

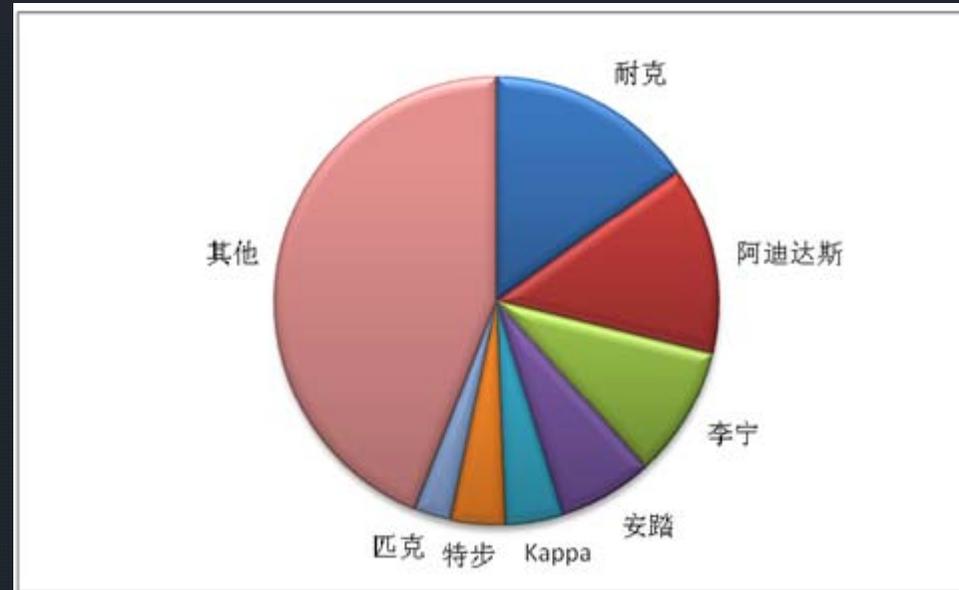
2009年中国体育用品行业研究报告



由于人民生活水平的提高以及健康意识的增强，许多人开始通过体育运动来保持身体健康。尤其是2008年北京奥运会之后，体育运动越来越受到重视，这为中国体育用品市场带来了强大的需求。中国市场上较大的体育用品品牌有耐克、阿迪达斯、李宁、安踏等，而这些品牌多是以经营运动鞋和运动服装为主。

2008年在中国运动服装市场上销售收入最大的两大品牌是耐克和阿迪达斯，2008年这两个品牌服装的收入占据了总市场28.8%的份额。李宁作为中国本土最大的体育用品品牌，2008年其运动服装收入占总市场9.5%的份额。

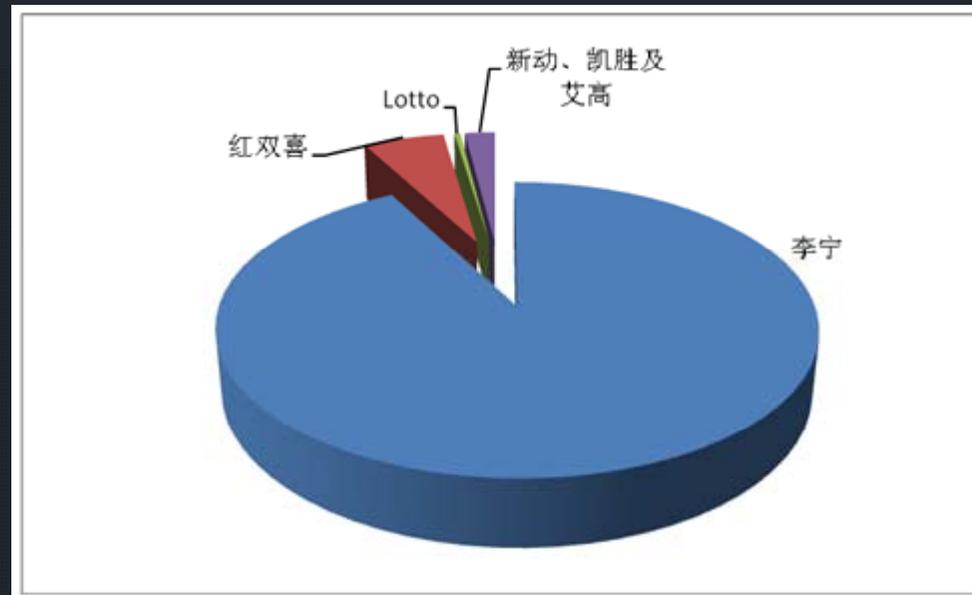
图：2008年按收入划分中国运动服品牌的占有率



数据来源：各公司年报；整理：水清木华研究中心

为了增加市场份额，提高公司利润，李近几年宁公司开始向着多元化品牌战略的方向发展。从2005年到2009年，李宁公司先后开发或收购了艾高（AIGLE）、新动（Z-DO）、红双喜、乐途和凯胜五个品牌。

图：2009上半年李宁公司各品牌业务收入所占比重



数据来源：公司年报；整理：水清木华研究中心

2009年上半年，这五个品牌都为李宁公司创造了收益，但与“李宁”品牌相比，仍然有很大的差距。其中红双喜作为中国最大的乒乓球运动品牌，2009年1-6月份共实现2.2亿元的收入，占李宁公司总收入的5.4%，份额依然有待提高。2009年及以后的几年内，李宁公司应该在保持“李宁”品牌市场占有率的同时，加大其他几个品牌的营销力度，走好多品牌发展之路。

本研究报告重点分析了包括李宁、安踏、阿迪达斯、耐克在内的18家体育用品公司，深入研究了中国体育用品行业的现状，分析了体育用品行业的细分市场、广告投放和消费人群，预测了体育用品行业未来的发展方向。

报告目录

第一章 体育用品概述

- 1.1 体育用品的界定
- 1.2 国际体育用品行业发展现状

第二章 中国体育用品行业发展现状

- 2.1 中国体育用品现状
- 2.2 中国体育品牌盈利能力对比
- 2.3 中国体育用品零售格局
 - 2.3.1 中国体育用品零售方式
 - 2.3.2 中国体育用品零售店对比
 - 2.3.3 中国体育用品零售店重点城市
- 2.4 中国体育用品行业竞争力分析

第三章 中国体育品牌投放分析

- 3.1 中国体育用品广告投放情况
- 3.2 三家企业的广告推广项目总量及趋势
- 3.3 主要体育品牌广告曝光量和市场价值估算
- 3.4 主要体育品牌广告投放媒体趋势
- 3.5 主要体育品牌广告策略对比
 - 3.5.1 李宁策略

3.5.2 耐克策略

3.5.3 Adidas策略

第四章 中国体育用品细分市场

- 4.1 运动鞋市场
- 4.2 体育服装
- 4.3 健身器材
- 4.4 其他体育用品
 - 4.4.1 自行车行业分析
 - 4.4.2 篮球市场分析
 - 4.4.3 足球市场分析
 - 4.4.4 羽毛球市场分析
 - 4.4.5 乒乓球市场分析
 - 4.4.6 户外运动
 - 4.4.7 滑雪产业
 - 4.4.8 渔具行业
 - 4.4.9 潜水行业
 - 4.4.10 高尔夫市场

第五章 消费者分析

- 5.1 体育用品市场消费者需求分析
- 5.2 青少年体育用品市场分析
- 5.3 青少年品牌消费观念分析
- 5.4 影响消费者购买体育用品的因素

- 5.4.1 品牌偏好
- 5.4.2 商品价格
- 5.4.3 流行趋势

第六章 体育用品主要企业分析

6.1 李宁体育用品有限公司

- 6.1.1 公司简介
- 6.1.2 经营情况
- 6.1.3 李宁品牌推广战略
- 6.1.4 李宁品牌消费群体特征
- 6.1.5 对未来预期

6.2 匹克

- 6.2.1 公司简介
- 6.2.2 经营情况
- 6.2.3 品牌推广
- 6.2.4 营销渠道
- 6.2.5 经营存在的问题

6.3 安踏

- 6.3.1 公司简介
- 6.3.2 经营情况
- 6.3.3 公司动向

6.4 耐克

- 6.4.1 公司简介

6.4.2 经营状况

6.4.3 耐克未来发展战略

6.5 阿迪达斯

- 6.5.1 公司简介
- 6.5.2 经营状况
- 6.5.3 分产品类别状况
- 6.5.4 阿迪达斯中国发展计划

6.6 中国动向

- 6.6.1 公司简介
- 6.6.2 经营状况
- 6.6.3 品牌推广

6.7 特步

- 6.7.1 公司简介
- 6.7.2 经营状况
- 6.7.3 零售店经营状况

6.8 361度

- 6.8.1 公司简介
- 6.8.2 经营状况
- 6.8.3 零售店经营状况
- 6.8.4 品牌推广

6.9 鸿星尔克

- 6.9.1 公司简介
- 6.9.2 经营状况

6.9.3 品牌推广

6.10 彪马

6.10.1 公司简介

6.10.2 经营状况

6.11 美津浓

6.11.1 公司简介

6.11.2 经营状况

6.11.3 在华战略调整

6.12 其他企业

6.12.1 匡威

6.12.2 双星

6.12.3 红双喜体育用品

6.12.4 福建省万年青运动器材制造有限公司

6.12.5 深圳市好家庭实业有限公司

6.12.6 泰山体育产业集团

6.12.7 运动100

第七章 行业发展趋势与对策分析

7.1 中国体育用品行业发展趋势

7.2 中国体育用品行业所存在的问题

7.3 中国体育用品问题对策分析

图表目录

- 图：2009年中国体育品牌毛利率对比
- 图：2009年中国体育品牌净利润率比较
- 图：2009中国体育用品企业零售店数量
- 图：2001-2008年一线城市体育用品零售额的复合增长率
- 图：2001-2008年中国部分二、三线城市体育用品零售额复合增长率
- 表：中国民族体育用品企业与跨国企业策略对比
- 图：2009年中国体育用品企业广告开支占总收入的比率对比
- 表：2008年李宁、耐克、阿迪广告推广项目数量
- 图：2008年李宁、耐克、阿迪广告项目各月投放数量
- 图：2008年李宁、耐克、阿迪广告浏览数量对比
- 图：2008年李宁、耐克、阿迪广告媒体选择对比
- 图：2008年李宁、耐克、阿迪新浪网广告推广项目数量
- 图：2008年李宁、耐克、阿迪网易广告推广项目数量
- 图：2008年李宁、耐克、阿迪搜狐网广告推广项目数量
- 图：2006-2013年中国运动服市场规模及预测
- 图：2006-2013年按零售额划分的中国篮球运动服市场规模及预测
- 表：中国体育人口年龄分布
- 表：不同年龄层对运动服装的需求特点
- 图：运动服装市场消费者构成比例
- 表：京沪青少年的消费结构
- 表：青少年对运动服装名牌的态度
- 图：青少年购买名牌运动鞋的数量
- 图：青少年购买运动鞋价格变化趋势

- 表：李宁公司旗下品牌
- 图：2005-2008年李宁公司业务收入及利润统计
- 图：2005-2009年上半年李宁公司业务收入及增长率
- 图：2005-2009年上半年李宁公司利润及增长率
- 图：2009年李宁公司各类产品所占比例
- 图：2009年李宁集团各品牌业务收入所占比重
- 图：2009年李宁品牌各地区销售收入占比
- 图：2009年李宁品牌营销渠道占比
- 表：2006-2009匹克盈利变化趋势
- 图：2009年匹克收入构成（分地区）
- 图：匹克产品外判比重
- 表：2006-2009年匹克的平均售价及销量
- 图：2006-2011年安踏公司收入及增长率预测
- 图：2009安踏品牌各类产品所占比重
- 表：2008年与2009年安踏中期盈利分析
- 图：2009年安踏在各地区收入所占比重
- 图：2004-2008年耐克公司收入情况
- 图：2008年耐克收入分布情况
- 图：2004-2008年阿迪达斯收入及增长率状况
- 图：2008年阿迪达斯公司收入构成
- 图：2008年阿迪达斯鞋产品生产地区分布
- 图：2006-2008年阿迪达斯鞋产量
- 图：2008年阿迪达斯服装产品生产地区分布
- 图：2006-2008年阿迪达斯服装产量
- 图：2009年中国动向销售收入情况

- 图：2009年中国分部Kappa品牌收入情况（分类别）
- 图：2009年日本分部各品牌收入情况
- 图：2009年中国动向零售店分布
- 图：2007-2009年特步公司总收入及净利润
- 表：2009年特步厦门旗舰店利润表
- 表：2009年安徽省和湖南省店铺增加计划
- 图：2006-2009年361度营业收入情况
- 图：2006-2009年361度利润及增长情况
- 图：2009年361度收入构成（分产品）
- 图：2008与2009年361度各地区收入比重对比
- 图：2008及2009年零售门店数目
- 图：2009年361度经销商分布情况
- 表：2008及2009年鸿星尔克收入情况
- 图：2009年鸿星尔克收入构成（分产品类别）
- 表：2008-2009年鸿星尔克品牌推广活动
- 图：2008及2009年彪马收入及利润统计
- 图：2009年彪马分地区收入情况
- 图：2009年彪马分产品类别收入情况
- 图：2004-2008年美津浓收入情况
- 图：2008年美津浓收入构成（分产品）
- 图：2008年美津浓收入构成（分地区）
- 图：2005-2009年双星集团收入情况
- 图：2005-2009年双星集团盈利情况

购买报告

价 格	电子版： 8000元	电话： 010-8260. 1561/62/63
	纸质版： 7500元	传真： 010-8260. 1570
页数： 165页		邮箱： hanyue@waterwood. com. cn
发布日期： 2010-06		网址： www. pday. com. cn
链接： http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201006/24511098.html		
地址： 北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦A2座1008室		

如何申请购买报告

1, 请填写《研究报告订购协议》(http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc), 注明单位名称、联系人、联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-82601570。

2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。

3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:

开户行: 交通银行世纪城支行

帐号: 110060668012015061217

户名: 北京水清木华科技有限公司

4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570

版权声明

该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。