

# 2010-2015年休闲运动产品行业发展前景深度分析 及投资风险预测报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2015年休闲运动产品行业发展前景深度分析及投资风险预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitanengyuan/9023690236.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 第一部分 行业运行现状

#### 第一章 中国休闲运动产品行业发展概述

##### 第一节 休闲运动产品行业发展情况

###### 一、休闲运动产品定义

###### 二、休闲运动产品行业发展历程

##### 第二节 休闲运动产品产业链分析

###### 一、产业链模型介绍

###### 二、休闲运动产品产业链模型分析

##### 第三节 2008-2010年中国休闲运动产品行业经济指标分析

###### 一、赢利性

###### 二、成长速度

###### 三、附加值的提升空间

###### 四、进入壁垒 / 退出机制

###### 五、风险性

###### 六、行业周期

###### 七、竞争激烈程度指标

###### 八、当前行业发展所属周期阶段的判断

#### 第二章 全球休闲运动产品市场发展分析

##### 第一节 全球休闲运动产品市场发展情况分析

###### 一、2009年全球休闲运动产品市场发展分析

###### 二、2009年全球休闲运动产品市场统计分析

###### 三、2010年上半年全球休闲运动产品市场分析

###### 四、2010年上半年全球休闲运动产品销售排名

###### 五、2010年全球休闲运动产品消费者调查分析

##### 第二节 2010年世界主要国家休闲运动产品市场分析

###### 一、2010年美国休闲运动产品市场现状分析

###### 二、2010年欧洲休闲运动产品市场现状分析

###### 三、2010年日本休闲运动产品市场现状分析

###### 四、2010年韩国休闲运动产品市场现状分析

###### 五、2010年中东与非洲休闲运动产品市场分析

#### 第三章 中国休闲运动产品市场运行分析

##### 第一节 休闲运动产品行业市场发展基本情况

###### 一、市场现状分析

## 二、市场规模分析

## 三、市场特点分析

## 四、市场技术发展状况

### 第二节 休闲运动产品行业技术研发情况

#### 一、行业研发情况分析

#### 二、竞争对手研发占投入比

#### 三、研发投入与研发成果关系

### 第三节 行业市场工业总产值分析

#### 一、年市场工业总产值分析

#### 二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析

#### 三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较

#### 四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

### 第四节 行业市场产品价格分析

#### 一、2008年市场产品价格走势

#### 二、2009年市场产品价格走势

#### 三、2010年上半年市场产品价格走势

#### 四、2010-2015年市场产品价格趋势预测

## 第四章 中国休闲运动产品行业的国际比较分析

### 第一节 中国休闲运动产品市场发展情况分析

#### 一、2009年中国休闲运动产品市场发展分析

#### 二、2009年中国休闲运动产品市场统计分析

#### 三、2010年上半年中国休闲运动产品市场分析

#### 四、2010年上半年中国休闲运动产品细分市场

### 第二节 中国休闲运动产品行业的国际比较分析

#### 一、中国休闲运动产品行业竞争力指标分析

#### 二、国际休闲运动产品行业竞争力指标分析

#### 三、中国休闲运动产品行业经济指标国际比较分析

### 第三节 全球休闲运动产品行业市场需求分析

#### 一、市场规模现状

#### 二、需求结构分析

#### 三、重点需求客户

#### 四、市场前景展望

## 第五章 中国休闲运动产品行业经济运行指标分析

### 第一节 2010年中国休闲运动产品行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

## 二、行业生产规模分析

### 第二节 2010年中国休闲运动产品行业产销分析

#### 一、行业产成品情况总体分析

#### 二、行业产品销售收入总体分析

### 第三节 2010年中国休闲运动产品行业财务指标总体分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第二部分 市场供需分析

### 第六章 中国休闲运动产品生产现状分析

#### 第一节 休闲运动产品生产分析

##### 一、产品及原材料进口、自有比例

##### 二、针织梭织等加工资源生产分布

##### 三、国内产品及原材料生产基地分布

##### 四、国内产品及原材料产业集群发展分析

##### 五、2008-2010年产品及原材料产能变化情况分析

#### 第二节 休闲运动产品产能概况

##### 一、2009-2010年休闲运动产品产能分析

##### 二、2009-2010年重点企业产能及占有份额

##### 二、2010-2015年休闲运动产品产能预测

#### 第三节 休闲运动产品产量概况

##### 一、2009-2010年休闲运动产品产量分析

##### 二、2010年产能配置与产能利用率调查

##### 三、2010-2015年休闲运动产品产量预测

#### 第四节 休闲运动产品行业市场供给分析

##### 一、2010年休闲运动产品生产规模现状

##### 二、2010年休闲运动产品产能规模分布

##### 三、2010年休闲运动产品市场价格走势

##### 四、2010年休闲运动产品重点厂商分布

##### 五、2010年休闲运动产品产供状况分析

### 第七章 休闲运动产品采购状况分析

#### 第一节 休闲运动产品成本分析

##### 一、2009-2010年原材料成本走势分析

##### 二、2009-2010年劳动力供需及价格分析

### 三、2009-2010年其他方面成本走势分析

#### 第二节 上游原材料价格与供给分析

##### 一、主要原材料（棉纱、涤纶等）

##### 二、2008-2010年主要原材料价格与供给分析

##### 三、2010-2015年主要原材料市场变化趋势预测

#### 第三节 休闲运动产品产业链的分析

##### 一、行业集中度

##### 二、主要环节的增值空间

##### 三、行业进入壁垒和驱动因素

##### 四、上下游行业影响及趋势分析

### 第八章 中国休闲运动产品市场供需分析

#### 第一节 2010年休闲运动产品市场需求分析

##### 一、休闲运动产品行业需求市场

##### 二、休闲运动产品行业客户结构

##### 三、休闲运动产品行业需求的地区差异

#### 第二节 2010年休闲运动产品市场供给分析

#### 第三节 2010-2015年供求平衡分析及未来发展趋势

##### 一、2010-2015年休闲运动产品行业的需求预测

##### 二、2010-2015年休闲运动产品行业的供应预测

##### 三、2009-2010年休闲运动产品供求平衡分析

##### 四、2010-2015年休闲运动产品供求平衡预测

### 第九章 区域市场情况深度研究

#### 第一节 长三角区域市场情况分析

#### 第二节 珠三角区域市场情况分析

#### 第三节 环渤海区域市场情况分析

#### 第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

#### 第五节 休闲运动产品行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

##### 一、华北大区市场分析

##### 二、华中大区市场分析

##### 三、华南大区市场分析

##### 四、华东大区市场分析

##### 五、东北大区市场分析

##### 六、西南大区市场分析

##### 七、西北大区市场分析

#### 第六节 休闲运动产品重点地区销售分析

- 一、休闲运动产品各地区对比销售分析
- 二、休闲运动产品“重点地区一”销售分析
- 三、休闲运动产品“重点地区二”销售分析
- 四、休闲运动产品“重点地区三”销售分析
- 五、休闲运动产品“重点地区四”销售分析
- 六、休闲运动产品“重点地区五”销售分析
- 七、休闲运动产品“重点地区六”销售分析
- 第三部分 行业竞争分析
- 第十章 休闲运动产品市场竞争格局分析
- 第一节 行业竞争结构分析
  - 一、现有企业间竞争
  - 二、潜在进入者分析
  - 三、替代品威胁分析
  - 四、供应商议价能力
  - 五、客户议价能力
- 第二节 行业集中度分析
  - 一、市场集中度分析
  - 二、企业集中度分析
  - 三、区域集中度分析
- 第三节 行业国际竞争力比较
  - 一、生产要素
  - 二、需求条件
  - 三、支援与相关产业
  - 四、企业战略、结构与竞争状态
  - 五、政府的作用
- 第四节 休闲运动产品竞争力优势分析
  - 一、整体产品竞争力评价
  - 二、产品竞争力评价结果分析
  - 三、竞争优势评价及构建建议
- 第五节 休闲运动产品行业竞争格局分析
  - 一、2010年休闲运动产品行业竞争分析
  - 二、2010年国内外休闲运动产品竞争分析
  - 三、2010年中国休闲运动产品市场竞争分析
  - 四、2010年中国休闲运动产品市场集中度分析
  - 五、2010年中国休闲运动产品竞争对手市场份额

## 六、2010年中国休闲运动产品主要品牌企业梯队分布

### 第十一章 休闲运动产品行业产业结构分析

#### 第一节 产业结构分析

##### 一、市场细分充分程度的分析

##### 二、各细分市场领先企业排名

##### 三、各细分市场占总市场的结构比例

##### 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

#### 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

##### 一、产业价值链的构成

##### 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

#### 第三节 产业结构发展预测

##### 一、产业结构调整的方向政府产业政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）

##### 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

##### 三、中国休闲运动产品行业参与国际竞争的战略市场定位

### 第十二章 前十大领先企业发展分析

#### 第一节 企业一

##### 一、企业概况

##### 二、市场定位情况

##### 三、市场占有份额情况

##### 四、2009-2010年产能及占比

##### 五、2009-2010年主要经营数据指标

##### 六、2010-2015年公司发展战略分析

#### 第二节 企业二

##### 一、企业概况

##### 二、市场定位情况

##### 三、市场占有份额情况

##### 四、2009-2010年产能及占比

##### 五、2009-2010年主要经营数据指标

##### 六、2010-2015年公司发展战略分析

#### 第三节 企业三

##### 一、企业概况

##### 二、市场定位情况

##### 三、市场占有份额情况

##### 四、2009-2010年产能及占比

##### 五、2009-2010年主要经营数据指标



## 六、2010-2015年公司发展战略分析

### 第四节 企业四

#### 一、企业概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、市场占有份额情况

#### 四、2009-2010年产能及占比

#### 五、2009-2010年主要经营数据指标

## 六、2010-2015年公司发展战略分析

### 第五节 企业五

#### 一、企业概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、市场占有份额情况

#### 四、2009-2010年产能及占比

#### 五、2009-2010年主要经营数据指标

## 六、2010-2015年公司发展战略分析

### 第六节 企业六

#### 一、企业概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、市场占有份额情况

#### 四、2009-2010年产能及占比

#### 五、2009-2010年主要经营数据指标

## 六、2010-2015年公司发展战略分析

### 第七节 企业七

#### 一、企业概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、市场占有份额情况

#### 四、2009-2010年产能及占比

#### 五、2009-2010年主要经营数据指标

## 六、2010-2015年公司发展战略分析

### 第八节 企业八

#### 一、企业概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、市场占有份额情况

#### 四、2009-2010年产能及占比

#### 五、2009-2010年主要经营数据指标

## 六、2010-2015年公司发展战略分析

### 第九节 企业九

#### 一、企业概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、市场占有份额情况

#### 四、2009-2010年产能及占比

#### 五、2009-2010年主要经营数据指标

#### 六、2010-2015年公司发展战略分析

### 第十节 企业十

#### 一、企业概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、市场占有份额情况

#### 四、2009-2010年产能及占比

#### 五、2009-2010年主要经营数据指标

#### 六、2010-2015年公司发展战略分析

## 第四部分 投资趋势预测

### 第十三章 2010-2015年休闲运动产品行业发展趋势及影响因素

#### 第一节 休闲运动产品市场前景分析

##### 一、休闲运动产品市场容量分析

##### 二、休闲运动产品行业利好利坏政策

##### 三、休闲运动产品行业发展前景分析

#### 第二节 休闲运动产品未来发展预测分析

##### 一、中国休闲运动产品发展方向分析

##### 二、2010-2015年中国休闲运动产品行业发展规模

##### 三、2010-2015年中国休闲运动产品行业发展趋势预测

#### 第三节 2010-2015年休闲运动产品行业供给预测

##### 一、2010-2015年休闲运动产品行业供给预测

##### 二、2010-2015年休闲运动产品行业需求预测

##### 三、2010-2015年休闲运动产品行业进出口预测

#### 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

##### 一、市场整合成长趋势

##### 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

##### 三、企业区域市场拓展的趋势

##### 四、科研开发趋势及替代技术进展

##### 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 六、中国休闲运动产品行业SWOT分析

### 第十四章 2010-2015年休闲运动产品行业投资方向与风险分析

#### 第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

#### 第二节 产业发展的空白点分析

#### 第三节 投资回报率比较高的投资方向

#### 第四节 休闲运动产品行业投资机会分析

#### 第五节 新进入者应注意的障碍因素

#### 第六节 2010-2015年中国休闲运动产品行业投资风险分析

##### 一、市场竞争风险

##### 二、原材料压力风险分析

##### 三、技术风险分析

##### 四、政策和体制风险

##### 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

### 第十五章 2010-2015年休闲运动产品行业内其他品类投资前景

#### 第一节 户外

##### 一、市场规模分析

##### 二、市场需求分析预测

##### 三、主要企业及市场份额

##### 四、投资机会与风险分析

#### 第二节 休闲

##### 一、市场规模分析

##### 二、市场需求分析预测

##### 三、主要企业及市场份额

##### 四、投资机会与风险分析

#### 第三节 有氧运动

##### 一、市场规模分析

##### 二、市场需求分析预测

##### 三、主要企业及市场份额

##### 四、投资机会与风险分析

#### 第四节 无氧运动

##### 一、市场规模分析

##### 二、市场需求分析预测

##### 三、主要企业及市场份额

##### 四、投资机会与风险分析

#### 第五节 专业运动（帆船 帆板 高尔夫）

## 一、市场规模分析

### 二、市场需求分析预测

### 三、主要企业及市场份额

### 四、投资机会与风险分析

## 第六节 大众休闲

### 一、市场规模分析

### 二、市场需求分析预测

### 三、主要企业及市场份额

### 四、投资机会与风险分析

## 第七节 时尚运动

### 一、市场规模分析

### 二、市场需求分析预测

### 三、主要企业及市场份额

### 四、投资机会与风险分析

## 第五部分 市场策略研究

## 第十六章 行业发展环境与渠道分析

### 第一节 全国经济发展背景分析

#### 一、2009-2010年宏观经济数据分析

#### 二、2009-2010年宏观政策环境分析

#### 三、未来“十二五”发展规划

### 第二节 主要城市发展背景分析

#### 一、主要城市区域市场特点分析

#### 二、主要城市社会经济现状分析

#### 三、未来主要城市经济发展预测

### 第三节 竞争对手渠道模式

#### 一、休闲运动产品市场渠道情况

#### 二、休闲运动产品竞争对手渠道模式

#### 三、休闲运动产品直营代理分布情况

### 第四节 主要商圈发展趋势分析

#### 一、各城市主要商圈渠道分布情况

#### 二、各城市主要商圈销售规模分析

#### 三、各城市主要商圈发展趋势分析

## 第十七章 2010-2015年休闲运动产品行业市场策略分析

### 第一节 消费者调查研究

#### 一、消费者生活方式调查

二、未来社会人口生活水平

三、休闲运动产品消费者调查

四、发达国家同期消费者感知

## 第二节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

## 第三节 外延行业商业模式借鉴

一、格力

二、蒙牛

三、洗发水

四、国美

五、大润发

六、运动100

七、淘宝商城

## 第四节 多元化策略分析

一、行业多元化策略洋酒

二、现有竞争企业（李宁、NIKE、ADIDAS等）多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

## 第五节 广告投放策略分析

一、行业广告投放现状分析

二、2009-2010年广告投放方式变化分析

三、2009-2010年广告投放总量变化分析

四、2011-2015年广告投放策略分析

## 第六节 品牌策略分析

一、各品牌定位及策略分析

二、各品牌知名度及策略分析

三、各品牌美誉度及策略分析

四、各品牌忠诚度及策略分析

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitanengyuan/9023690236.html>