

# 2015-2020年中国体育市场 竞争力分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2015-2020年中国体育市场竞争力分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/tiyu1411/5012851NAH.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-11-11

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国体育市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了体育产业的概念、特点、分类、与体育事业的区别，接着分析了国际国内体育产业的现状，然后具体介绍了体育主体产业、体育用品业、体育服务业的发展。随后，报告对体育产业区域发展、产业基地建设、营销和重点企业经营状况做了透彻解析，最后重点分析了体育产业的投资潜力、存在风险及建议，并科学预测了其未来前景趋势。

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。

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。

近年来，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。

2014年10月，国务院印发了《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，把全民健身上升为国家战略，把增强人民体质、提高健康水平作为根本目标，把体育产业作为绿色产业、朝阳产业进行扶持，力争到2025年，体育产业总规模超过5万亿元，成为推动经济社会持续发展的重要力量。这是国家从产业角度为体育产业发展定下基调，未来体育产业的发展空间值得期待。

## 报告目录

### 第一章 体育产业相关概述

#### 1.1 体育产业简介

##### 1.1.1 体育产业的概念

##### 1.1.2 体育产业的特点

##### 1.1.3 体育产业的分类

- 1.2 体育产业与体育事业
  - 1.2.1 体育事业的概念
  - 1.2.2 体育产业与体育事业的关系
  - 1.2.3 体育产业与体育事业的区别

## 第二章 2012-2014年中国体育产业的发展环境分析

- 2.1 宏观经济与体育产业
  - 2.1.1 体育产业与经济发展的相互作用
  - 2.1.2 体育经济在国民经济的作用
  - 2.1.3 中国体育经济政策的解析
  - 2.1.4 加快我国体育经济发展的建议
- 2.2 中国体育产业政策环境总析
  - 2.2.1 体育产业政策环境良好
  - 2.2.2 2014年政府发文促进体育消费
  - 2.2.3 我国促进体育产业发展的主要措施
- 2.3 体育产业的政策体系
  - 2.3.1 体育产业一般经济政策分析
  - 2.3.2 体育主体产业政策
  - 2.3.3 体育相关产业政策
  - 2.3.4 体育内部产业政策
- 2.4 体育产业发展的政策选择
  - 2.4.1 体育产业布局政策的选择
  - 2.4.2 体育产业结构政策的选择
  - 2.4.3 体育产业组织政策的选择

## 第三章 2012-2014年体育产业发展概况

- 3.1 2012-2014年国际体育产业综述
  - 3.1.1 国际体育产业发展历史
  - 3.1.2 全球体育产业结构分析
  - 3.1.3 西方体育产业运行机制
  - 3.1.4 世界主要国家体育产业的发展
  - 3.1.5 国际体育产业发展的问题

- 3.2 2012-2014年中国体育产业发展分析
  - 3.2.1 中国体育产业发展的历史阶段
  - 3.2.2 我国体育产业的发展现状
  - 3.2.3 中国体育产业渐入佳境
  - 3.2.4 我国体育产业发展取得进一步规范
  - 3.2.5 中国体育产业品牌运作分析
- 3.3 2012-2014年中国体育产业消费需求分析
  - 3.3.1 体育消费者形态分析
  - 3.3.2 体育消费者的需要与动机分析
  - 3.3.3 中国体育消费状况
  - 3.3.4 中国居民体育消费需求分析
  - 3.3.5 “观赏型”体育消费市场供需分析
  - 3.3.6 中国女性成为体育消费的生力军
  - 3.3.7 现代传媒对城市居民体育消费观的影响剖析
- 3.4 高校体育产业的发展
  - 3.4.1 高校体育产业发展的优势
  - 3.4.2 高校体育产业的特征和产业结构分析
  - 3.4.3 制约高校体育产业发展的因素
  - 3.4.4 我国高校体育产业发展的措施
  - 3.4.5 高校体育产业前景可观
- 3.5 中国体育产业存在的问题
  - 3.5.1 五大问题制约体育产业发展
  - 3.5.2 中国体育市场发展存在的不足
  - 3.5.3 社区体育产业发展存在的困扰
  - 3.5.4 中国体育产业税收政策存在的问题解析
- 3.6 中国体育产业发展的对策
  - 3.6.1 以科学的政策扶持中国体育产业的发展
  - 3.6.2 中国体育产业发展的八大建议
  - 3.6.3 推进我国体育产业化进程的措施
  - 3.6.4 社区体育产业建设对策
  - 3.6.5 体育产业信息化发展方案
  - 3.6.6 体育消费的建议与对策

- 3.6.7 现代体育产业培育的思路和途径
- 3.6.8 标准化是中国体育产业做强做大的出路

#### 第四章 2012-2014年中国体育主体产业分析

- 4.1 竞技体育业
  - 4.1.1 世界竞技体育发展态势
  - 4.1.2 中国竞技体育产业发展阶段
  - 4.1.3 竞技体育产业化经营分析
  - 4.1.4 中美两国竞技体育与教育结合的比较分析
  - 4.1.5 中国竞技体育管理体制与运行机制探讨
  - 4.1.6 中国未来竞技体育的发展
- 4.2 体育健身娱乐业
  - 4.2.1 体育健身娱乐业的特征及构成
  - 4.2.2 体育健身娱乐业的地位
  - 4.2.3 中国健身娱乐产业的发展总况
  - 4.2.4 中国体育健身娱乐市场存在问题
  - 4.2.5 促进体育健身娱乐市场发展的建议
  - 4.2.6 我国推动健身产业发展的策略
- 4.3 体育资产经营业
  - 4.3.1 体育产业固定资产的经营管理
  - 4.3.2 体育无形资产管理与开发分析
  - 4.3.3 中国竞技体育无形资产解析

#### 第五章 2012-2014年中国体育用品业分析

- 5.1 2012-2014年国际体育用品市场概况
  - 5.1.1 世界体育用品市场发展状况
  - 5.1.2 中东体育用品市场全面解析
  - 5.1.3 美国体育用品市场的发展
  - 5.1.4 俄罗斯体育用品市场发展态势良好
  - 5.1.5 加拿大体育用品产业发展详解
  - 5.1.6 德国体育用品市场综述
- 5.2 2012-2014年中国体育用品业状况

- 5.2.1 我国体育用品行业发展综述
- 5.2.2 中国体育用品行业透析
- 5.2.3 中国体育用品行业发展的积极因素
- 5.2.4 中国体育用品行业凸显国际化趋势
- 5.3 中国体育用品制造行业财务状况
- 5.3.1 2010-2014年6月中国体育用品制造行业经济规模
- 5.3.2 2010-2014年6月中国体育用品制造行业盈利能力指标分析
- 5.3.3 2010-2014年6月中国体育用品制造行业营运能力指标分析
- 5.3.4 2010-2014年6月中国体育用品制造行业偿债能力指标分析
- 5.3.5 中国体育用品制造行业财务状况综合评价
- 5.4 2012-2014年体育用品业竞争分析
- 5.4.1 中外品牌体育用品市场竞争激烈
- 5.4.2 中国体育用品行业的基本竞争准则
- 5.4.3 体育用品企业的核心竞争力分析
- 5.4.4 科技创新正成为体育用品业竞争新手段
- 5.5 体育用品业存在的问题
- 5.5.1 我国体育用品产业与发达国家之间存在的差距
- 5.5.2 我国亟待加快体育用品行业标准化进程
- 5.5.3 我国体育用品产业面临的困境
- 5.5.4 我国体育用品行业亟待转型升级
- 5.5.5 中国体育用品自主创新能力的缺失
- 5.5.6 中国体育用品企业面临的问题
- 5.5.7 中国体育用品品牌存在的掣肘
- 5.6 中国体育用品产业发展的对策
- 5.6.1 中国体育用品业国际竞争力提升对策
- 5.6.2 我国加快体育用品业标准化进程的建议
- 5.6.3 促进中国体育用品市场发展的措施
- 5.6.4 我国体育用品行业应差异化发展
- 5.6.5 中国体育用品品牌发展的建议

## 第六章 2012-2014年中国体育服务业分析

### 6.1 体育赞助业

- 6.1.1 体育赞助的组织形式及赞助对象
- 6.1.2 体育赞助的经济利益分析
- 6.1.3 中国本土体育赞助形势不容乐观
- 6.1.4 体育赞助业最新动况
- 6.1.5 中国企业体育赞助中存在的主要问题
- 6.1.6 企业进行体育赞助的对策分析
- 6.1.7 中国体育赞助业发展的对策与建议
- 6.2 体育赛事电视转播业
  - 6.2.1 体育赛事电视转播权销售方式
  - 6.2.2 奥运会电视转播权的历史变革
  - 6.2.3 中国体育赛事电视转播的历史回顾
  - 6.2.4 我国体育赛事电视转播市场的开发进程
  - 6.2.5 地方电视台体育赛事转播存在的优劣势剖析
  - 6.2.6 体育竞赛电视转播权转让的法律问题与对策
  - 6.2.7 我国体育赛事转播对策分析
- 6.3 体育彩票业
  - 6.3.1 国外体育彩票发展综述
  - 6.3.2 2013年中国体育彩票业的发展
  - 6.3.3 我国体育彩票业法制建设全面分析
  - 6.3.4 体育彩票业可持续发展的七个要素
  - 6.3.5 中国体育彩票业发展存在的问题
  - 6.3.6 促进中国体育彩票发展的措施
- 6.4 休闲体育业
  - 6.4.1 休闲体育与休闲体育产业的辨析
  - 6.4.2 中国休闲体育产业发展的条件
  - 6.4.3 中国体育休闲市场发展迅速
  - 6.4.4 我国大力发展休闲体育
  - 6.4.5 发展休闲体育产业的对策
  - 6.4.6 中国休闲体育产业将迎来发展热潮
  - 6.4.7 “十二五”中国休闲体育产业的发展趋势
- 6.5 体育保险业
  - 6.5.1 发达国家体育保险的发展状况



- 6.5.2 中国体育保险的发展概况
- 6.5.3 中国体育保险供需形势分析
- 6.5.4 我国政策助推体育保险发展
- 6.5.5 体育保险业品牌与风险共存
- 6.5.6 我国体育保险发展存在的问题及对策
- 6.6 体育旅游业
  - 6.6.1 中国体育旅游产业概述
  - 6.6.2 中国体育旅游业发展的主要因素
  - 6.6.3 体育旅游产品的发展分析
  - 6.6.4 体育旅游不同群体的需求状况
  - 6.6.5 中国发展健身体育旅游业的条件及策略
  - 6.6.6 中国体育旅游市场发展的对策与建议
- 6.7 体育广告业
  - 6.7.1 体育广告的定义和功能
  - 6.7.2 我国体育广告业发展综述
  - 6.7.3 中国体育广告业发展存在的问题
  - 6.7.4 体育广告的策略模型
  - 6.7.5 体育广告的卖点分析
  - 6.7.6 体育广告全方位策略解析

## 第七章 2012-2014年中国体育产业区域发展分析

- 7.1 广东省
  - 7.1.1 广东体育产业发展全国居首
  - 7.1.2 广东体育业发展成效显著
  - 7.1.3 广东省体育产业发展存在的问题
  - 7.1.4 广东体育业发展的保障措施
  - 7.1.5 广东体育业发展面临的机遇和挑战
  - 7.1.6 “十二五”广东体育产业发展的目标及任务
- 7.2 福建省
  - 7.2.1 福建省体育产业的发展总况
  - 7.2.2 福建出台体育产业专项资金管理办法
  - 7.2.3 福建省发展体育旅游业得天独厚

- 7.2.4 福建省体育产业发展中存在的问题
- 7.2.5 福建体育产业发展的政策措施
- 7.2.6 福建省体育产业发展的思路及目标
- 7.2.7 未来福建省体育产业发展的重点任务
- 7.3 湖南省
  - 7.3.1 湖南体育产业发展状况
  - 7.3.2 制约湖南省体育产业发展的瓶颈
  - 7.3.3 湖南体育产业发展的对策
  - 7.3.4 “十二五”湖南省体育业面临的形势
  - 7.3.5 “十二五”湖南体育产业的战略目标
- 7.4 江西省
  - 7.4.1 江西体育产业发展特征
  - 7.4.2 江西省体育旅游产业分析
  - 7.4.3 制约江西体育产业发展的因素
  - 7.4.4 发展江西体育产业建议
  - 7.4.5 江西省体育产业发展的措施
  - 7.4.6 “十二五”江西体育业发展思路及目标
  - 7.4.7 “十二五”江西体育业发展的主要任务
- 7.5 河南省
  - 7.5.1 河南省加快发展体育产业的重要意义
  - 7.5.2 河南省体育产业发展浅析
  - 7.5.3 河南省体育产业发展中存在的问题
  - 7.5.4 河南省体育产业发展对策探讨
  - 7.5.5 促进河南体育产业发展的政策措施
  - 7.5.6 河南省体育产业发展的要求及目标
  - 7.5.7 河南省体育产业发展的重点任务
- 7.6 陕西省
  - 7.6.1 陕西省体育产业发展回顾
  - 7.6.2 陕西体育产业发展存在的问题
  - 7.6.3 陕西省体育产业发展的制约因素
  - 7.6.4 陕西省城市居民体育消费水平及其制约因素
  - 7.6.5 陕西省体育产业发展战略

- 7.6.6 陕西省体育业面临的挑战和机遇
- 7.6.7 “十二五”陕西体育产业的发展目标
- 7.7 北京市
  - 7.7.1 北京市体育产业的发展环境
  - 7.7.2 北京市体育产业发展综述
  - 7.7.3 北京市体育产业发展的保障措施
  - 7.7.4 “十二五”北京市体育产业发展的战略目标
  - 7.7.5 “十二五”北京市体育产业发展的重点任务
- 7.8 上海市
  - 7.8.1 上海体育产业发展回顾
  - 7.8.2 2014年上海体育业发展动态
  - 7.8.3 上海体育产业发展存在的问题分析
  - 7.8.4 发展上海体育产业的具体措施
- 7.9 武汉市
  - 7.9.1 武汉市体育产业的统计状况
  - 7.9.2 武汉市居民体育消费状况分析
  - 7.9.3 武汉市体育产业的实施建议
- 7.10 呼和浩特市
  - 7.10.1 呼和浩特体育产业取得的成就
  - 7.10.2 呼和浩特体育产业发展面临的形势
  - 7.10.3 “十二五”呼和浩特体育产业发展的目标
  - 7.10.4 “十二五”呼和浩特体育产业发展的主要任务
- 7.11 其他
  - 7.11.1 山西
  - 7.11.2 甘肃
  - 7.11.3 江苏
  - 7.11.4 浙江
  - 7.11.5 安徽

## 第八章 2012-2014年中国体育产业基地建设状况

- 8.1 深圳国家体育产业基地
  - 8.1.1 深圳国家体育产业基地概况

- 8.1.2 深圳国家体育产业基地的发展思路
- 8.1.3 深圳国家体育产业基地的空间布局
- 8.2 成都市国家体育产业基地
  - 8.2.1 成都国家体育产业基地概况
  - 8.2.2 成都国家体育产业基地建设情况
  - 8.2.3 成都体育发展状况
  - 8.2.4 成都体育产业的发展目标及重点
  - 8.2.5 成都体育产业的保障措施
- 8.3 晋江国家体育产业基地
  - 8.3.1 晋江体育产业战略全面布局
  - 8.3.2 晋江国家体育产业基地建设状况
  - 8.3.3 晋江体育产业基地发展的建议
- 8.4 龙潭湖国家体育产业基地
  - 8.4.1 龙潭湖国家体育产业基地概况
  - 8.4.2 龙潭湖国家体育产业基地发展优势
  - 8.4.3 龙潭湖国家体育产业基地发展的瓶颈
  - 8.4.4 龙潭湖国家体育产业基地建设的思路
- 8.5 乐陵国家体育产业基地
  - 8.5.1 乐陵国家体育产业基地概况
  - 8.5.2 乐陵体育产业的发展
  - 8.5.3 乐陵国家体育产业基地发展规划

## 第九章 2012-2014年体育产业营销分析

- 9.1 体育市场营销的基本理论
  - 9.1.1 体育产业和体育市场营销
  - 9.1.2 体育市场营销的实施步骤
  - 9.1.3 体育市场营销策略的理论探讨
- 9.2 体育细分市场营销策略分析
  - 9.2.1 体育赞助的整合营销传播策略
  - 9.2.2 体育赛事营销方案探讨
  - 9.2.3 体育健身娱乐市场的关系营销策略
  - 9.2.4 奥运会电视转播权的营销策略分析

- 9.2.5 体育旅游营销创新策略
- 9.2.6 青少年体育用品市场营销策略探讨
- 9.3 体育产业的营销案例分析
  - 9.3.1 德国彪马运动服饰的游击营销解析
  - 9.3.2 利物浦足球俱乐部营销策略分析
  - 9.3.3 李宁的体育营销方案
  - 9.3.4 361°开辟体育营销新天地

## 第十章 2012-2014年体育产业重点企业

- 10.1 阿迪达斯集团
  - 10.1.1 公司简介
  - 10.1.2 2012年阿迪达斯经营状况
  - 10.1.3 2013年阿迪达斯经营状况
  - 10.1.4 2014年上半年阿迪达斯经营状况
- 10.2 耐克公司
  - 10.2.1 公司简介
  - 10.2.2 2012财年耐克经营状况
  - 10.2.3 2013财年耐克经营状况
  - 10.2.4 2014财年上半年耐克经营状况
- 10.3 彪马 ( PUMA )
  - 10.3.1 公司简介
  - 10.3.2 2012年彪马经营状况
  - 10.3.3 2013年彪马经营状况
  - 10.3.4 2014年上半年彪马经营状况
- 10.4 美津浓 ( MIZUNO CORPORATION )
  - 10.4.1 公司简介
  - 10.4.2 2012财年美津浓经营状况
  - 10.4.3 2013财年美津浓经营状况
  - 10.4.4 2014财年上半年美津浓经营状况
- 10.5 中体产业集团股份有限公司
  - 10.5.1 公司简介
  - 10.5.2 2012年1-12月中体产业经营状况分析

- 10.5.3 2013年1-12月中体产业经营状况分析
- 10.5.4 2014年1-6月中体产业经营状况分析
- 10.6 安踏（中国）有限公司
  - 10.6.1 公司简介
  - 10.6.2 2012年1-12月安踏体育经营状况分析
  - 10.6.3 2013年1-12月安踏体育经营状况分析
  - 10.6.4 2014年1-6月安踏体育经营状况分析
- 10.7 李宁体育用品有限公司
  - 10.7.1 公司简介
  - 10.7.2 2012年1-12月李宁经营状况分析
  - 10.7.3 2013年1-12月李宁经营状况分析
  - 10.7.4 2014年1-6月李宁经营状况分析
- 10.8 中国动向（集团）有限公司
  - 10.8.1 公司简介
  - 10.8.2 2012年1-12月中国动向经营状况分析
  - 10.8.3 2013年1-12月中国动向经营状况分析
  - 10.8.4 2014年1-6月中国动向经营状况分析
- 10.9 信隆实业（深圳）股份有限公司
  - 10.9.1 公司简介
  - 10.9.2 2012年1-12月信隆实业经营状况分析
  - 10.9.3 2013年1-12月信隆实业经营状况分析
  - 10.9.4 2014年1-6月信隆实业经营状况分析

## 第十一章 2015-2020年中国体育产业投融资分析

- 11.1 投资机会分析
  - 11.1.1 未来我国体育产业发展的机遇
  - 11.1.2 中国体育保险业商机分析
  - 11.1.3 新《体育法》将利好体育产业发展
- 11.2 投资风险分析
  - 11.2.1 体育产业的经营风险
  - 11.2.2 体育健身娱乐产业的投资风险
  - 11.2.3 体育赛事投资过程中的风险

- 11.3 投资策略分析
  - 11.3.1 一般体育市场投资策略
  - 11.3.2 新兴体育市场投资策略分析
  - 11.3.3 网络经济时代的体育投资分析
  - 11.3.4 投资中国体育产业的有效途径
- 11.4 中国体育产业市场化融资渠道研究
  - 11.4.1 中国体育产业融资渠道的发展史与现状
  - 11.4.2 加强中国体育产业市场化融资渠道的条件分析
  - 11.4.3 拓展中国体育产业市场化融资渠道的策略
  - 11.4.4 创新我国体育产业投融资体制的思路

## 第十二章 博思数据关于中国体育产业发展前景预测

- 12.1 体育产业前景展望
  - 12.1.1 全球体育产业发展趋势分析
  - 12.1.2 我国体育产业前景看好
  - 12.1.3 中国体育产业发展空间巨大
  - 12.1.4 2015-2020年中国体育产业预测分析
- 12.2 “十二五”中国体育产业规划探析
  - 12.2.1 “十二五”我国体育产业发展面临的形势
  - 12.2.2 “十二五”我国体育产业发展的指导思想及目标
  - 12.2.3 “十二五”我国体育产业发展的主要任务
  - 12.2.4 “十二五”我国体育产业发展的主要措施
- 12.3 体育用品业发展前景分析
  - 12.3.1 全球体育用品行业的发展趋势分析
  - 12.3.2 我国体育用品行业孕育大好商机
  - 12.3.3 中国体育用品行业发展前景乐观
  - 12.3.4 体育用品业未来发展方向

## 附录

附录一：中华人民共和国体育法

附录二：体育彩票公益金管理暂行办法

## 图表目录

- 图表1 体育产业结构
- 图表2 中国体育产业增加值
- 图表3 中国体育及相关产业从业人员数量
- 图表4 中国体育产业增加值占当年GDP比率
- 图表5 恩格尔系数
- 图表6 居民体育消费需求的目的是
- 图表7 居民体育消费需求的功能作用
- 图表8 居民体育健康消费需求的意向
- 图表9 居民体育消费购买的意向
- 图表10 制约我国居民体育消费需求的因素
- 图表11 我国居民体育消费需求提升的前提条件
- 图表12 高校体育产业结构
- 图表13 公共产品理论
- 图表14 加拿大体育用品制造业出口额变化
- 图表15 加拿大体育用品制造业出口额
- 图表16 中国体育用品行业产值
- 图表17 体育用品及服饰行业产值占GDP比重
- 图表18 2010-2014年6月体育用品制造业销售收入
- 图表19 2010-2014年6月体育用品制造业销售收入增长趋势图
- 图表20 2012-2013年体育用品制造业不同规模企业销售额
- 图表21 2013年1-12月体育用品制造业不同规模企业销售额对比图
- 图表22 2014年1-6月体育用品制造业不同规模企业销售额
- 图表23 2014年1-6月体育用品制造业不同规模企业销售额对比图
- 图表24 2012-2013年体育用品制造业不同所有制企业销售额
- 图表25 2013年1-12月体育用品制造业不同所有制企业销售额对比图
- 图表26 2014年1-6月体育用品制造业不同所有制企业销售额
- 图表27 2014年1-6月体育用品制造业不同所有制企业销售额对比图
- 图表28 2010-2014年6月体育用品制造业利润总额
- 图表29 2010-2014年6月体育用品制造业利润总额增长趋势图
- 图表30 2012-2013年体育用品制造业不同规模企业利润总额
- 图表31 2013年1-12月体育用品制造业不同规模企业利润总额对比图
- 图表32 2014年1-6月体育用品制造业不同规模企业利润总额



- 图表33 2014年1-6月体育用品制造业不同规模企业利润总额对比图
- 图表34 2012-2013年体育用品制造业不同所有制企业利润总额
- 图表35 2014年1-6月体育用品制造业不同所有制企业利润总额
- 图表36 2010-2014年6月体育用品制造业资产总额
- 图表37 2010-2014年6月体育用品制造业总资产增长趋势图
- 图表38 截至2011年12月底体育用品制造业不同规模企业总资产
- 图表39 截至2011年12月底体育用品制造业不同规模企业总资产对比图
- 图表40 截至2011年12月底体育用品制造业不同所有制企业总资产
- 图表41 截至2011年12月底体育用品制造业不同所有制企业总资产对比图
- 图表42 2010-2014年6月体育用品制造业亏损面
- 图表43 2010-2014年6月体育用品制造业亏损企业亏损总额
- 图表44 2010-2014年6月体育用品制造业销售毛利率趋势图
- 图表45 2010-2014年6月体育用品制造业成本费用率
- 图表46 2010-2014年6月体育用品制造业成本费用利润率趋势图
- 图表47 2010-2014年6月体育用品制造业销售利润率趋势图
- 图表48 2010-2014年6月体育用品制造业应收账款周转率对比图
- 图表49 2010-2014年6月体育用品制造业流动资产周转率对比图
- 图表50 2010-2014年6月体育用品制造业总资产周转率对比图
- 图表51 2010-2014年6月体育用品制造业资产负债率对比图
- 图表52 2012-2014年6月体育用品制造业利息保障倍数对比图
- 图表53 奥运会在美国的电视转播费收入
- 图表54 武汉市民对体育锻炼的态度
- 图表55 武汉市体育消费水平
- 图表56 武汉市民体育消费的方式
- 图表57 武汉市居民体育消费的影响因素
- 图表58 武汉市居民月收入与居民能接受的每月体育消费的最高消费额
- 图表59 关系营销与交易营销的区别
- 图表60 2011-2012年阿迪达斯合并损益表（IFRS）
- 图表61 2011-2012年阿迪达斯不同地区净销售额情况
- 图表62 2011-2012年阿迪达斯不同产品净销售额情况
- 图表63 2011-2012年阿迪达斯不同品牌净销售额情况
- 图表64 2012-2013年阿迪达斯综合损益表

- 图表65 2012-2013年阿迪达斯不同业务销售额
- 图表66 2012-2013年阿迪达斯不同地区销售额
- 图表67 2012-2013年阿迪达斯不同品牌销售额
- 图表68 2014年上半年阿迪达斯合并损益表 ( IFRS )
- 图表69 2014年上半年阿迪达斯不同业务销售额
- 图表70 2014年上半年阿迪达斯不同地区销售额
- 图表71 2014年上半年阿迪达斯不同品牌销售额
- 图表72 2011-2012财年耐克合并损益表
- 图表73 2011-2012财年耐克不同地区收入细分情况
- 图表74 2011-2012财年耐克不同产品收入细分情况
- 图表75 2012-2013财年耐克合并损益表
- 图表76 2012-2013财年耐克不同地区收入细分情况
- 图表77 2012-2013财年耐克不同业务收入细分情况
- 图表78 2013-2014财年上半年耐克合并损益表
- 图表79 2013-2014财年上半年耐克不同地区不同业务收入细分情况
- 图表80 2013-2014财年上半年耐克不同业务收入细分情况
- 图表81 2011-2012年彪马综合损益表
- 图表82 2011-2012年彪马不同地区主要财务数据情况
- 图表83 2012-2013年彪马公司主要财务指标
- 图表84 2012-2013年彪马不同业务销售额情况
- 图表85 2013-2014年上半年彪马损益表
- 图表86 2013-2014年上半年彪马不同地区外部销售额情况
- 图表87 2013-2014年上半年彪马不同产品外部销售额情况
- 图表88 2011-2012财年美津浓综合损益表
- 图表89 2011-2012财年美津浓分部门分地区销售额和营业利润
- 图表90 2012-2013财年美津浓综合损益表
- 图表91 2012-2013财年美津浓不同地区销售收入情况
- 图表92 2013-2014年上半年美津浓综合损益表
- 图表93 2014年上半年美津浓不同地区销售收入情况
- 图表94 2012年1-12月中体产业主要财务数据
- 图表95 2012年1-12月中体产业非经常性损益项目及金额
- 图表96 2011年-2012年中体产业主要会计数据

- 图表97 2011年-2012年中体产业主要财务指标
- 图表98 2012年1-12月中体产业主营业务分行业、产品情况
- 图表99 2012年1-12月中体产业主营业务分地区情况
- 图表100 2013年1-12月中体产业主要财务数据
- 图表101 2013年1-12月中体产业非经常性损益项目及金额
- 图表102 2011年-2013年中体产业主要会计数据
- 图表103 2011年-2013年中体产业主要财务指标
- 图表104 2013年1-12月中体产业主营业务分行业、产品情况
- 图表105 2013年1-12月中体产业主营业务分地区情况
- 图表106 2014年1-6月中体产业主要财务数据
- 图表107 2014年1-6月中体产业非经常性损益项目及金额
- 图表108 2012年-2013年中体产业主要会计数据
- 图表109 2012年-2013年中体产业主要财务指标
- 图表110 2014年1-6月中体产业主营业务分行业、产品情况
- 图表111 2014年1-6月中体产业主营业务分地区情况
- 图表112 2011-2012年安踏体育综合损益表
- 图表113 2011-2012年安踏体育按产品类别划分之营业额
- 图表114 2011-2012年安踏体育按销售地区划分之营业额
- 图表115 2011-2012年安踏体育按生产及采购划分的销售成本情况
- 图表116 2013年1-12月安踏体育综合收益表
- 图表117 2013年1-12月安踏体育主营业务分行业、产品情况
- 图表118 2014年1-6月安踏体育综合全面收益表
- 图表119 2014年1-6月安踏体育主营业务分行业、产品情况
- 图表120 2012年1-12月李宁综合收益表
- 图表121 2012年1-12月李宁主营业务分部资料
- 图表122 2012年1-12月李宁主营业务分地区情况
- 图表123 2013年1-12月李宁主要财务数据
- 图表124 2013年1-12月李宁主营业务分部资料
- 图表125 2013年1-12月李宁主营业务分地区情况
- 图表126 2014年1-6月李宁综合收益表
- 图表127 2014年1-6月李宁主营业务分部资料
- 图表128 2014年1-6月李宁主营业务分地区情况

- 图表129 2012年1-12月中国动向主要财务数据
- 图表130 2012年1-12月中国动向主营业务分部资料
- 图表131 2012年1-12月中国动向主营业务分地区情况
- 图表132 2013年1-12月中国动向综合收益表
- 图表133 2013年1-12月中国动向主营业务分部、分地区资料
- 图表134 2014年1-6月中国动向综合收益表
- 图表135 2014年1-6月中国动向主营业务分行业、分地区情况
- 图表136 2012年1-12月信隆实业主要财务数据
- 图表137 2012年1-12月信隆实业非经常性损益项目及金额
- 图表138 2011年-2012年信隆实业主要会计数据
- 图表139 2011年-2012年信隆实业主要财务指标
- 图表140 2012年1-12月信隆实业主营业务分行业、产品情况
- 图表141 2012年1-12月信隆实业主营业务分地区情况
- 图表142 2013年1-12月信隆实业主要财务数据
- 图表143 2013年1-12月信隆实业非经常性损益项目及金额
- 图表144 2011年-2013年信隆实业主要会计数据
- 图表145 2011年-2013年信隆实业主要财务指标
- 图表146 2013年1-12月信隆实业主营业务分行业、产品情况
- 图表147 2013年1-12月信隆实业主营业务分地区情况
- 图表148 2014年1-6月信隆实业主要会计数据及财务指标
- 图表149 2014年1-6月信隆实业非经常性损益项目及金额
- 图表150 全球体育产业产值变化率
- 图表151 全球主要国家体育产业相关统计数据
- 图表152 2015-2020年中国体育用品制造业产品销售收入预测
- 图表153 2015-2020年中国体育用品制造业累计利润总额预测

本研究报告数据主要来自于国家统计局、国家体育总局、商务部、市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对体育产业有个系统深入的了解、或者想投资体育相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tiyu1411/5012851NAH.html>