



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国文教体育用品制造行业市场统计与发展行业研究及市场发展趋势分析报告

一、调研说明

《2007年中国文教体育用品制造行业市场统计与发展行业研究及市场发展趋势分析报告》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/58225.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

2007年中国文教体育用品制造行业市场统计与发展行业研究及市场发展趋势分析报告

上篇：市场统计篇

第一章 2006年文教体育用品制造行业概况

统计指标包括：全行业企业个数、亏损企业个数、全行业职工人数、全行业资产总数、全行业负债总数、全行业销售收入总数、全行业利税总额、利润

第二章 2006年文教体育用品制造行业企业地理位置分布图

统计指标包括：全国30个省市自治区

第三章 2006年文教体育用品制造行业总体状况

第一节 2006年文教体育用品制造行业不同规模企业的经济效益状况

不同规模企业主要分为:大型企业、中型企业、小型企业以及全行业

统计指标包括：企业个数、亏损企业个数、从业人员总数、销售收入、工业总产值、资产总计、负债合计、固定资产原值、固定资产净值、利税总额、其中:利润、亏损企业亏损总额、资产周转率、固定资产周转率、流动资产周转率、存货周转率、应收帐款周转率、资产负债率、产权比率、流动比率、速动比率、人均销售额、人均利润额、销售利润率、销售毛利率、资产报酬率、净资产收益率、资本保值增值率、成本费用利润率、全员劳动生产率

第二节 2006年文教体育用品制造行业不同经济类型企业经济效益状况

不同经济类型主要分为:国有企业、集体企业、股份制企业、私营企业、三资企业、其他类型以及全行业

统计指标包括：企业个数、亏损企业个数、从业人员总数、销售收入、工业总产值、资产总计、负债合计、固定资产原值、固定资产净值、利税总额、其中:利润、亏损企业亏损总额、资产周转率、固定资产周转率、流动资产周转率、存货周转率、应收帐款周转率、资产负债率、产权比率、流动比率、速动比率、人均销售额、人均利润额、销售利润率、销售毛利率、资产报酬率、净资产收益率、资本保值增值率、成本费用利润率、全员劳动生产率

第三节 2006年文教体育用品制造行业分地区企业的经济效益状况

分地区为：全国30个省市自治区

统计指标包括：企业个数、亏损企业个数、从业人员总数、销售收入、工业总产值、资产总计、负债合计、固定资产原值、固定资产净值、利税总额、其中:利润、亏损企业亏损总额、资产周转率、固定资产周转率、流动资产周转率、存货周转率、应收帐款周转率、资产负债率、产权比率、流动比率、速动比率、人均销售额、人均利润额、销售利润率、销售毛利率、资产报酬率、净资产收益率、资本保值增值率、成本费用利润率、全员劳动生产率

第四节 2003-2006年文教体育用品制造行业发展状况

2003-2006年文教体育用品制造行业发展状况包括内容：2004年、2005年、2006年三年统计数据以及增长率

统计指标包括：企业个数、亏损企业个数、从业人员总数、销售收入、工业总产值、资产总计、负债合计、固定资产原值、固定资产净值、利税总额、其中:利润、亏损企业亏损总额、资产周转率、固定资产周转率、流动资产周转率、存货周转率、应收帐款周转率、资产负债率、产权比率、流动比率、速动比率、人均销售额、人均利润额、销售利润率、销售毛利率、资产报酬率、净资产收益率、资本保值增值率、成本费用利润率、全员劳动生产率

第四章 2003-2006年文教体育用品制造行业生产、销售情况

第一节 全行业生产、销售情况

统计指标包括：2006年工业总产值、2005年工业总产值、2004年工业总产值、工业总产值、工业增加值、工业销售产值、出口交货值、产销率、工业增加值占总产值的比重

第二节 2003-2006年文教体育用品制造行业生产、销售情况（分规模）

行业规模分为：大型、中型、小型以及全行业

统计指标包括：2006年工业总产值、2005年工业总产值、2004年工业总产值、工业总产值、工业增加值、工业销售产值、出口交货值、产销率、工业增加值占总产值的比重

第三节 2003-2006年文教体育用品制造行业生产、销售情况（分经济类型）

经济类型分为：国有企业、集体企业、股份制企业、私营企业、三资企业、其他类型以及全行业

统计指标包括：企业数、2006年工业总产值、2005年工业总产值、2004年工业总产值、工业总产值、工业增加值、工业销售产值、出口交货值、产销率、工业增加值占总产值的比重

第四节 2006年文教体育用品制造行业生产、销售情况（分地区）

地区分为：华北、东北、华东、中南、西南、西北及30个省市

统计指标包括：2005年工业总产值、2004年工业总产值、工业总产值、工业增加值、工业销售产值、出口交货值、产销率、工业增加值占总产值的比重

第五章 2006年文教体育用品制造行业产品销售份额集中度分析

第一节 按企业分析

统计指标包括：2006年销售收入、2006年全国销售收入的百分比、2005年销售收入、2005年全国销售收入的百分比、2004年销售收入、占全国销售收入的百分比及变化率

第二节 2006年文教体育用品制造行业销售收入按地区分析

统计指标包括：2006年销售收入、2006年全国销售收入的百分比、2005年销售收入、2005年全国销售收入的百分比、2004年销售收入、占全国销售收入的百分比及变化率

第三节 2006年文教体育用品制造行业销售收入按城市分析

统计指标包括：2006年销售收入、2006占全国销售收入的百分比、2005年销售收入、2005占全国销售收入的百分比、2004年销售收入、占全国销售收入的百分比及变化率

第四节 2006年文教体育用品制造行业销售收入按不同经济类型分析

经济类型分为：国有企业、集体企业、股份制企业、私营企业、三资企业、其他类型以及全行业

统计指标包括：2006年销售收入、2006占全国销售收入的百分比、2005年销售收入、2005占全国销售收入的百分比、2004年销售收入、占全国销售收入的百分比及变化率

第五节 2006年文教体育用品制造行业销售收入按不同规模分析

行业规模分为：大型、中型、小型以及全行业

统计指标包括：2006年销售收入、2006占全国销售收入的百分比、2005年销售收入、2005占全国销售收入的百分比、2004年销售收入、占全国销售收入的百分比及变化率

第六章 2006年文教体育用品制造行业主要产品总产量

统计指标包括：各主要产品2003-2006年总产量及增长率

第七章 2006年文教体育用品制造行业主要产品进出口情况

第一节 主要产品进出口量值表

统计指标包括：各主要产品2004-2006年进出口总量（数量以及金额）

第二节 2006年1-12月各月文教体育用品制造行业主要产品进出口表

统计指标包括：各主要产品2006年1-12月进出口总量（数量以及金额）各主要产品2005年1-12月进出口总量（数量以及金额）

第三节 2006年文教体育用品制造行业主要产品分国别进出口量值表

国别分为：美国、日本、马来西亚、新加坡、德国、澳大利亚、印度……

统计指标包括：2006年出口量、2006年进口量及增长率、2005年出口量、2005年进口量及增长率

第四节 2006年文教体育用品制造行业主要产品分地区进出口量值表

地区分为：国内主要出口个省市

统计指标包括：2006年出口量、2006年进口量及增长率、2005年出口量、2005年进口量及增长率

第五节 2006年文教体育用品制造行业主要产品进出口状况

统计指标包括：数量、金额

第八章 2006年文教体育用品制造行业重点企业信息

（按销售收入前十家主要企业）

统计指标包括：企业地址、邮编、电话、法人、开业时间、从业人员、行业类别、经济类型、属关系、企业规模、销售收入、资产总计、固定资产净值.....

下篇：发展分析篇

第九章 国内国际文教体育用品制造行业现状分析

第一节 宏观经济形势与政策环境

一、宏观经济形势分析

二、政府对产业的政策及影响分析

第二节 全球行业现状及发展趋势

一、行业的发展状况

二、当前行业发展特点

三、全球市场环境分析

四、主要行业企业

五、行业的发展趋势

第十章 国内文教体育用品制造行业存在问题及应对策略

第一节 国内文教体育用品制造行业存在问题以及发展限制

第二节 国内文教体育用品制造行业企业应对策略

第十一章 文教体育用品制造行业市场供求现状及趋势分析

第一节 文教体育用品制造行业国内市场供需情况分析

第二节 文教体育用品制造行业市场需求发展趋势

第十二章 文教体育用品制造行业重点企业经营策略分析

文教体育用品制造行业重点企业5-10家，内容如下：

一、企业生产经营能力

二、企业财务状况

三、企业经营策略

四、企业发展方向

第十三章 文教体育用品制造行业企业营销策略分析

第一节 营销策略

第二节 借鉴发展

第十四章 文教体育用品制造产业投资分析及市场发展趋势研究报告

第一节 文教体育用品制造产业投资环境

第二节 文教体育用品制造产业投资风险

第三节 文教体育用品制造产业投资建议

第十五章 文教体育用品制造行业发展趋势及企业应对策略

第一节 文教体育用品制造行业发展趋势

第二节 文教体育用品制造行业企业应对策略

部分图表目录：

图表：2006年行业区域分布图

图表：2006年企业地理位置分布图

图表：2006年行业总体状况

图表：2006年不同规模企业的经济效益状况

图表：2006年不同经济类型企业经济效益状况

图表：2006年分地区企业的经济效益状况

图表：2003-2006年行业发展状况

图表：2003-2006年行业生产、销售情况

图表：2003-2006年全行业生产、销售情况

图表：2003-2006年行业生产、销售情况（分规模）

图表：2003-2006年行业生产、销售情况（分经济类型）

图表：2003-2006年行业生产、销售情况（分地区）

图表：2006年行业产品销售份额集中度分析

图表：2006年行业主要产品销售收入按企业分析

图表：2006年行业主要产品销售收入行业按地区分析

图表：2006年行业主要产品销售收入按城市分析

图表：2006年行业主要产品销售收入按不同经济类型分析

图表：2006年行业主要产品销售收入按不同规模分析

图表：2003-2006年主要产品总产量

图表：2003-2006年行业主要产品进出口情况

图表：2003-2006年主要产品进出口量值表

图表：2006年1-12月各月行业主要产品进出口表

图表：2003-2006年主要产品分国别进出口量值表

图表：2003-2006年主要产品分地区进出口量值表

图表：2002-2006年进出口状况

图表：行业重点企业信息（按销售收入前十家主要企业）

略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/58225.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提供专业投资咨询报告、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。