辽宁省合计	257
图表：2008年2-10月轻革产量上海市合计	257
图表：2008年2-10月轻革产量安徽省合计	257
图表：2008年2-10月轻革产量山东省合计	258
图表：2008年2-10月轻革产量湖南省合计	258
图表：2008年2-10月轻革产量甘肃省合计	258
图表：2008年2-10月轻革产量内蒙古合计	259
图表：2008年2-10月塑料制品产量全国合计	269
图表：2008年2-10月塑料制品产量北京市合计	269
图表：2008年2-10月塑料制品产量天津市合计	270
图表：2008年2-10月塑料制品产量河北省合计	270
图表：2008年2-10月塑料制品产量山西省合计	270
图表：2008年2-10月塑料制品产量内蒙古合计	271
图表：2008年2-10月塑料制品产量辽宁省合计	271
图表：2008年2-10月塑料制品产量吉林省合计	271
图表：2008年2-10月塑料制品产量黑龙江合计	272
图表：2008年2-10月塑料制品产量上海市合计	272
图表：2008年2-10月塑料制品产量江苏省合计	272
图表：2008年2-10月塑料制品产量浙江省合计	273
图表：2008年2-10月塑料制品产量安徽省合计	273
图表：2008年2-10月塑料制品产量福建省合计	273
图表：2008年2-10月塑料制品产量江西省合计	274
图表：2008年2-10月塑料制品产量山东省合计	274
图表：2008年2-10月塑料制品产量河南省合计	274
图表：2008年2-10月塑料制品产量湖北省合计	275
图表：2008年2-10月塑料制品产量湖南省合计	275
图表：2008年2-10月塑料制品产量广东省合计	275
图表：2008年2-10月塑料制品产量广西区合计	276

图表：2008年2-10月塑料制品产量海南省合计	276
图表：2008年2-10月塑料制品产量重庆市合计	276
图表：2008年2-10月塑料制品产量四川省合计	277
图表：2008年2-10月塑料制品产量贵州省合计	277
图表：2008年2-10月塑料制品产量云南省合计	277
图表：2008年2-10月塑料制品产量陕西省合计	278
图表：2008年2-10月塑料制品产量甘肃省合计	278
图表：2008年2-10月塑料制品产量青海省合计	278
图表：2008年2-10月塑料制品产量宁夏区合计	279
图表：2008年2-10月塑料制品产量新疆区合计	279
图表：2008年1月我国塑料及其制品进口数据	279
图表：2008年2月我国塑料及其制品进口数据	279
图表：2008年3月我国塑料及其制品进口数据	280
图表：2008年1季度我国塑料及其制品进口数据	280
图表：2008年4月我国塑料及其制品进口数据	280
图表：2008年5月我国塑料及其制品进口数据	280
图表：2008年6月我国塑料及其制品进口数据	280
图表：2008年2季度我国塑料及其制品进口数据	280
图表：2008年7月我国塑料及其制品进口数据	280
图表：2008年8月我国塑料及其制品进口数据	280
图表：2008年9月我国塑料及其制品进口数据	281
图表：2008年3季度我国塑料及其制品进口数据	281
图表：2008年10月我国塑料及其制品进口数据	281
图表：2008年1月我国塑料及其制品出口数据	281
图表：2008年2月我国塑料及其制品出口数据	281
图表：2008年3月我国塑料及其制品出口数据	281
图表：2008年1季度我国塑料及其制品出口数据	281
图表：2008年4月我国塑料及其制品出口数据	281
图表：2008年5月我国塑料及其制品出口数据	282
图表：2008年6月我国塑料及其制品出口数据	282
图表：2008年2季度我国塑料及其制品出口数据	282
图表：2008年7月我国塑料及其制品出口数据	282

图表：2008年8月我国塑料及其制品出口数据	282
图表：2008年9月我国塑料及其制品出口数据	282
图表：2008年3季度我国塑料及其制品出口数据	282
图表：2008年10月我国塑料及其制品出口数据	282
图表：2008年2-10月棉布产量全国合计	287
图表：2008年2-10月棉布产量河北省合计	288
图表：2008年2-10月棉布产量吉林省合计	288
图表：2008年2-10月棉布产量江苏省合计	288
图表：2008年2-10月棉布产量福建省合计	289
图表：2008年2-10月棉布产量河南省合计	289
图表：2008年2-10月棉布产量广东省合计	289
图表：2008年2-10月棉布产量重庆市合计	290
图表：2008年2-10月棉布产量云南省合计	290
图表：2008年2-10月棉布产量新疆区合计	290
图表：2008年2-10月棉布产量北京市合计	291
图表：2008年2-10月棉布产量山西省合计	291
图表：2008年2-10月棉布产量黑龙江合计	291
图表：2008年2-10月棉布产量浙江省合计	292
图表：2008年2-10月棉布产量江西省合计	292
图表：2008年2-10月棉布产量湖北省合计	292
图表：2008年2-10月棉布产量广西区合计	293
图表：2008年2-10月棉布产量四川省合计	293
图表：2008年2-10月棉布产量陕西省合计	293
图表：2008年2-10月棉布产量天津市合计	294
图表：2008年2-10月棉布产量辽宁省合计	294
图表：2008年2-10月棉布产量上海市合计	294
图表：2008年2-10月棉布产量安徽省合计	295
图表：2008年2-10月棉布产量山东省合计	295
图表：2008年2-10月棉布产量湖南省合计	295
图表：2008年2-10月棉布产量贵州省合计	296
图表：2008年2-10月棉布产量甘肃省合计	296
图表：2008年2-10月棉布产量内蒙古合计	296

图表：2008年2-10月非织造布产量全国合计	297
图表：2008年2-10月非织造布产量河北省合计	297
图表：2008年2-10月非织造布产量江苏省合计	297
图表：2008年2-10月非织造布产量福建省合计	298
图表：2008年2-10月非织造布产量河南省合计	298
图表：2008年2-10月非织造布产量广东省合计	298
图表：2008年2-10月非织造布产量重庆市合计	299
图表：2008年2-10月非织造布产量北京市合计	299
图表：2008年2-10月非织造布产量黑龙江合计	299
图表：2008年2-10月非织造布产量浙江省合计	300
图表：2008年2-10月非织造布产量江西省合计	300
图表：2008年2-10月非织造布产量湖北省合计	300
图表：2008年2-10月非织造布产量陕西省合计	301
图表：2008年2-10月非织造布产量天津市合计	301
图表：2008年2-10月非织造布产量辽宁省合计	302
图表：2008年2-10月非织造布产量上海市合计	302
图表：2008年2-10月非织造布产量安徽省合计	302
图表：2008年2-10月非织造布产量山东省合计	303
图表：2008年1月我国棉布进口数据	307
图表：2008年2月我国棉布进口数据	307
图表：2008年3月我国棉布进口数据	307
图表：2008年1季度我国棉布进口数据	307
图表：2008年4月我国棉布进口数据	307
图表：2008年5月我国棉布进口数据	308
图表：2008年6月我国棉布进口数据	308
图表：2008年2季度我国棉布进口数据	308
图表：2008年7月我国棉布进口数据	308
图表：2008年8月我国棉布进口数据	309
图表：2008年9月我国棉布进口数据	309
图表：2008年3季度我国棉布进口数据	309
图表：2008年10月我国棉布进口数据	309
图表：2008年1月我国棉布出口数据	309

图表：2008年2月我国棉布出口数据	310
图表：2008年3月我国棉布出口数据	310
图表：2008年1季度我国棉布出口数据	310
图表：2008年4月我国棉布出口数据	310
图表：2008年5月我国棉布出口数据	311
图表：2008年6月我国棉布出口数据	311
图表：2008年2季度我国棉布出口数据	311
图表：2008年7月我国棉布出口数据	311
图表：2008年8月我国棉布出口数据	311
图表：2008年9月我国棉布出口数据	312
图表：2008年3季度我国棉布出口数据	312
图表：2008年10月我国棉布出口数据	312
图表：2008年2-10月合成橡胶产量全国合计	314
图表：2008年2-10月合成橡胶产量北京市合计	314
图表：2008年2-10月合成橡胶产量天津市合计	315
图表：2008年2-10月合成橡胶产量河北省合计	315
图表：2008年2-10月合成橡胶产量山西省合计	315
图表：2008年2-10月合成橡胶产量辽宁省合计	316
图表：2008年2-10月合成橡胶产量吉林省合计	316
图表：2008年2-10月合成橡胶产量黑龙江合计	316
图表：2008年2-10月合成橡胶产量上海市合计	317
图表：2008年2-10月合成橡胶产量江苏省合计	317
图表：2008年2-10月合成橡胶产量浙江省合计	318
图表：2008年2-10月合成橡胶产量安徽省合计	318
图表：2008年2-10月合成橡胶产量江西省合计	318
图表：2008年2-10月合成橡胶产量山东省合计	319
图表：2008年2-10月合成橡胶产量河南省合计	319
图表：2008年2-10月合成橡胶产量湖南省合计	319
图表：2008年2-10月合成橡胶产量广东省合计	320
图表：2008年2-10月合成橡胶产量重庆市合计	320
图表：2008年2-10月合成橡胶产量四川省合计	321
图表：2008年2-10月合成橡胶产量云南省合计	321

图表：2008年2-10月合成橡胶产量甘肃省合计	321
图表：2008年2-10月合成橡胶产量新疆区合计	322
图表：2008年1月我国橡胶及其制品进口数据	323
图表：2008年2月我国橡胶及其制品进口数据	323
图表：2008年3月我国橡胶及其制品进口数据	323
图表：2008年1季度我国橡胶及其制品进口数据	323
图表：2008年4月我国橡胶及其制品进口数据	323
图表：2008年5月我国橡胶及其制品进口数据	323
图表：2008年6月我国橡胶及其制品进口数据	323
图表：2008年2季度我国橡胶及其制品进口数据	324
图表：2008年7月我国橡胶及其制品进口数据	324
图表：2008年8月我国橡胶及其制品进口数据	324
图表：2008年9月我国橡胶及其制品进口数据	324
图表：2008年3季度我国橡胶及其制品进口数据	324
图表：2008年10月我国橡胶及其制品进口数据	324
图表：2008年1月我国橡胶及其制品出口数据	324
图表：2008年2月我国橡胶及其制品出口数据	325
图表：2008年3月我国橡胶及其制品出口数据	325
图表：2008年1季度我国橡胶及其制品出口数据	325
图表：2008年4月我国橡胶及其制品出口数据	325
图表：2008年5月我国橡胶及其制品出口数据	325
图表：2008年6月我国橡胶及其制品出口数据	325
图表：2008年2季度我国橡胶及其制品出口数据	325
图表：2008年7月我国橡胶及其制品出口数据	325
图表：2008年8月我国橡胶及其制品出口数据	326
图表：2008年9月我国橡胶及其制品出口数据	326
图表：2008年3季度我国橡胶及其制品出口数据	326
图表：2008年10月我国橡胶及其制品出口数据	326
图表：体育赞助营销模式	343
图表：阿迪达斯复兴时期的主要业绩指标	375
图表：斐乐、阿迪达斯与耐克的业绩走势图	376
图表：阿迪达斯主要产品增长趋势	377

图表：阿迪达斯的收入地域构成	377
图表：2008年上半年青岛双星股份有限公司主营构成	399
图表：2007-2008年青岛双星股份有限公司每股指标	400
图表：2007-2008年青岛双星股份有限公司获利能力	400
图表：2007-2008年青岛双星股份有限公司经营能力	400
图表：2007-2008年青岛双星股份有限公司偿债能力	400
图表：2007-2008年青岛双星股份有限公司资本结构	401
图表：2007-2008年青岛双星股份有限公司发展能力	401
图表：2007-2008年青岛双星股份有限公司现金流量	401
图表：2007-2008年青岛双星股份有限公司主营业务收入	401
图表：2007-2008年青岛双星股份有限公司主营业务利润	402
图表：2007-2008年青岛双星股份有限公司营业利润	402
图表：2007-2008年青岛双星股份有限公司利润总额	402
图表：2007-2008年青岛双星股份有限公司净利润	403
图表：节假日经济年度曲线图	475
图表：体育用品淡旺两季体育用品年度销售规律曲线图	476
图表：节假日经济曲线与体育用品销售规律曲线比照图	477

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49255.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。