

2020-2026年中国体育用品 行业深度调研与行业发展趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国体育用品行业深度调研与行业发展趋势报告》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/201910/143214.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

在体育产业结构逐步调整、大众体育锻炼意识不断增强的背景下，未来几年将是体育产业发展的黄金时期。体育产业链或迎来全面爆发，各相关产业的市场规模将持续增长，体育用品行业也将迎来蓬勃发展。2017年11月全国体育用品制造业工业生产者出厂价格指数 指标 体育用品制造业工业生产者出厂价格指数(上年同月=100) 2017年11月 100 2017年10月 100 2017年9月 100.2 2017年8月 100.5 2017年7月 100.7 2017年6月 100.8 2017年5月 101 2017年4月 101 2017年3月 101 2017年2月 100.4 2017年1月 99.9 2016年12月 100.3 2016年11月 100.3 数据来源：国家统计局，中企顾问网整理2017年11月中国体育用品及设备出口量统计表 单位：千美元 商品名称 计量单位 11月 1至11月累计 比去年同期±% 累计比去年同期±% 数量 金额 数量 金额 数量 金额 数量 金额 体育用品及设备 — - 877,775 - 8,727,932 - 7.3 - 5.1 数据来源：中国海关，中企顾问网整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国体育用品行业深度调研与行业发展趋势报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 体育用品行业相关概述1.1 体育用品行业定义及特点1.1.1 体育用品行业的定义1.1.2 体育用品行业产品/服务特点1.2 体育用品行业统计标准1.2.1 体育用品行业统计口径1.2.2 体育用品行业统计方法1.2.3 体育用品行业数据种类1.2.4 体育用品行业研究范围1.3 体育用品行业经营模式分析1.3.1 生产模式1.3.2 采购模式1.3.3 销售模式

第二章 体育用品行业市场特点概述2.1 行业市场概况2.1.1 行业市场特点2.1.2 行业市场化程度2.1.3 行业利润水平及变动趋势2.2 进入本行业的主要障碍2.2.1 资金准入障碍2.2.2 市场准入障碍2.2.3 技术与人才障碍2.2.4 其他障碍2.3 行业的周期性、区域性2.3.1 行业周期分析2.3.2 行业的区域性2.4 行业与上下游行业的关联性2.4.1 行业产业链概述2.4.2 上游产业分布2.4.3 下游

产业分布

第三章 2017年中国体育用品行业发展环境分析3.1 体育用品行业政治法律环境（P）3.1.1 行业主管部门分析3.1.2 行业监管体制分析3.1.3 行业主要法律法规3.1.4 相关产业政策分析3.1.5 行业相关发展规划3.1.6 政策环境对行业的影响3.2 体育用品行业经济环境分析（E）3.2.1 宏观经济形势分析3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析3.3 体育用品行业社会环境分析（S）3.3.1 体育用品产业社会环境3.3.2 社会环境对行业的影响3.4 体育用品行业技术环境分析（T）3.4.1 体育用品技术分析3.4.2 体育用品技术发展水平3.4.3 行业主要技术发展趋势3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球体育用品行业发展概述4.1 2017年全球体育用品行业发展情况概述4.1.1 全球体育用品行业发展现状4.1.2 全球体育用品行业发展特征4.1.3 全球体育用品行业市场规模4.2 2017年全球主要地区体育用品行业发展状况4.2.1 欧洲体育用品行业发展情况概述4.2.2 美国体育用品行业发展情况概述4.2.3 日韩体育用品行业发展情况概述4.3 2020-2026年全球体育用品行业发展前景预测4.3.1 全球体育用品行业市场规模预测4.3.2 全球体育用品行业发展前景分析4.3.3 全球体育用品行业发展趋势分析

第五章 中国体育用品行业发展概述5.1 中国体育用品行业发展状况分析5.1.1 中国体育用品行业发展阶段5.1.2 中国体育用品行业发展总体概况5.1.3 中国体育用品行业发展特点分析5.2 2015-2017年体育用品行业发展现状5.2.1 2015-2017年中国体育用品行业市场规模5.2.2 2015-2017年中国体育用品行业发展分析5.2.3 2015-2017年中国体育用品企业发展分析5.3 2020-2026年中国体育用品行业面临的困境及对策5.3.1 中国体育用品行业面临的困境及对策1、中国体育用品行业面临困境2、中国体育用品行业对策探讨5.3.2 中国体育用品企业发展困境及策略分析1、中国体育用品企业面临的困境2、中国体育用品企业的对策探讨

第六章 中国体育用品行业市场运行分析6.1 2015-2017年中国体育用品行业总体规模分析6.1.1 企业数量结构分析6.1.2 人员规模状况分析6.1.3 行业资产规模分析6.1.4 行业市场规模分析6.2 2015-2017年中国体育用品行业产销情况分析6.2.1 中国体育用品行业工业总产值6.2.2 中国体育用品行业工业销售产值6.2.3 中国体育用品行业产销率6.3 2015-2017年中国体育用品行业市场供需分析6.3.1 中国体育用品行业供给分析6.3.2 中国体育用品行业需求分析6.3.3 中国体育用品行业供需平衡6.4 2015-2017年中国体育用品行业财务指标总体分析6.4.1 行业盈利能力分析6.4.2 行业偿债能力分析6.4.3 行业营运能力分析6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国体育用品行业细分市场分析7.1 运动鞋市场现状及潜力7.1.1 运动鞋市场运营情况7.1.2 运动鞋市场主要产品7.1.3 运动鞋市场品牌格局7.1.4 运动鞋销售渠道分析7.1.5 运动鞋市场发展趋势7.2 球类产品市场现状及潜力7.2.1 球类产品市场运营情况7.2.2 篮球市场分析7.2.3 足球市场分析7.2.4 排球市场分析7.2.5 台球市场分析7.2.6 网球市场分析7.2.7 乒乓球市场分

析7.2.8 羽毛球市场分析7.2.9 保龄球市场分析7.2.10 高尔夫球市场分析7.2.11 球类产品进出口分析7.2.12 球类产品市场发展前景预测7.3 体育器材及配件市场现状及潜力7.3.1 体育器材及配件市场运营情况7.3.2 竞技比赛器材市场分析7.3.3 运动服市场分析7.3.4 滑雪服市场分析7.3.5 户外运动产品市场分析7.3.6 残疾人体育用品市场分析7.4 训练健身器材市场现状及潜力7.4.1 训练健身器材市场运营情况7.4.2 跑步机市场分析7.4.3 个人健身器材市场分析7.4.4 训练健身器材行业进出口分析2017年10月全国健身及康复器械进口统计表 单位：万美元 商品名称 计量单位 当月数量 当月金额 一至当月量 一至当月额 去年同期量 去年同期额 量同比增长 额同比增长 健身及康复器械 吨 1351.2 1356.6 10080.8 14677.5 8875.6 14100.2 13.58 4.09

数据来源：中国轻工业联合会，中企顾问网整理2017年10月全国健身及康复器械出口统计表 单位：万美元 商品名称 计量单位 当月数量 当月金额 一至当月量 一至当月额 去年同期量 去年同期额 量同比增长 额同比增长 健身及康复器械 吨 96918.5 28048.5 832732.7 223416.6 795086.5 208508.3 4.73 7.15

数据来源：中国轻工业联合会，中企顾问网整理7.4.5 训练健身器材行业发展前景与趋势7.5 运动防护用具产品市场现状及潜力7.5.1 运动防护用具市场运营情况7.5.2 拳击手套市场分析7.5.3 旱冰用品市场分析7.5.4 轮滑鞋市场分析7.5.5 棒球帽市场分析7.5.6 护膝护腕市场分析7.6 其他体育用品市场现状及潜力7.6.1 其他体育用品市场资产规模7.6.2 其他体育用品市场产销规模7.6.3 其他体育用品市场盈利情况

第八章 中国体育用品市场营销探析8.1 体育用品零售格局8.1.1 单一品牌连锁店8.1.2 专业连锁店8.1.3 店中店8.1.4 百货/超级市场/厂前店/灰色市场8.2 体育用品消费现状8.2.1 大众体育消费意识和能力提高8.2.2 中国已成为世界体育用品重要消费市场8.2.3 女性渐成体育用品消费主力军8.3 体育用品营销发展概况8.3.1 体育用品网络直销优劣势分析8.3.2 我国体育用品体育营销发展分析8.3.3 体育用品农村消费市场营销分析8.3.4 体育用品企业营销深度分析8.4 健身器材市场营销分析8.4.1 中国健身器材行业四种营销模式解析8.4.2 我国健身器材营销渠道的模式8.4.3 国内健身器材营销渠道发展面临的难题8.4.4 我国健身器材市场营销策略剖析8.5 体育用品营销误区及策略分析8.5.1 体育用品企业在体验营销认知上存在的问题8.5.2 中国体育用品营销突围之路8.5.3 体育用品营销需要创新8.5.4 体育用品定位营销策略探析

第九章 中国体育用品行业市场竞争格局分析9.1 中国体育用品行业历史竞争格局概况9.1.1 体育用品行业集中度分析9.1.2 体育用品行业竞争程度分析9.2 中国体育用品行业竞争分析9.2.1 体育用品行业竞争概况9.2.2 中国体育用品产业集群分析9.2.3 中外体育用品企业竞争力比较9.2.4 体育用品行业品牌竞争分析9.3 体育用品行业竞争关键因素9.3.1 价格9.3.2 渠道9.3.3 产品/服务质量9.3.4 品牌

第十章 中国体育用品行业领先企业竞争力分析10.1 中山广盛运动器材有限公司10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业经营情况分析10.1.3 企业发展战略分析10.2 上海红双喜股份有限公司

司10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业经营情况分析10.2.3 企业发展战略分析10.3 泰山体育器材集团有限公司10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业经营情况分析10.3.3 企业发展战略分析10.4 明安运动器材（东莞）有限公司10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业经营情况分析10.4.3 企业发展战略分析10.5 南通华亮健身器材有限公司10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业经营情况分析10.5.3 企业发展战略分析10.6 舒华股份有限公司10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业经营情况分析10.6.3 企业发展战略分析10.7 深圳市好家庭实业有限公司10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业经营情况分析10.7.3 企业发展战略分析10.8 山西奥瑞特健康产业股份有限公司10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业经营情况分析10.8.3 企业发展战略分析10.9 江苏金陵体育器材股份有限公司10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业经营情况分析10.9.3 企业发展战略分析10.10 乔山健康科技集团10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业经营情况分析10.10.3 企业发展战略分析

第十一章 2020-2026年中国体育用品行业发展趋势与前景分析11.1 2020-2026年中国体育用品市场发展前景11.1.1 2020-2026年体育用品市场发展潜力11.1.2 2020-2026年体育用品市场发展前景展望11.2 2020-2026年中国体育用品市场发展趋势预测11.2.1 2020-2026年体育用品行业发展趋势11.2.2 2020-2026年体育用品市场规模预测11.2.3 2020-2026年体育用品行业应用趋势预测11.3 2020-2026年中国体育用品行业供需预测11.3.1 2020-2026年中国体育用品行业供给预测11.3.2 2020-2026年中国体育用品行业需求预测11.3.3 2020-2026年中国体育用品供需平衡预测

第十二章 2020-2026年中国体育用品行业投资前景12.1 体育用品行业投资现状分析12.1.1 体育用品行业投资规模分析12.1.2 体育用品行业投资资金来源构成12.1.3 体育用品行业投资项目建设分析12.1.4 体育用品行业投资资金用途分析12.1.5 体育用品行业投资主体构成分析12.2 体育用品行业投资特性分析12.2.1 体育用品行业进入壁垒分析12.2.2 体育用品行业盈利模式分析12.2.3 体育用品行业盈利因素分析12.3 体育用品行业投资机会分析12.3.1 产业链投资机会12.3.2 细分市场投资机会12.3.3 重点区域投资机会12.3.4 产业发展的空白点分析12.4 体育用品行业投资风险分析12.4.1 体育用品行业政策风险12.4.2 宏观经济风险12.4.3 市场竞争风险12.4.4 关联产业风险12.4.5 产品结构风险12.4.6 技术研发风险12.4.7 其他投资风险

第十三章 2020-2026年中国体育用品企业投资战略与客户策略分析13.1 体育用品企业发展战略规划背景意义13.1.1 企业转型升级的需要13.1.2 企业做大做强的需要13.1.3 企业可持续发展需要13.2 体育用品企业战略规划制定依据13.2.1 国家政策支持13.2.2 行业发展规律13.2.3 企业资源与能力13.2.4 可预期的战略定位13.3 体育用品企业战略规划策略分析13.3.1 战略综合规划13.3.2 技术开发战略13.3.3 区域战略规划13.3.4 产业战略规划13.3.5 营销品牌战略13.3.6 竞争战略规划13.4 体育用品中小企业发展战略研究13.4.1 中小企业存在主要问题1、缺乏科学的发展战略2、缺乏合理的企业制度3、缺乏现代的企业管理4、缺乏高素质的专业人才5、缺乏充足的资金支撑13.4.2 中小企业发展战略思考1、实施科学的发展战略2、建立合理的治理结构3

、实行严明的企业管理4、培养核心的竞争实力5、构建合作的企业联盟

第十四章 研究结论及建议14.1 研究结论14.2 建议14.2.1 行业发展策略建议14.2.2 行业投资方向建议14.2.3 行业投资方式建议

图表目录图表：体育用品行业特点图表：体育用品行业生命周期图表：体育用品行业产业链分析图表：2015-2017年体育用品行业市场规模分析图表：2020-2026年体育用品行业市场规模预测图表：中国体育用品行业盈利能力分析图表：中国体育用品行业运营能力分析图表：中国体育用品行业偿债能力分析图表：中国体育用品行业发展能力分析图表：中国体育用品行业经营效益分析图表：2015-2017年体育用品重要数据指标比较图表：2015-2017年中国体育用品行业销售情况分析图表：2015-2017年中国体育用品行业利润情况分析图表：2015-2017年中国体育用品行业资产情况分析图表：2015-2017年中国体育用品竞争力分析图表：2020-2026年中国体育用品产能预测图表：2020-2026年中国体育用品消费量预测图表：2020-2026年中国体育用品市场价格走势预测图表：2020-2026年中国体育用品发展趋势预测略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/143214.html>