

# 2021-2027年中国体育用品 行业前景展望与未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2021-2027年中国体育用品行业前景展望与未来发展趋势报告》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/202101/201546.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。

目前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。

随着社会的发展，生活水平的提高，人们越来越意识到健康和运动的重要性。根据国家体育总局的全面健身计划，到2020全国将会有40%的人口积极参加各类体育活动。这些因素将会推动国内体育用品市场在未来几年内继续保持高速发展。

这些健身场所和设施的建设大大改善了城乡群众的健身环境，带动了群众健身组织的建设和健身活动的开展。将全民健身运动的普及到乡村和社区。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国体育用品行业前景展望与未来发展趋势报告》共十一章。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 国内体育用品产业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国体育用品行业政策环境分析

第二章 中国体育产业运行发展形势分析

第一节 中国体育产业现状分析

- 一、中国成为全球最大的体育市场
- 二、体育产业成为中国朝阳产业
- 三、国内体育产业化发展的要素分析

## 第二节 中国体育产业市场化融资渠道研究

- 一、中国体育产业融资渠道的发展史与现状
- 二、加强中国体育产业市场化融资渠道的条件分析
- 三、拓展中国体育产业市场化融资渠道的策略

## 第三节 中国体育产业发展存在的问题分析

- 一、中外体育产业的差距描述
- 二、中国体育产业存在的问题分析
- 三、国内体育产业发展的困扰

# 第三章 中国体育用品产业市场动态分析

## 第一节 中国体育用品市场分析

- 一、中国体育用品行业发展的因素分析
- 二、中国体育用品行业进入转型时期
- 三、体育用品促使高科技材料发展

## 第二节 中国重点地区体育用品市场分析

- 一、广东
- 二、福建
- 三、哈尔滨
- 四、杭州

## 第三节 中国体育用品产业发展的对策

- 一、中国体育用品市场发展的对策建议
- 二、体育用品要主动出击国际市场
- 三、促进国内体育用品产业的转移

# 第四章 中国体育用品制造所属行业数据监测分析

## 第一节 2016-2019年中国体育用品行业总体数据分析

- 一、2016年中国体育用品行业全部企业数据分析
- 二、2017年中国体育用品行业全部企业数据分析
- 三、2019年中国体育用品行业全部企业数据分析

## 第二节 2016-2019年中国体育用品行业不同规模企业数据分析

### 一、2016年中国体育用品行业不同规模企业数据分析

### 二、2017年中国体育用品行业不同规模企业数据分析

### 三、2019年中国体育用品行业不同规模企业数据分析

## 第三节 2016-2019年中国体育用品行业不同所有制企业数据分析

### 一、2016年中国体育用品行业不同所有制企业数据分析

### 二、2017年中国体育用品行业不同所有制企业数据分析

### 三、2019年中国体育用品行业不同所有制企业数据分析

## 第五章 中国球类器械产品运行走势分析

### 第一节 中国球类产品发展现状分析

#### 一、球类制造概述

#### 二、哥伦比亚对中国球类产品征收反倾销税

#### 三、中国球类质量抽样合格率分析

#### 四、江山羽毛球产业分析

### 第二节 中国球类运动器材的技术现状分析

#### 一、网球

#### 二、棒球

#### 三、橄榄球

#### 四、高尔夫球

#### 五、足球

## 第六章 中国健身器材产业运行动态分析

### 第一节 中国健身器材分析

#### 一、健身器材概述

#### 二、中国健身器材行业发展之路

#### 三、中国健身器材市场难撬动

#### 四、厦门口岸健身器材出口分析

### 第二节 中国室内健身器材分析

#### 一、室内健身器材的种类

#### 二、家庭健身器市场销售回升

### 第三节 中国健身器材用材料分析

- 一、健身器材升温带动钢材需求
- 二、健身器材用钢品种趋向多样化
- 三、塑料在健身器材市场的应用

## 第七章 中国运动服装产业市场运行态势分析

### 第一节 国外运动服装产业现状分析

- 一、美国运动服装产业
- 二、荷兰运动服装市场
- 三、英国运动女装市场

### 第二节 中国运动服装产业分析

- 一、中国运动服装市场回顾
- 二、专业体育服装市场格局正在变化
- 三、中国女性运动服装市场迅速发展
- 四、运动服装市场高科技面料分析

## 第八章 中国体育用品市场营销战略研究

### 第一节 中国体育用品零售格局分析

- 一、单一品牌连锁店
- 二、专业连锁店
- 三、店中店
- 四、百货/超级市场/厂前店/灰色市场

### 第二节 中国体育用品消费现状分析

- 一、中国体育用品消费将不断增长
- 二、女性渐成体育用品消费主力军
- 三、影响体育用品消费的因素

### 第三节 中国体育用品营销策略

- 一、中国体育用品营销突围之路
- 二、体育用品营销需要创新
- 三、青少年体育用品市场的营销战略

## 第九章 中国体育用品的品牌与竞争格局分析

### 第一节 中国体育用品竞争现状分析

- 一、国际体育用品品牌争夺亚洲市场
- 二、中国体育用品行业竞争规则
- 三、“中国制造”占全球体育用品市场大半份额
- 四、体育用品企业的渠道竞争分析

## 第二节 中国体育用品应对竞争的策略分析

- 一、中国体育用品产业国际竞争战略
- 二、国内体育用品品牌亟待品牌塑造
- 三、纺织服装产业入主体育用品市场竞争

## 第三节 中国体育用品产业品牌实战探讨

- 一、品牌成功的关键
- 二、成功品牌的核心策略分析
- 三、品牌定位、传播和认同
- 四、成功品牌执行策略

# 第十章 中国体育用品企业竞争性财务数据分析

## 第一节 广东李宁体育发展有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营状况分析
- 三、公司发展战略分析

## 第二节 双星重庆制衣有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营状况分析
- 三、公司发展战略分析

## 第三节 安踏（中国）有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营状况分析
- 三、公司发展战略分析

## 第四节 泉州鸿星尔克体育用品有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营状况分析
- 三、公司发展战略分析

## 第五节 上海红双喜股份有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司经营状况分析

## 三、公司发展战略分析

### 第六节 福建省万年青运动器材制造有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司经营状况分析

## 三、公司发展战略分析

### 第七节 泰山体育器材集团有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司经营状况分析

## 三、公司发展战略分析

### 第八节 中山广盛运动器材有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司经营状况分析

## 三、公司发展战略分析

### 第九节 大东傲胜保健器（苏州）有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司经营状况分析

## 三、公司发展战略分析

### 第十节 乔山健康科技（上海）有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司经营状况分析

## 三、公司发展战略分析

## 第十一章 2021-2027年中国体育用品产业投资机会与风险分析（ ）

### 第一节 2021-2027年中国体育用品产业投资环境分析

### 第二节 2021-2027年中国体育用品产业投资机会分析

### 第三节 2021-2027年中国体育用品产业投资风险分析

#### 一、市场竞争风险

#### 二、政策风险

#### 三、进入退出风险

### 第四节 2021-2027年中国体育用品产业投资策略分析

图表目录：

图表2016-2019年国内生产总值

图表2016-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表2019年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表2016-2019年国家外汇储备

图表2016-2019年财政收入

图表2016-2019年全社会固定资产投资

图表2019年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表2019年固定资产投资新增主要生产能力

图表 2016-2019年中国体育用品制造行业企业数量增长趋势图

图表 2016-2019年中国体育用品制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2016-2019年中国体育用品制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2016-2019年中国体育用品制造行业总体利润总额增长

图表 2016-2019年中国体育用品制造行业总体从业人数分析

图表 2016-2019年中国体育用品制造行业投资资产增长性分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/201546.html>