

2017-2022年中国羽毛球行业市场竞争格局及投资 方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国羽毛球行业市场竞争格局及投资方向研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/296819.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

羽毛球是一项室内，室外兼顾的运动。依据参与的人数，可以分为单打与双打。羽毛球运动对选手的体格要求并不很高，却比较讲究耐力，极适羽毛球拍一般由拍头、拍杆、拍柄及拍框与拍杆的接头构成。一支球拍的长度不超过68厘米，其中球拍柄与球拍杆长度不超过41厘米，拍框长度为28厘米，宽为23厘米，随着科学技术的发展，球拍的发展向着重量越来越轻、拍框越来越硬、拍杆弹性越来越好的方向发展，适合东方人发展。

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2015年，中国体育用品行业占国内生产总值的比例预计仅为0.5%,与发达国家水平相差甚远，市场潜质的确非常吸引。而2015年中国体育用品市场的规模将增加至2500亿元左右，复合年增长率为25%。

估计到2020年时尚体育用品市场之收益高达1500亿元，占整体体育用品市场的份额，将由32%升至45%。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，这将是不可多得的发展市场。

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。

报告目录：

第一部分 羽毛球产业环境透视

第一章 羽毛球市场特征

第一节 行业定义及特征

一、行业定义

二、行业特征

第二节 国际宏观环境分析

一、全球经济发展趋势

二、全球发展主题

1、低通胀

2、货币政策分化

3、美元走强

4、人民币震荡

5、大宗商品走弱

6、波动率自身波动上升

第三节 2015年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、对外贸易&进出口

第四节 2015年中国行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第五节 政策环境分析

第六节 羽毛球行业发展的"波特五力模型"分析

一、行业内竞争

二、买方侃价能力

三、卖方侃价能力

四、进入威胁

五、替代威胁

第二章 中国羽毛球行业产业链状况分析

第一节 上游产业发展状况分析

第二节 下游产业发展状况分析

第三节 关联产业发展状况分析

第二部分 行业深度分析

第三章 中国羽毛球市场规模分析

第一节 2012-2015年中国羽毛球市场规模分析

第二节 2015年我国羽毛球区域结构分析

第三节 中国羽毛球区域市场规模分析

一、2012-2015年东北地区市场规模分析

二、2012-2015年华北地区市场规模分析

三、2012-2015年华东地区市场规模分析

四、2012-2015年华中地区市场规模分析

五、2012-2015年华南地区市场规模分析

六、2012-2015年西北地区市场规模分析

七、2012-2015年西南地区市场规模分析

第四章 中国羽毛球国内市场综述

第一节 中国羽毛球产品产量分析及预测

一、羽毛球产业总体产能规模

二、羽毛球生产区域分布

三、2012-2015年产量

四、2012-2015年消费情况

第二节 中国羽毛球市场需求分析及预测

一、中国羽毛球需求特点

二、主要地域分布

第三节 中国羽毛球价格趋势分析

一、中国羽毛球2013-2015年价格趋势

二、2017-2022年中国羽毛球价格走势预测

第五章 中国羽毛球行业进出口市场情况分析

第一节 2012-2015年中国羽毛球行业进出口量分析

一、2012-2015年中国羽毛球行业进口分析

二、2012-2015年中国羽毛球行业出口分析

第二节 2017-2022年中国羽毛球行业进出口市场预测分析

一、2017-2022年中国羽毛球行业进口预测

二、2017-2022年中国羽毛球行业出口预测

第三部分 羽毛球行业竞争格局

第六章 全国羽毛球行业财务状况分析

第一节 2013-2015年羽毛球行业规模分析

- 一、2013-2015年羽毛球行业总资产对比分析
- 二、2013-2015年羽毛球行业企业单位数对比分析
- 三、2013-2015年羽毛球行业从业人员平均人数对比分析

第二节 2013-2015年羽毛球行业经济效益分析

- 一、2013-2015年羽毛球行业盈利能力分析
- 二、2013-2015年羽毛球行业偿债能力分析
- 三、2013-2015年羽毛球行业营运能力分析

第三节 2013-2015年羽毛球行业结构分析

- 一、2013-2015年羽毛球行业所有制结构分析
- 二、2013-2015年羽毛球行业不同规模企业结构分析

第七章 国内外羽毛球重点企业分析

第一节 南京胜利体育用品实业有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展历程
- 四、发展战略

第二节 李宁Lining

- 一、公司概况
- 二、企业财务数据分析
- 三、企业品牌战略
- 四、发展战略
- 五、公司最近发展动态

第三节 石狮凯胜体育用品有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、发展战略

第四节 深圳市川崎运动用品有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业发展历程
- 三、品牌战略

第五节 深圳市索德士体育用品公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析

三、发展战略

第六节 上海红双喜股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、发展战略

第七节 奥立弗OLIVER

一、公司概况

二、企业产品分析

第八节 江山市航宇文体用品有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况

三、发展战略

第九节 广州威健体育用品公司

一、公司状况

二、企业经营情况

第十节 浙江桐乡波力科技复材用品有限公司

一、公司状况

二、企业经营情况

三、企业品牌战略

四、企业发展战略

第四部分 羽毛球行业发展趋势

第八章 中国羽毛球行业发展预测

第一节 2017-2022年我国羽毛球行业产量预测

第二节 2017-2022年我国羽毛球行业消费量预测

第三节 2017-2022年我国羽毛球行业产值预测

第四节 2017-2022年我国羽毛球行业销售收入预测

第九章 羽毛球行业投资前景与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 羽毛球行业投资价值分析

一、羽毛球行业发展前景分析

二、羽毛球行业盈利能力预测

三、投资机会分析

第三节 羽毛球行业投资风险分析

一、宏观经济风险与规避

二、行业政策风险与规避

三、市场竞争风险与规避

四、技术风险分析与规避

五、下游需求风险与规避

六、资金短缺风险与规避

七、经营风险与规避

八、管理风险与规避

第四节 羽毛球行业投资策略分析

第十章 中国羽毛球行业总结

第一节 羽毛球行业企业问题总结

第二节 羽毛球企业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第三节 羽毛球市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第四节 羽毛球项目投资建议

第五节 羽毛球行业发展战略研究

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

第六节 对我国羽毛球品牌的战略思考

一、羽毛球品牌的重要性

二、羽毛球实施品牌战略的意义

三、羽毛球企业品牌的现状分析

四、我国羽毛球企业的品牌战略

五、羽毛球品牌战略管理的策略

第七节 羽毛球经营策略分析

一、羽毛球市场细分策略

二、羽毛球市场创新策略

三、品牌定位

1、市场定位

2、品牌定位

3、定位方法

4、产品定位的基本原则

5、影响因素

四、品类管理

1、品类的概念

2、品类管理的意义

3、制约因素

4、解决思路

5、发展方向

五、行业新产品差异化战略

图表目录：

图表：2015年宏观发展逻辑

图表：主要国家通货膨胀

图表：2013-2015年国内生产总值及增长速度

图表：2015年消费价格指数

图表：2015年工业品出产价格指数（PPI）

图表：2013-2015年中国居民人均收入实际增长速度

图表：2011-2015年中国居民恩格尔系数

图表：2013-2015年全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2013-2015年全社会固定资产投资增速

图表：2013-2015年房地产开发投资累计同比增速

图表：2013-2015年中国对外贸易进出口总额

图表：2015年末人口数及其构成

图表：2011-2015年城镇新增就业人数

图表：2011-2015年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2011-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2011-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2011-2015年中国城镇化水平

图表：羽毛球行业产业链

图表：中国羽毛球拍品牌排行（2015）

图表：2011-2015年中国羽毛球行业市场规模

图表：2015年中国羽毛球行业区域市场分布情况

图表：2011-2015年东北地区羽毛球行业市场规模

图表：2011-2015年华北地区羽毛球行业市场规模

图表：2011-2015年华东地区羽毛球行业市场规模

图表：2011-2015年华中地区羽毛球行业市场规模

图表：2011-2015年华南地区羽毛球行业市场规模

图表：2011-2015年西北地区羽毛球行业市场规模

图表：2011-2015年西南地区羽毛球行业市场规模

图表：2011-2015年西南地区羽毛球行业产能规模

图表：2015年中国羽毛球市场区域生产分布情况

图表：2010-2015年中国羽毛球行业市场产量规模

图表：2010-2015年中国羽毛球行业市场消费规模

图表：2010-2015年中国羽毛球行业市场需求规模

图表：2017-2022年中国羽毛球行业市场需求规模

图表：2015年中国羽毛球市场区域消费分布情况

图表：2010-2015年中国羽毛球行业市场批发价格变换情况

图表：2017-2022年中国羽毛球行业市场批发价格变换情况

图表：2011-2015年中国羽毛球行业进口规模

图表：2010-2015年中国羽毛球行业出口规模预测

图表：2017-2022年中国羽毛球行业进口规模预测

图表：2017-2022年中国羽毛球行业出口规模预测

图表：2010-2015年中国羽毛球行业总资产规模

图表：2010-2015年中国羽毛球行业企业数量规模

图表：2010-2015年中国羽毛球行业从业人员数量规模

图表：2010-2015年中国羽毛球行业盈利能力走势情况

图表：2010-2015年中国羽毛球行业偿债能力走势情况

图表：2010-2015年中国羽毛球行业营运能力分析

图表：2015年中国羽毛球行业不同所有制企业分布情况

图表：2015年中国羽毛球行业不同规模企业分布情况

图表：2015年李宁公司主要财务指标

图表：2015年李宁公司利润表

图表：2015年李宁公司资产负债表

图表：2015年李宁公司现金流量表

图表：2017-2022年中国羽毛球行业市场产量规模预测

图表：2017-2022年中国羽毛球行业市场消费量规模预测

图表：2017-2022年中国羽毛球行业产值预测

图表：2017-2022年中国羽毛球行业市场销售收入预测

图表：2017-2022年中国羽毛球行业盈利能力走势情况

图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/296819.html>