

# 2021-2027年中国体育用品 产业发展现状与投资战略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2021-2027年中国体育用品产业发展现状与投资战略报告》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.cction.com/report/202107/228370.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

体育用品（sports goods；sports requisites），就是在进行体育教育、竞技运动和身体锻炼的过程中所使用到的所有物品的统称。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国体育用品产业发展现状与投资战略报告》共十三章。首先介绍了体育用品行业市场发展环境、体育用品整体运行态势等，接着分析了体育用品行业市场运行的现状，然后介绍了体育用品市场竞争格局。随后，报告对体育用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了体育用品行业发展趋势与投资预测。您若想对体育用品产业有个系统的了解或者想投资体育用品行业，本报告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。

报告目录：

### 第一章体育用品行业概述

#### 1.1 体育用品行业概念和分类

##### 1.1.1 体育用品概念

##### 1.1.2 体育用品分类

#### 1.2 体育用品行业产业链分析

##### 1.2.1 上游产业分析

##### 1.2.2 产业价值关系

##### 1.2.3 下游消费市场

### 第二章 2015-2019年中国体育产业发展现状综合分析

#### 2.1 中国体育产业发展现状

##### 2.1.1 产业发展地位

##### 2.1.2 体育场地建设

##### 2.1.3 产业发展综况

##### 2.1.4 产业发展规模

##### 2.1.5 产业结构分析

#### 2.2 中国体育产业信息化发展分析

- 2.2.1 信息技术对产业的影响
- 2.2.2 产业信息化发展的意义
- 2.2.3 产业信息化发展的要点
- 2.2.4 数字化体育发展现状
- 2.2.5 信息化促进产业变革
- 2.2.6 产业信息化发展建议
- 2.3 中国体育产业商业化运作模式分析
  - 2.3.1 实施商业化运作模式的必要性
  - 2.3.2 产业商业化运作机制分析
  - 2.3.3 推动产业商业化运作的策略
- 2.4 中国体育产业发展问题分析
  - 2.4.1 体育产业发展存在的障碍
  - 2.4.2 体育产业发展面临的挑战
  - 2.4.3 城市体育产业发展的问题
  - 2.4.4 产业发展的其他制约因素
- 2.5 中国体育产业发展策略分析
  - 2.5.1 产业发展对策建议
  - 2.5.2 产业结构优化策略
  - 2.5.3 城市体育产业策略
  - 2.5.4 产业创新发展途径
  - 2.5.5 产业可持续发展策略

### 第三章 2015-2019年体育用品行业发展环境

- 3.1 经济环境
  - 3.1.1 国际宏观经济
  - 3.1.2 宏观经济概况
  - 3.1.3 对外经济分析
  - 3.1.4 工业运行情况
  - 3.1.5 宏观经济展望
- 3.2 政策环境
  - 3.2.1 体育产业规划
  - 3.2.2 促进体育消费

### 3.2.3 全民健身计划

### 3.2.4 中国制造2025

## 3.3 社会环境

### 3.3.1 人口结构分析

### 3.3.2 居民收入水平

### 3.3.3 居民消费水平

### 3.3.4 全民健身意识

## 第四章 2015-2019年体育用品行业发展分析

### 4.1 2015-2019年国外体育用品市场发展状况

#### 4.1.1 全球市场现状

#### 4.1.2 法国市场状况

#### 4.1.3 英国市场分析

#### 4.1.4 美国市场规模

#### 4.1.5 俄罗斯市场

### 4.2 2015-2019年中国体育用品市场运行分析

#### 4.2.1 行业发展规模

#### 4.2.2 行业集中度

#### 4.2.3 出厂价格指数

#### 4.2.4 市场竞争状况

#### 4.2.5 企业经营对比

#### 4.2.6 企业专利竞争

#### 4.2.7 波特五力模型

### 4.3 中国体育用品行业进出口市场分析

#### 4.3.1 市场进出口规模

#### 4.3.2 进出口产品结构

#### 4.3.3 市场内外销比例

### 4.4 中国体育用品产业集群分析

#### 4.4.1 产业集群发展简况

#### 4.4.2 产业集群特征分析

#### 4.4.3 产业集群发展作用

#### 4.4.4 产业集群发展阻力

#### 4.4.5 产业集群发展对策

### 4.5 “一带一路”背景下中国体育用品企业国际竞争力分析

#### 4.5.1 “一带一路”为企业带来机遇

#### 4.5.2 “一带一路”为企业带来挑战

#### 4.5.3 “一带一路”下企业发展对策

### 4.6 中国体育用品产业存在的问题及发展对策

#### 4.6.1 企业规模小

#### 4.6.2 缺乏知名品牌

#### 4.6.3 加大科技投入

#### 4.6.4 集群化发展道路

## 第五章 2015-2019年中国文教、体育和娱乐用品制造行业财务状况

### 5.1 中国文教、体育和娱乐用品制造行业经济规模

#### 5.1.1 制造业销售规模

#### 5.1.2 制造业利润规模

#### 5.1.3 制造业资产规模

### 5.2 中国文教、体育和娱乐用品制造行业盈利能力指标分析

#### 5.2.1 制造业销售毛利率

#### 5.2.2 成本费用利润率

#### 5.2.3 制造业销售利润率

### 5.3 中国文教、体育和娱乐用品制造行业营运能力指标分析

#### 5.3.1 应收账款周转率

#### 5.3.2 流动资产周转率

#### 5.3.3 总资产周转率

### 5.4 中国文教、体育和娱乐用品制造行业偿债能力指标分析

#### 5.4.1 资产负债率

#### 5.4.2 利息保障倍数

### 5.5 中国文教、体育和娱乐用品制造行业财务状况综合评价

## 第六章 2015-2019年健身器材行业发展分析

### 6.1 全球健身器材行业发展概况

#### 6.1.1 全球健身器材市场分析

- 6.1.2 美国健身器材产业分析
- 6.1.3 欧洲品牌布局中国市场
- 6.2 2015-2019年中国健身器材行业运行状况
  - 6.2.1 行业发展阶段
  - 6.2.2 行业产业链分析
  - 6.2.3 行业发展规模
  - 6.2.4 行业销售收入
  - 6.2.5 市场出口状况
  - 6.2.6 生产企业状况
- 6.3 2015-2019年中国智慧健身器材市场发展分析
  - 6.3.1 智慧健身系统基本描述
  - 6.3.2 智慧健身器材发展热点
  - 6.3.3 智慧健身器材制造变革
  - 6.3.4 智慧健身器材行业机遇
- 6.4 中国健身器材市场营销分析
  - 6.4.1 行业经营特征分析
  - 6.4.2 行业营销模式解析
  - 6.4.3 行业营销渠道模式
  - 6.4.4 营销渠道发展难题
  - 6.4.5 产品生命周期策略
  - 6.4.6 市场营销策略建议

## 第七章 2015-2019年中国运动鞋服市场发展综合分析

- 7.1 中国运动鞋服市场发展状况
  - 7.1.1 行业发展历程
  - 7.1.2 市场发展状况
  - 7.1.3 企业竞争格局
  - 7.1.4 企业发展动态
- 7.2 “中国制造2025”背景下运动鞋服制造业发展分析
  - 7.2.1 行业发展基础
  - 7.2.2 行业发展机遇
  - 7.2.3 行业面临困难

#### 7.2.4 行业发展路径

### 7.3 2015-2019年中国运动服市场运行状况

#### 7.3.1 市场发展回顾

#### 7.3.2 市场发展规模

#### 7.3.3 市场消费状况

#### 7.3.4 品牌企业分析

#### 7.3.5 市场规模预测

#### 7.3.6 行业发展趋势

### 7.4 2015-2019年中国运动鞋市场运行状况

#### 7.4.1 市场发展回顾

#### 7.4.2 市场运营状况

#### 7.4.3 品牌企业分析

#### 7.4.4 市场消费状况

#### 7.4.5 市场规模预测

#### 7.4.6 市场发展趋势

## 第八章 2015-2019年中国智能可穿戴运动设备市场分析

### 8.1 智能可穿戴设备市场总体发展状况

#### 8.1.1 产业链分析

#### 8.1.2 市场规模分析

#### 8.1.3 区域市场分布

#### 8.1.4 市场发展趋势

#### 8.1.5 技术升级路径

### 8.2 智能可穿戴运动设备市场分析

#### 8.2.1 全球市场分析

#### 8.2.2 市场发展机遇

#### 8.2.3 品牌竞争格局

#### 8.2.4 市场发展状况

#### 8.2.5 市场拓展模式

#### 8.2.6 发展问题及对策

#### 8.2.7 市场规模预测

### 8.3 智能可穿戴运动设备用户市场调查分析

- 8.3.1 区域分布状况
- 8.3.2 性别分布状况
- 8.3.3 年龄分布状况
- 8.3.4 学历分布状况
- 8.3.5 消费偏好分布
- 8.3.6 消费影响因素

## 第九章 2015-2019年中国其他体育用品行业发展分析

- 9.1 户外用品
  - 9.1.1 户外用品概述
  - 9.1.2 市场销售规模
  - 9.1.3 市场品牌格局
  - 9.1.4 市场销售渠道
  - 9.1.5 市场发展潜力
  - 9.1.6 市场规模预测
  - 9.1.7 行业发展趋势
- 9.2 球类产品
  - 9.2.1 球类产品概述
  - 9.2.2 市场发展规模
  - 9.2.3 市场需求分析
  - 9.2.4 市场出口状况
- 9.3 运动护具
  - 9.3.1 运动护具概述
  - 9.3.2 运动护具特点
  - 9.3.3 市场发展规模

## 第十章 中国体育用品市场零售渠道分析

- 10.1 体育用品零售渠道发展现状
  - 10.1.1 单一品牌连锁店
  - 10.1.2 店中店销售模式
  - 10.1.3 专业连锁店营销
- 10.2 体育用品零售渠道存在的问题

- 10.2.1 实体零售渠道问题
- 10.2.2 店中店营销的问题
- 10.2.3 网上店铺假货泛滥
- 10.3 体育用品零售渠道的发展建议
- 10.3.1 优化实体店零售营销模式
- 10.3.2 推动店中店营销渠道专业化
- 10.3.3 加强网络产品营销的监管

## 第十一章国外体育用品重点企业经营状况

- 11.1 耐克 ( NIKE, Inc. )
  - 11.1.1 企业发展概况
  - 11.1.2经营状况
- 11.2 阿迪达斯 ( ADIDAS GROUP )
  - 11.2.1 企业发展概况
  - 11.2.2企业经营状况
- 11.3 彪马 ( PUMA )
  - 11.3.1 企业发展概况
  - 11.3.2企业经营状况
- 11.4 美津浓 ( Mizuno )
  - 11.4.1 企业发展概况
  - 11.4.2经营状况

## 第十二章中国体育用品重点企业经营状况

- 12.1 李宁
  - 12.1.1 企业发展概况
  - 12.1.2经营效益分析
  - 12.1.3业务经营分析
  - 12.1.4财务状况分析
- 12.2 安踏
  - 12.2.1 企业发展概况
  - 12.2.2经营效益分析
  - 12.2.3业务经营分析

12.2.4财务状况分析

12.3 特步

12.3.1 企业发展概况

12.3.2经营效益分析

12.3.3业务经营分析

12.3.4财务状况分析

12.4 361°

12.4.1 企业发展概况

12.4.2经营效益分析

12.4.3业务经营分析

12.4.4 财务状况分析

12.5 贵人鸟

12.5.1 企业发展概况

12.5.2 经营效益分析

12.5.3 业务经营分析

12.5.4 财务状况分析

## 第十三章 2021-2027年中国体育用品行业投资分析及发展前景预测

13.1 中国体育用品行业投资潜力

13.1.1 行业投资环境

13.1.2 行业投资动态

13.1.3 行业投资机遇

13.2 中国体育用品行业发展趋势

13.2.1 转型升级态势

13.2.2 行业发展机遇

13.2.3 行业发展趋势

13.3 2021-2027年中国体育用品行业预测分析

13.3.1 体育用品行业影响因素

13.3.2 体育用品行业规模预测

13.3.3 体育用品行业销售收入预测

2019-2022年中国体育用品收入规模预测

部分图表目录：

图表：2015-2019年中国体育用品行业销售收入及增长率变化趋势

图表：2015-2019年体育用品行业集中度

图表：2015-2019年全国体育用品制造业工业生产者出厂价格指数

图表：2015-2019年中国体育用品行业进出口规模

图表：2015-2019年中国体育用品行业出口产品类型结构比较

图表：2015-2019年中国体育用品行业进口产品类型结构比较

图表：2015-2019年中国体育用品行业内外销比例

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/228370.html>