

# 2020-2026年中国体育用品市场供需模式及发展前景规划报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国体育用品市场供需模式及发展前景规划报告》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.chyxx.com/research/201910/789256.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

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。

智研咨询发布的《2020-2026年中国体育用品市场供需模式及发展前景规划报告》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 2020-2026年中国体育用品行业投资分析及发展前景预测（ZY LII）

### 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（ZY LII）

#### 13.2.3 行业发展趋势

### 13.3 2020-2026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.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201910/789256.html>