

# 2009-2012年体育用品行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

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《2009-2012年体育用品行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/wentibangong/6485264852.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

2009年，第24届中国国际体育用品博览会在新国际展览中心开幕，共有来自全球30多个国家和地区的近900家企业、3000余个品牌参展。企业参展的热情并未受到全球经济危机太大的影响，尤其很多以出口为主的体育用品企业回归体博会，他们看重的正是体博会背后所代表的巨大的国内体育用品市场。2009年体博会围绕着专业化的核心价值在兑现对参展商的承诺，并逐步向国际展会品牌的水准和市场化的意识靠拢。最近几年，国内体育用品市场一直保持着良好的增长势头。金融危机发生前，整个行业的年增长率在30%左右，如今增长率不到20%。在如今整体上都处在谨小慎微的行业意识形态下，企业比往年稍微缩小市场推广上的投入可以理解，但这并不表明他们不参加推广——不参加推广对于属于消费品范畴的体育用品企业而言，影响会更大。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、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

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状

##### 第一章 体育用品行业发展概述

###### 第一节 体育用品的概念

###### 一、体育用品的定义

###### 二、体育用品的特点

###### 三、体育用品的分类

###### 第二节 体育用品行业发展成熟度

###### 一、行业发展周期分析

###### 二、行业中外市场成熟度对比

###### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

###### 第三节 体育用品市场特征分析

###### 一、市场规模

###### 二、产业关联度

###### 三、影响需求的关键因素

###### 四、国内和国际市场

###### 五、主要竞争因素

###### 六、生命周期

#### 第二章 国际体育用品市场发展分析

##### 第一节 世界体育用品行业发展分析

###### 一、2007年世界体育用品行业发展分析

###### 二、2008年世界体育用品行业发展分析

###### 三、2009年世界体育用品行业发展分析

##### 第二节 全球体育用品市场分析

- 一、2009年全球体育用品需求分析
- 二、2009年欧美体育用品需求分析
- 三、2009年中外体育用品市场对比
- 第三节 2008-2009年主要地区体育用品行业发展分析
  - 一、2008-2009年美洲体育用品行业分析
  - 二、2008-2009年亚洲体育用品行业分析
  - 三、2008-2009年欧洲体育用品行业分析
- 第三章 我国体育用品行业发展分析
  - 第一节 国内体育用品行业发展现状
    - 一、我国体育用品行业消费状况
    - 二、我国体育用品行业生产状况
    - 三、我国体育用品行业面临的问题
    - 四、我国体育用品行业产品结构
    - 五、中国体育用品行业技术发展
  - 第二节 中国体育用品市场供需状况
    - 一、2009年中国体育用品行业供给能力
    - 二、2009年中国体育用品市场供给分析
    - 三、2009年中国体育用品市场需求分析
    - 四、2009年中国体育用品产品价格分析
  - 第三节 我国体育用品市场分析
    - 一、2008年上半年体育用品市场分析
    - 二、2008年下半年体育用品市场分析
    - 三、2009年上半年体育用品市场分析
    - 四、2009年体育用品市场的走向分析
- 第四章 体育用品产业经济运行分析
  - 第一节 2008-2009年中国体育用品产业工业总产值分析
    - 一、2008-2009年中国体育用品产业工业总产值分析
    - 二、不同规模企业工业总产值分析
    - 三、不同所有制企业工业总产值比较
  - 第二节 2008-2009年中国体育用品产业市场销售收入分析
    - 一、2008-2009年中国体育用品产业市场总销售收入分析
    - 二、不同规模企业总销售收入分析
    - 三、不同所有制企业总销售收入比较
  - 第三节 2008-2009年中国体育用品产业产品成本费用分析
    - 一、2008-2009年中国体育用品产业成本费用总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2008-2009年中国体育用品产业利润总额分析

一、2008-2009年中国体育用品产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五章 我国体育用品产业进出口分析

第一节 我国体育用品产品进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国体育用品产品出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国体育用品产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年体育用品进口预测

四、2009年体育用品出口预测

第六章 体育用品细分行业发展分析

第一节 体育服装

一、体育服饰行业的特征

二、中国专业体育服装市场格局的演变分析

三、中国运动服面临“时装”发展大趋势分析

四、不同层面厂家的战略模式

五、2009年我国体育服装品牌发展分析

六、2009年中国体育服装企业发展动态

七、2009年体育服装时尚化发展潮流

八、2009年体育服装商机分析

九、体育服饰业未来市场格局预测

第二节 健身器材

一、国外健身器材发展趋势分析

二、中国机械健身器的发展道路分析

三、我国健身器材市场需求分析

#### 四、2010年全球健身器材市场发展预测

##### 第三节 运动鞋

- 一、2008-2009年我国运动鞋市场分析
- 二、2009年国内外运动鞋企业科技实力分析
- 三、2008-2009年品牌运动鞋企定位营销分析
- 四、中国运动鞋的发展趋势分析

##### 第四节 球类体育用品

- 一、中国球类体育用品商机分析
- 二、中国当前高尔夫球发展的概况
- 三、中国当前高尔夫球发展的现状及策略

#### 第二部分 行业竞争格局

#### 第七章 体育用品行业竞争格局分析

##### 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 体育用品行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业出口交货值对比分析
- 五、重点企业利润总额对比分析
- 六、重点企业综合竞争力对比分析

## 第五节 2008-2009年体育用品行业竞争格局分析

- 一、2008年体育用品行业竞争分析
- 二、2008年中外体育用品产品竞争分析
- 三、2008-2009年国内外体育用品竞争分析
- 四、2008-2009年我国体育用品市场竞争分析
- 五、2008-2009年我国体育用品市场集中度分析
- 六、2009-2012年国内主要体育用品企业动向

## 第八章 体育用品企业竞争策略分析

### 第一节 体育用品市场竞争策略分析

- 一、2009年体育用品市场增长潜力分析
- 二、2009年体育用品主要潜力品种分析
- 三、现有体育用品产品竞争策略分析
- 四、潜力体育用品品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 体育用品企业竞争策略分析

- 一、金融危机对体育用品行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后体育用品行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国体育用品市场竞争趋势
- 四、2009-2012年体育用品行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年体育用品行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年体育用品企业竞争策略分析

## 第九章 主要体育用品企业竞争分析

### 第一节 耐克公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第二节 阿迪达斯集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第三节 李宁有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析



三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第四节 安踏公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第五节 青岛双星股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第六节 鸿星尔克集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第七节 上海红双喜有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第八节 福建泉州匹克集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第九节 美津浓（中国）体育用品公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第十节 其他体育用品重点企业分析

一、福建省万年青运动器材制造有限公司

二、中山广盛运动器材有限公司

- 三、泰山体育器材集团有限公司
- 四、威海光威集团有限责任公司
- 五、厦门群鑫机械工业有限公司
- 六、乔山健康科技（上海）有限公司
- 七、山东英克莱集团有限公司
- 八、厦门新凯复材科技有限公司

### 第三部分 行业前景预测

#### 第十章 体育用品行业发展趋势分析

##### 第一节 2009年发展环境展望

- 一、2009年宏观经济形势展望
- 二、2009年政策走势及其影响
- 三、2009年国际行业走势展望

##### 第二节 2009年体育用品行业发展趋势分析

- 一、2009年技术发展趋势分析
- 二、2009年产品发展趋势分析
- 三、2009年行业竞争格局展望

##### 第三节 2009-2012年中国体育用品市场趋势分析

- 一、2008-2009年体育用品市场趋势总结
- 二、2009-2012年体育用品发展趋势分析
- 三、2009-2012年体育用品市场发展空间
- 四、2009-2012年体育用品产业政策趋向
- 五、2009-2012年体育用品技术革新趋势
- 六、2009-2012年体育用品价格走势分析

#### 第十一章 未来体育用品行业发展预测

##### 第一节 未来体育用品需求与消费预测

- 一、2009-2012年体育用品产品消费预测
- 二、2009-2012年体育用品市场规模预测
- 三、2009-2012年体育用品行业总产值预测
- 四、2009-2012年体育用品行业销售收入预测
- 五、2009-2012年体育用品行业总资产预测

##### 第二节 2009-2012年中国体育用品行业供需预测

- 一、2008-2012年中国体育用品供给预测
- 二、2009-2012年中国体育用品产量预测
- 三、2009-2012年中国体育用品需求预测
- 四、2009-2012年中国体育用品供需平衡预测

五、2009-2012年中国体育用品产品价格预测

六、2009-2012年主要体育用品产品进出口预测

#### 第四部分 投资战略研究

#### 第十二章 体育用品行业投资现状分析

##### 第一节 2008年体育用品行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

##### 第二节 2009年上半年体育用品行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资及结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

#### 第十三章 体育用品行业投资环境分析

##### 第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

##### 第二节 政策法规环境分析

一、2009年体育用品行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

##### 第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响

#### 第十四章 体育用品行业投资机会与风险

##### 第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

## 第二节 行业投资收益率比较及分析

### 一、2009年相关产业投资收益率比较

### 二、2007-2008行业投资收益率分析

## 第三节 体育用品行业投资效益分析

### 一、2008-2009年体育用品行业投资状况分析

### 二、2009-2012年体育用品行业投资效益分析

### 三、2009-2012年体育用品行业投资趋势预测

### 四、2009-2012年体育用品行业的投资方向

### 五、2009-2012年体育用品行业投资的建议

### 六、新进入者应注意的障碍因素分析

## 第四节 影响体育用品行业发展的主要因素

### 一、2009-2012年影响体育用品行业运行的有利因素分析

### 二、2009-2012年影响体育用品行业运行的稳定因素分析

### 三、2009-2012年影响体育用品行业运行的不利因素分析

### 四、2009-2012年我国体育用品行业发展面临的挑战分析

### 五、2009-2012年我国体育用品行业发展面临的机遇分析

## 第五节 体育用品行业投资风险及控制策略分析

### 一、2009-2012年体育用品行业市场风险及控制策略

### 二、2009-2012年体育用品行业政策风险及控制策略

### 三、2009-2012年体育用品行业经营风险及控制策略

### 四、2009-2012年体育用品行业技术风险及控制策略

### 五、2009-2012年体育用品同业竞争风险及控制策略

### 六、2009-2012年体育用品行业其他风险及控制策略

## 第十五章 体育用品行业投资战略研究

### 第一节 体育用品行业发展战略研究

#### 一、战略综合规划

#### 二、技术开发战略

#### 三、业务组合战略

#### 四、区域战略规划

#### 五、产业战略规划

#### 六、营销品牌战略

#### 七、竞争战略规划

### 第二节 对我国体育用品品牌的战略思考

#### 一、企业品牌的重要性

#### 二、体育用品实施品牌战略的意义

三、体育用品企业品牌的现状分析

四、我国体育用品企业的品牌战略

五、体育用品品牌战略管理的策略

第三节 体育用品行业投资战略研究

一、2008年体育用品行业投资战略研究

二、2009年体育用品行业投资战略研究

三、2009-2012年体育用品行业投资形势

四、2009-2012年体育用品行业投资战略

图表目录

图表：体育用品产业链分析

图表：国际体育用品市场规模

图表：国际体育用品生命周期

图表：2008-2009年中国体育用品行业市场规模

图表：2008-2009年全球体育用品产业市场规模

图表：2008-2009年体育用品重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国体育用品行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国体育用品行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国体育用品行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国体育用品竞争力分析

图表：2009-2012年中国体育用品产能预测

图表：2009-2012年中国体育用品消费量预测

图表：2009-2012年中国体育用品市场前景预测

图表：2009-2012年中国体育用品市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国体育用品发展前景预测

图表：2008年1-12月体育用品产量全国合计

图表：2008年1-12月体育用品产量北京市合计

图表：2008年1-12月体育用品产量天津市合计

图表：2008年1-12月体育用品产量河北省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量山西省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量吉林省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月体育用品产量上海市合计

图表：2008年1-12月体育用品产量江苏省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量浙江省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量安徽省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量福建省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量江西省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量山东省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量河南省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量湖北省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量湖南省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量广东省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量广西区合计

图表：2008年1-12月体育用品产量海南省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量重庆市合计

图表：2008年1-12月体育用品产量四川省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量贵州省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量云南省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量陕西省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月体育用品产量新疆区合计

图表：2008年1-12月体育用品产量内蒙古合计

图表：2009年1-6月体育用品产量全国合计

图表：2009年1-6月体育用品产量北京市合计

图表：2009年1-6月体育用品产量天津市合计

图表：2009年1-6月体育用品产量河北省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量山西省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量辽宁省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量吉林省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量黑龙江合计

图表：2009年1-6月体育用品产量上海市合计

图表：2009年1-6月体育用品产量江苏省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量浙江省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量安徽省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量福建省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量江西省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量山东省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量河南省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量湖北省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量湖南省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量广东省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量广西区合计

图表：2009年1-6月体育用品产量海南省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量重庆市合计

图表：2009年1-6月体育用品产量四川省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量贵州省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量云南省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量陕西省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量甘肃省合计

图表：2009年1-6月体育用品产量新疆区合计

图表：2009年1-6月体育用品产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月体育用品行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月体育用品行业收入前十家企业

图表：2008年5月体育用品行业收入前十家企业

图表：2008年8月体育用品行业收入前十家企业

图表：2008年11月体育用品行业收入前十家企业

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标全国合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标重庆市合计



图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-6月体育用品行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月体育用品进口数据

图表：2008年1季度体育用品进口数据

图表：2008年1月体育用品进口数据

图表：2008年2月体育用品进口数据

图表：2008年3月体育用品进口数据

图表：2008年2季度体育用品进口数据

图表：2008年4月体育用品进口数据

图表：2008年5月体育用品进口数据

图表：2008年6月体育用品进口数据

图表：2008年3季度体育用品进口数据

图表：2008年7月体育用品进口数据

图表：2008年8月体育用品进口数据

图表：2008年9月体育用品进口数据

图表：2008年4季度体育用品进口数据

图表：2008年10月体育用品进口数据

图表：2008年11月体育用品进口数据

图表：2008年12月体育用品进口数据

图表：2008年1-12月体育用品出口数据

图表：2008年1季度体育用品出口数据

图表：2008年1月体育用品出口数据

图表：2008年2月体育用品出口数据

图表：2008年3月体育用品出口数据

图表：2008年2季度体育用品出口数据

图表：2008年4月体育用品出口数据

图表：2008年5月体育用品出口数据

图表：2008年6月体育用品出口数据

图表：2008年3季度体育用品出口数据

图表：2008年7月体育用品出口数据

图表：2008年8月体育用品出口数据

图表：2008年9月体育用品出口数据

图表：2008年4季度体育用品出口数据

图表：2008年10月体育用品出口数据

图表：2008年11月体育用品出口数据

图表：2008年12月体育用品出口数据

图表：2009年1-6月体育用品进口数据

图表：2009年1季度体育用品进口数据

图表：2009年1月体育用品进口数据

图表：2009年2月体育用品进口数据

图表：2009年3月体育用品进口数据

图表：2009年2季度体育用品进口数据

图表：2009年4月体育用品进口数据

图表：2009年5月体育用品进口数据

图表：2009年6月体育用品进口数据

图表：2009年1-6月体育用品出口数据

图表：2009年1季度体育用品出口数据

图表：2009年1月体育用品出口数据

图表：2009年2月体育用品出口数据

图表：2009年3月体育用品出口数据

图表：2009年2季度体育用品出口数据

图表：2009年4月体育用品出口数据

图表：2009年5月体育用品出口数据

图表：2009年6月体育用品出口数据

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/6485264852.html>