

2014-2019年中国体育行业 市场分析与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2014-2019年中国体育行业市场分析与投资前景分析报告》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.chinairr.org/report/R13/R1303/201407/16-160549.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

2012年体育及相关产业从业人员375.62万人，实现增加值3135.95亿元，占当年GDP的0.6%，按可比价比2011年增长14.44%。

据中国体育用品联合会统计，2013年我国体育用品行业（运动服、运动鞋、运动器材及相关体育产品的制造和销售）增加值达到2087亿元，同比增长7.8%；占GDP的比重为0.367%，与上年基本持平。

从体育用品业各细分领域来看，运动服、运动鞋类行业表现不佳。2013年，主要本土品牌运动服销售收入累计118.62亿元，同比下降23.2%；运动鞋销售收入111.36亿元，同比下降19.2%。户外用品市场依然保持强劲增长势头，全行业销售额为96.8亿元，同比增长30.99%。让人欣喜的是，国内户外用品品牌销售额达50.2亿元，继续超越国外品牌。运动器材领域则呈现“一升一降”，其中球类产品制造业实现销售收入158.69亿元，同比增长25.32%，健身训练器材制造业销售收入282.41亿元，较上年下滑3.42%。

中国产业研究报告网发布的《2014-2019年中国体育行业市场分析与投资前景分析报告》共十二章。首先介绍了中国体育行业的概念，接着分析了中国体育行业发展环境，然后对中国体育行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国体育行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国体育行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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、体育产业的特点

三、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、体育产业在国民经济中的地位变迁

二、体育产业在国民经济发展中的作用

三、体育产业在国民经济中的地位分析

第二章 2013-2014年中国体育产业的发展环境分析

第一节 2013-2014年中国宏观经济与体育产业

一、体育产业与经济相互作用的相互作用

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 2013-2014年中国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 2013-2014年中国体育产业发展的政策选择

一、体育产业布局政策的选择

二、体育产业结构政策的选择

三、体育产业组织政策的选择

第三章 2013-2014年中国体育产业发展概况

第一节 2012年国际体育产业综述

一、国际体育产业发展历史

二、全球体育产业结构分析

三、西方体育产业运行机制

四、美国体育产业的结构和政策

五、英国体育休闲产业异常发达

第二节 2013-2014年中国体育产业发展分析

一、中国体育产业发展的历史阶段

二、我国体育产业的发展近况

三、体育产业面临市场化改革热潮

四、中国体育产业商机无限受外资青睐

五、中国体育产业品牌运作分析

第三节 2013-2014年中国体育产业消费需求分析

- 一、体育消费者形态分析
- 二、体育消费者的需要与动机分析
- 三、中国体育消费状况
- 四、中国居民体育消费需求分析
- 五、“观赏型”体育消费市场供需分析
- 六、中国女性成为体育消费的生力军

第四节 2013-2014年中国高校体育产业的发展

- 一、高校体育产业发展的优势
- 二、高校体育产业的特征和产业结构分析
- 三、制约高校体育产业发展的因素
- 四、促进高校体育产业发展的措施
- 五、高校体育产业前景可观

第五节 2013-2014年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、中国体育市场发展存在的不足
- 三、社区体育产业发展存在的困扰
- 四、中国体育产业税收政策存在的问题解析

第六节 2013-2014年中国体育产业发展的对策与规划

- 一、中国体育产业发展的八大建议
- 二、推进我国体育产业化进程的措施
- 三、社区体育产业建设对策
- 四、体育产业信息化发展方案
- 五、体育消费的建议与对策
- 六、现代体育产业培育的思路和途径
- 七、体育产业“十一五”规划

第四章 2013-2014年中国体育行业投资现状分析

第一节 2012年我国体育行业总体发展情况分析

- 一、2012年我国体育企业数量变化分析
- 二、2012年我国体育行业从业人员数量变化分析

三、2012年我国体育行业资产规模变化分析

四、2012年我国体育行业收入利润变化分析

第二节 2013-2014年中国体育行业供给分析及预测

一、2013-2014年中国体育行业供给总量及速率分析

二、2013-2014年中国体育行业供给结构变化分析

三、2014-2019年中国体育行业供给预测

第三节 2013-2014年中国体育行业需求分析及预测

一、2013-2014年中国体育行业需求总量及速率分析

二、2013-2014年中国体育行业需求结构变化分析

三、2014-2019年中国体育行业需求预测

第四节 2013-2014年中国体育行业供需平衡及价格分析

一、2013-2014年中国体育行业供需平衡分析及预测

二、2013-2014年中国体育行业价格变化分析及预测

三、2012年体育行业发展预期及建议

第五节 2013-2014年中国体育行业经营效益分析

一、2013-2014年中国体育行业盈利能力分析

二、2013-2014年中国体育行业营运能力分析

三、2013-2014年中国体育行业偿债能力分析

四、2013-2014年中国体育行业发展能力分析

五、2013-2014年中国体育行业效益预测

第五章 2013-2014年中国体育主体产业分析

第一节 2013-2014年中国竞技体育发展现状

一、世界竞技体育发展的五大态势

二、中国竞技体育产业发展的三个阶段

三、竞技体育产业化经营分析

四、中美两国竞技体育与教育结合的比较分析

五、中国竞技体育管理体制与运行机制探讨

六、奥运与中国未来竞技体育的发展

第二节 2013-2014年中国体育健身娱乐业发展现状

一、体育健身娱乐业的特征及构成

二、中国健身娱乐产业的发展总况

三、中国体育健身娱乐市场存在问题

四、中国健身产业彰显无限商机

五、促进体育健身娱乐市场发展的建议

第三节 2013-2014年中国体育资产经营业发展现状

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、中国竞技体育无形资产解析

四、中国体育基金积累减缓的原因及策略探讨

第六章 2013-2014年中国体育用品业分析

第一节 2013-2014年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、体育用品业开打资本竞逐战

五、我国体育用品零售渠道变革在即

六、奥运后中国体育用品市场持续升温

第二节 2013-2014年中国体育用品业竞争分析

一、中国体育用品行业的基本竞争准则

二、中国体育用品业的竞争力解析

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

第三节 2014年中国体育用品制造业相关经济数据分析

一、2014年中国体育用品制造业总体数据分析

二、2014年我国体育用品制造业不同所有制企业数据分析

三、2014年我国体育用品制造业不同规模企业数据分析

第四节 2013-2014年中国体育用品业存在的问题及发展策略

一、中国体育用品企业面临的问题

二、中国体育用品自主创新能力的缺失

三、中国体育用品业面临的新难题及解决对策

四、中国体育用品品牌存在的问题及建议

五、中国体育用品业国际竞争力提升对策

第七章 2013-2014年中国体育服务业分析

第一节 2013-2014年中国体育赞助业发展现状

- 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、中国本土体育赞助形势不容乐观
- 四、北京奥运赞助费创历史新高
- 五、中国企业体育赞助中存在的主要问题
- 六、企业进行体育赞助的对策分析
- 七、中国体育赞助业发展的对策与建议

第二节 2013-2014年中国体育赛事电视转播业发展现状

- 一、体育赛事电视转播权销售方式
- 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 2013-2014年中国体育彩票业发展现状

- 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措施
- 六、未来体育彩票发展面临的机遇

第四节 2013-2014年中国休闲体育业发展现状

- 一、休闲体育与休闲体育产业的辨析
- 二、中国休闲体育产业发展的条件
- 三、中国体育休闲市场发展迅速
- 四、发展休闲体育产业的对策

第五节 2013-2014年中国体育保险业发展现状

- 一、发达国家体育保险的发展状况

二、中国体育保险的发展概况

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 2013-2014年中国体育旅游业发展现状

一、中国体育旅游产业概述

二、中国体育旅游业发展的主要因素

三、体育旅游产品的发展分析

四、体育旅游不同群体的需求状况

五、中国发展健身体育旅游业的条件及策略

六、中国体育旅游市场发展的对策与建议

第七节 2013-2014年中国体育广告业发展现状

一、体育广告的定义和功能

二、我国体育广告业发展解析

三、中国体育广告业发展存在的问题

四、体育广告的策略模型

五、体育广告的卖点分析

六、体育广告全方位策略解析

第八章 2013-2014年中国主要省市体育产业分析

第一节 2012年广东省体育产业发展现状

一、广东体育产业发展概况

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、2011年亚运会为广东体育产业造就巨大商机

五、广东省体育产业2011年发展目标

第二节 2012年福建省体育产业发展现状

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 2012年海南省体育产业发展现状

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 2012年湖南省体育产业发展现状

一、湖南体育产业发展状况

二、湖南体育产业发展的有利条件与制约因素

三、湖南省体育产业取得可喜成绩

四、湖南体育产业发展机遇及对策

第五节 2012年江西省体育产业发展现状

一、江西省体育产业概述

二、制约江西省体育产业发展的主要因素

三、发展江西体育产业建议

四、江西省体育旅游发展形势及对策解析

第六节 2012年河南省体育产业发展现状

一、河南省体育产业发展浅析

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、河南省体育产业发展对策探讨

第七节 2012年陕西省体育产业发展现状

一、“十五”期间陕西省体育产业发展回顾

二、陕西体育产业发展存在的问题

三、陕西省体育产业发展的四大制约因素

四、陕西省城市居民体育消费水平及其制约因素

五、陕西省体育产业发展战略

第八节 2012年北京市体育产业发展现状

一、北京体育产业的发展需求和基础

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、北京体育产业的发展思路和相关政策

第九节 2012年上海市体育产业发展现状

- 一、上海体育产业发展路径和特点
- 二、上海体育产业发展存在的问题分析
- 三、发展上海体育产业的具体措施
- 四、上海体育产业发展的思路和2011年目标

第十节 2012年武汉市体育产业发展现状

- 一、武汉市体育产业的统计概况
- 二、武汉市居民体育消费状况分析
- 三、武汉市体育产业发展存在的问题
- 四、武汉市体育产业的实施建议

第十一节 2012年杭州市体育产业发展现状

- 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

第十二节 2012年呼和浩特市体育产业发展现状

- 一、呼和浩特市体育产业特点解析
- 二、呼和浩特市体育产业存在的主要问题
- 三、呼和浩特市体育产业发展的对策

第九章 2013-2014年中国体育产业基地建设状况

第一节 2012年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、深圳体育产业前景广阔

第二节 2012年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、成都市体育产业发展状况及存在的问题
- 三、成都市体育产业发展规划

第三节 2012年晋江国家体育产业基地

- 一、晋江体育产业战略全面布局
- 二、晋江体育产业发展简析
- 三、晋江体育产业基地发展的建议

第十章 2013-2014年中国体育产业营销分析

第一节 2013-2014年中国体育市场营销的基本理论

一、体育产业和体育市场营销

二、体育市场营销的实施步骤

三、体育市场营销策略的理论探讨

第二节 2013-2014年中国体育细分市场营销策略分析

一、体育赞助的整合营销传播策略

二、体育赛事营销方案探讨

三、体育健身娱乐市场的关系营销策略

四、奥运会电视转播权的营销策略分析

五、体育旅游营销创新策略

六、青少年体育用品市场营销策略探讨

第三节 2013-2014年中国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

第十一章 2013-2014年中国体育产业重点企业经营状况

第一节 阿迪达斯集团

一、阿迪达斯集团简介

二、2008-2014年阿迪达斯集团偿债能力分析

三、2008-2014年阿迪达斯集团盈利能力分析

四、2008-2014年阿迪达斯集团运营能力分析

五、2008-2014年阿迪达斯集团发展能力分析

第二节 耐克公司

一、耐克公司简介

二、2008-2014年耐克公司偿债能力分析

三、2008-2014年耐克公司盈利能力分析

四、2008-2014年耐克公司运营能力分析

五、2008-2014年耐克公司发展能力分析

第三节 中体产业集团股份有限公司

一、中体产业集团股份有限公司简介

二、2008-2014年中体产业集团股份有限公司偿债能力分析

三、2008-2014年中体产业集团股份有限公司盈利能力分析

四、2008-2014年中体产业集团股份有限公司运营能力分析

五、2008-2014年中体产业集团股份有限公司发展能力分析

六、中体产业城市运营策略解析

第四节 安踏(中国)有限公司

一、安踏(中国)有限公司简介

二、2008-2014年安踏(中国)有限公司偿债能力分析

三、2008-2014年安踏(中国)有限公司盈利能力分析

四、2008-2014年安踏(中国)有限公司运营能力分析

五、2008-2014年安踏(中国)有限公司发展能力分析

第五节 李宁体育用品有限公司

一、李宁体育用品有限公司简介

二、2008-2014年李宁体育用品有限公司偿债能力分析

三、2008-2014年李宁体育用品有限公司盈利能力分析

四、2008-2014年李宁体育用品有限公司运营能力分析

五、2008-2014年李宁体育用品有限公司发展能力分析

第六节 鸿星尔克集团

一、鸿星尔克集团简介

二、2008-2014年鸿星尔克集团偿债能力分析

三、2008-2014年鸿星尔克集团盈利能力分析

四、2008-2014年鸿星尔克集团运营能力分析

五、2008-2014年鸿星尔克集团发展能力分析

第七节 中国动向(集团)有限公司

一、中国动向(集团)简介

二、2008-2014年中国动向(集团)偿债能力分析

三、2008-2014年中国动向(集团)盈利能力分析

四、2008-2014年中国动向(集团)运营能力分析

五、2008-2014年中国动向(集团)发展能力分析

第八节 信隆实业(深圳)股份有限公司

一、信隆实业(深圳)简介

- 二、2008-2014年信隆实业(深圳)偿债能力分析
- 三、2008-2014年信隆实业(深圳)盈利能力分析
- 四、2008-2014年信隆实业(深圳)运营能力分析
- 五、2008-2014年信隆实业(深圳)发展能力分析
- 六、信隆实业运动器材领域发展前景可观

第十二章 2014-2019年中国体育产业投资及前景预测

第一节 2014-2019年中国体育产业投资机会分析

- 一、中国休闲体育产业商机无限
- 二、中国体育保险业商机分析

第二节 2014-2019年中国体育产业投资风险分析

- 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 2014-2019年中国体育产业投资策略分析

- 一、一般体育市场投资策略
- 二、新兴体育市场投资策略分析
- 三、网络经济时代的体育投资分析
- 四、投资中国体育产业的有效途径

第四节 2014-2019年中国体育产业发展前景与趋势分析

- 一、未来我国体育产业发展的机遇
- 二、奥运后中国体育产业面临的机遇与挑战
- 三、北京奥运后中国体育产业的发展趋势（智研研究员CSM）
- 四、中国体育用品市场前景良好

第五节 2014-2019年我国体育产业前景预测

- 一、2014-2019年我国体育产业工业总产值预测
- 二、2014-2019年我国体育行业销售收入预测
- 三、2014-2019年我国体育行业利润总额预测
- 四、2014-2019年我国体育行业总资产预测
- 五、2014-2019年我国体育行业经营能力预测
- 六、2014-2019年我国体育行业盈利能力预测
- 七、2014-2019年我国体育行业偿债能力预测

报告图表目录

图表：2008-2013年国内生产总值

图表：2008-2013年居民消费价格涨跌幅度

图表：2013年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2008-2013年年末国家外汇储备

图表：2008-2013年财政收入

图表：2008-2013年全社会固定资产投资

图表：2013年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表 2013-2014年中国体育行业经济指标统计

图表 2008-2014年中国体育行业企业数量变化趋势图

图表 2008-2014年中国体育行业资产增长趋势图

图表 2013-2014年中国不同规模体育企业资产所占份额

图表 2013-2014年中国不同性质体育企业资产所占份额

图表 2008-2014年中国体育行业销售收入增长趋势图

图表 2013-2014年中国不同规模体育企业销售收入所占份额

图表 2013-2014年中国不同性质体育企业销售收入所占份额

图表 2008-2014年中国体育行业利润总额增长趋势图

图表 2013-2014年中国不同规模体育企业利润总额所占份额

图表 2013-2014年中国不同性质体育企业利润总额所占份额

图表 2008-2014年中国体育行业流动资产周转率情况

图表 2008-2014年中国体育行业资产负债率情况

图表 2008-2014年中国体育行业成本费用利润率情况

图表 2013-2014年中国不同规模体育企业盈利能力比较

图表 2013-2014年中国不同性质体育企业盈利能力比较

图表 2008-2014年中国体育行业销售利润率情况

图表 2008-2014年中国体育行业资产利润率情况

图表 2008-2014年中国体育行业毛利率情况

图表 2008-2014年中国体育行业三费变化情况

图表 2008-2014年中国体育行业经营效益指标

图表 2008-2014年中国体育行业偿债能力指标

图表 2008-2014年中国体育行业发展能力指标

图表 2008-2014年中国体育行业主要财务指标对比分析

图表 2013-2014年中国体育行业资产区域分布情况

图表 2013-2014年中国体育行业销售收入区域分布情况

图表 2013-2014年中国体育行业盈利区域分布情况

图表 2013-2014年中国体育行业不同区域亏损情况对比

图表 2013-2014年中国体育行业进口量及进口金额分类汇总表

图表 2008-2014年中国体育行业出口产品结构变化情况

图表 2013-2014年中国体育行业出口量及出口金额分类汇总表

图表 2013-2014年中国体育行业出口国别情况

图表 2009-2013-2014年中国体育行业进口金额变化情况

图表 2009-2013-2014年中国体育行业出口金额变化情况

图表 2013-2014年中国体育行业出口区域分布情况

图表 恩格尔系数

图表 居民体育消费需求的目的是

图表 居民体育消费需求的功能作用

图表 居民体育健康消费需求的意向

图表 居民体育消费购买的意向

图表 制约我国居民体育消费需求的因素

图表 我国居民体育消费需求提升的前提条件

图表 高校体育产业结构

图表 公共产品理论

图表 波特的产业竞争力钻石模型

图表 2010年1-12月我国体育用品制造业全部企业数据分析

图表 2011年1-12月我国体育用品制造业全部企业数据分析

图表 2012年我国体育用品制造业全部企业数据分析

图表 2011年1-12月我国体育用品制造业国有企业工业数据

图表 2011年1-12月我国体育用品制造业集体企业工业数据

图表 2011年1-12月我国体育用品制造业股份合作制企业工业数据

图表 2011年1-12月我国体育用品制造业股份制企业工业数据

图表 2011年1-12月我国体育用品制造业私营企业工业数据

图表 2011年1-12月我国体育用品制造业外商和港澳台投资企业工业数据

图表 2011年1-12月我国体育用品制造业其他类型企业工业数据

图表 2011年1-12月我国不同所有制体育用品制造企业累计工业总产值对比

图表 2011年1-12月我国不同所有制体育用品制造企业累计产品销售收入对比

图表 2011年1-12月我国不同所有制体育用品制造企业累计资产总计对比

图表 2011年1-12月我国不同所有制体育用品制造企业累计利润总额对比

图表 2011年1-12月我国不同所有制体育用品制造企业累计工业总产值增长对比

图表 2011年1-12月我国不同所有制体育用品制造企业累计产品销售收入增长对比

图表 2011年1-12月我国不同所有制体育用品制造企业累计利润总额增长对比

图表 2011年1-12月我国不同所有制体育用品制造企业产销率对比

图表 2011年1-12月我国不同所有制体育用品制造企业流动资产周转次数对比

图表 2011年1-12月我国不同所有制体育用品制造企业人均销售率对比

图表 2011年1-12月我国不同所有制体育用品制造企业亏损面对比

图表 2011年1-12月我国不同所有制体育用品制造企业销售利润率对比

图表 2011年1-12月我国不同所有制体育用品制造企业资金利税率对比

图表 2012年我国体育用品制造业国有企业工业数据

图表 2012年我国体育用品制造业集体企业工业数据

图表 2012年我国体育用品制造业股份合作制企业工业数据

图表 2012年我国体育用品制造业股份制企业工业数据

图表 2012年我国体育用品制造业私营企业工业数据

图表 2012年我国体育用品制造业外商和港澳台投资企业工业数据

图表 2012年我国体育用品制造业其他类型企业工业数据

图表 2012年我国不同所有制体育用品制造企业累计工业总产值对比

图表 2012年我国不同所有制体育用品制造企业累计产品销售收入对比

图表 2012年我国不同所有制体育用品制造企业累计资产总计对比

图表 2012年我国不同所有制体育用品制造企业累计利润总额对比

图表 2012年我国不同所有制体育用品制造企业累计工业总产值增长对比

图表 2012年我国不同所有制体育用品制造企业累计产品销售收入增长对比

图表 2012年我国不同所有制体育用品制造企业累计利润总额增长对比

图表 2012年我国不同所有制体育用品制造企业产销率对比

图表 2012年我国不同所有制体育用品制造企业流动资产周转次数对比

图表 2012年我国不同所有制体育用品制造企业人均销售率对比

图表 2012年我国不同所有制体育用品制造企业亏损面对比

图表 2012年我国不同所有制体育用品制造企业销售利润率对比

图表 2012年我国不同所有制体育用品制造企业资金利税率对比

图表 2011年1-12月我国体育用品制造业大型企业工业数据

图表 2011年1-12月我国体育用品制造业中型企业工业数据

图表 2011年1-12月我国体育用品制造业小型企业工业数据

图表 2011年1-12月我国不同规模体育用品制造企业累计工业总产值对比

图表 2011年1-12月我国不同规模体育用品制造企业累计产品销售收入对比

图表 2011年1-12月我国不同规模体育用品制造企业累计利润总额对比

图表 2011年1-12月我国不同规模体育用品制造企业累计全部从业人员平均人数对比

图表 2011年1-12月我国不同规模体育用品制造企业累计工业总产值增长率对比

图表 2011年1-12月我国不同规模体育用品制造企业累计产品销售收入增长率对比

图表 2011年1-12月我国不同规模体育用品制造企业累计利润总额增长对比

图表 2011年1-12月我国不同规模体育用品制造企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比

图表 2011年1-12月我国不同规模体育用品制造企业亏损面对比

图表 2011年1-12月我国不同规模体育用品制造企业销售利润率对比

图表 2011年1-12月我国不同规模体育用品制造企业资金利税率对比

图表 2012年我国体育用品制造业大型企业工业数据

图表 2012年我国体育用品制造业中型企业工业数据

图表 2012年我国体育用品制造业小型企业工业数据

图表 2012年我国不同规模体育用品制造企业累计工业总产值对比

图表 2012年我国不同规模体育用品制造企业累计产品销售收入对比

图表 2012年我国不同规模体育用品制造企业累计利润总额对比

图表 2012年我国不同规模体育用品制造企业累计全部从业人员平均人数对比

图表 2012年我国不同规模体育用品制造企业累计工业总产值增长率对比

图表 2012年我国不同规模体育用品制造企业累计产品销售收入增长率对比

图表 2012年我国不同规模体育用品制造企业累计利润总额增长对比

图表 2012年我国不同规模体育用品制造企业亏损面对比

图表 2012年我国不同规模体育用品制造企业销售利润率对比

图表 2012年我国不同规模体育用品制造企业资金利税率对比

图表 奥运会在美国的电视转播费收入

图表 2014年中国体育彩票年度销售额统计

图表 2014年中国体育彩票历年公益金收入

图表 2014年中国体育彩票与中国福利彩票的销售额对比

图表 福建省体育彩票销售情况

图表 福建省休闲健身娱乐活动情况

图表 福建省体育服务业发展情况

图表 武汉市按体育经营单位数及总收入

图表 武汉市体育产业增加值

图表 武汉市体育产业从业人员结构

图表 武汉市体育产业不同所有制类型活动单位总收入

图表 武汉市民对体育锻炼的态度

图表 武汉市体育消费水平

图表 武汉市民体育消费的方式

图表 武汉市居民体育消费的影响因素

图表 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 全国各省市体育产业规模统计

图表 关系营销与交易营销的区别

图表 2012年阿迪达斯集团主要财务数据(国际财务报告准则)

图表 2012年阿迪达斯集团不同品牌经营数据

图表 2012年阿迪达斯集团不同地区净销售额情况

图表 2012年阿迪达斯集团不同地区净销售额百分比

图表 2012年阿迪达斯集团不同类别产品净销售额情况

图表 2012年阿迪达斯集团不同品牌净销售额百分比

图表 2012年耐克综合损益表

图表 2012年耐克公司美国及其他地区零售店数目

图表 2012年耐克不同产品收入情况

图表 2012年耐克不同地区不同产品收入数据

图表 2012年耐克不同地区税前利润数据

图表 2012年中体产业主要财务数据

图表 2012年中体产业扣除非经常性损益项目和金额

图表 2012年中体产业主营业务分行业情况

图表 2012年中体产业主营业务分地区情况

图表 2012年中体产业构成及财务数据同比变动情况

图表 2012年安踏综合损益表

图表 2012年安踏品牌分销管道按地区划分之发展情况(店铺数目)

图表 2012年安踏国际品牌零售业务分销渠道发展情况(店铺数目)

图表 2012年安踏安踏品牌及国际品牌(阿迪达斯、锐步及卡帕)的营业额(分产品)

图表 2012年安踏安踏品牌及国际品牌(阿迪达斯、锐步及卡帕)的营业额(分销售地区)

图表 2012年安踏品牌的鞋类及服装的已售单位数目及平均售价/成本

图表 2012年安踏分部业绩

图表 2012年李宁有限公司收益表(经审核)

图表 2012年李宁有限公司营业收入分品牌和产品种类情况

图表 2012年李宁有限公司各销售渠道占收入之百分比

图表 2012年李宁有限公司全国经销和零售网络分布

图表 2012年李宁有限公司营业收入(分地区)

图表 2012年鸿星尔克综合损益表

图表 2012年鸿星尔克不同产品收入及百分比构成情况

图表 2012年鸿星尔克销售点数目

图表 2012年鸿星尔克毛利润及毛利率情况

图表 2012年鸿星尔克净利润及净利润率情况

图表 2012年鸿星尔克运动鞋年产能情况

图表 2012年动向集团综合损益表

图表 2012年动向集团销售额(按分部、产品类别)

图表 2012年动向集团单位平均售价及出售单位总数变动情况

图表 2012年动向集团经销商及寄售商直接或间接营运的Kappa及Rukka品牌零售门市数目

图表 2012年信隆实业主要会计数据及财务指标

图表 2012年信隆实业非经常性损益项目及金额

图表 2014-2019年我国体育行业工业总产值统计及预测

图表 2014-2019年我国体育行业销售收入统计及预测

图表 2014-2019年我国体育行业利润总额预测表

图表 2014-2019年我国体育行业总资产统计及预测

图表 2014-2019年我国体育行业营运效率预测

图表 2014-2019年我国体育行业效益指标预测

图表 2014-2019年我国体育行业资产负债率预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/201407/16-160549.html>