

2023-2029年中国体育用品 市场深度分析与投资前景评估报告

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

《2023-2029年中国体育用品市场深度分析与投资前景评估报告》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/202307/377324.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

体育强则中国强，国运兴则体育兴，体育是我国重点发展的产业之一，近年来，国家不断出台各项促进体育事业和产业发展的相关文件政策、深化体育领域供给侧结构性改革、完善体育用品行业标准体系、加速体育用品行业与高新智能技术结合发展。2020年，我国体育用品总产出为12287亿元，增加值3144亿元。

经过多年的发展，我国体育用品行业培育出一批具有较强竞争实力的本土企业，形成了外资和内资共同经营和互相竞争的三足鼎立格局。目前行业内领先企业主要通过加强技术研发、构建销售网络、强化品牌塑造、培养专业人才等形成了一定程度的竞争优势。未来，随着消费者对体育用品综合要求的不断提高，行业整合将不断加强，领先企业的市场份额将逐步提升，体育用品行业壁垒更加明显。

随着2022年全国区域性新冠肺炎疫情恢复后经济的复苏，体育活动及体育赛事逐步恢复，全民健身活动火热展开，预计体育用品行业将迎来快速增长，预计到2028年，体育用品及相关产品制造业总产出将超过1.8万亿元，增加值将超过4800亿元。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国体育用品市场深度分析与投资前景评估报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：中国体育用品行业综述及数据来源说明

1.1中国体育用品行业界定

1.1.1 体育用品的界定

1.1.2 《国民经济行业分类与代码》中体育用品行业归属

1.2 体育用品行业行业分类

1.3 体育用品行业监管规范体系

1.3.1 体育用品专业术语说明

1.3.2 体育用品行业监管体系介绍

1、中国体育用品行业主管部门

2、中国体育用品行业自律组织

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

1.5.1 本报告权威数据来源

1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

第2章：中国体育用品行业供需规模及发展痛点分析

2.1 中国体育用品行业技术环境（Technology）分析

2.1.1 中国体育用品行业专利申请数量情况

2.1.2 中国体育用品行业专利申请类型情况

2.1.3 中国体育用品行业专利公开情况

2.1.4 中国体育用品行业技术申请人分布

2.1.5 中国体育用品行业热门技术领域

2.2 中国体育用品行业发展历程

2.3 中国体育用品行业对外贸易状况

2.3.1 中国体育用品行业进出口统计说明

2.3.2 中国体育用品行业进出口贸易概况

2.3.3 中国体育用品行业出口贸易状况

1、行业出口贸易规模

2、行业出口产品结构

2.3.4 体育用品行业进口贸易状况

1、行业进口贸易规模

2、行业进口产品结构

2.3.5 体育用品行业进出口前景及建议

1、中美贸易摩擦情况

2、贸易环境对行业发展的影响分析

3、体育用品行业出口前景及建议

4、体育用品行业进口前景及建议

2.4 中国体育用品行业市场主体分析

2.4.1 中国体育用品行业市场主体类型

2.4.2 中国体育用品行业企业入场方式

2.4.3 中国体育用品行业企业注册数量规模

2.4.4 中国体育用品行业企业特征分析

1、体育用品行业企业注册资本分布

- 2、体育用品行业在业/存续企业类型分布
- 2.5 中国体育用品行业供需平衡分析
 - 2.5.1 中国体育用品行业市场供给水平分析
 - 1、体育用品及相关产品制造总产出
 - 2、体育用品及相关产品制造增加值
 - 2.5.2 中国体育用品行业需求现状分析
 - 2.5.3 中国体育用品行业供需情况分析
- 2.6 体育用品行业上市企业经营效益分析
 - 2.6.1 体育用品行业市场规模分析
 - 2.6.2 体育用品行业盈利能力分析
 - 2.6.3 体育用品行业运营能力分析
 - 2.6.4 体育用品行业偿债能力分析
 - 2.6.5 体育用品行业发展能力分析
 - 2.6.6 体育用品行业主要经济效益影响因素

第3章：国内外体育用品行业竞争格局与趋势预测

- 3.1 国际体育用品行业竞争现状与趋势预测
 - 3.1.1 国际体育用品行业竞争格局
 - 3.1.2 跨国公司在华投资布局及动向
 - 1、美国耐克（NIKE）公司
 - （1）公司简介
 - （2）公司在华投资
 - 2、德国阿迪达斯（ADIDAS）公司
 - （1）公司简介
 - （2）在华投资
 - 3、德国彪马（PUMA）集团
 - （1）公司简介
 - （2）在华投资
 - 4、意大利卡帕（KAPPA）公司
 - （1）公司简介
 - （2）在华投资
 - 5、日本美津浓（MIZUNO）株式会社

- (1) 公司简介
- (2) 在华投资
- 6、美国安德玛 (Under Armour) 公司
 - (1) 公司简介
 - (2) 在华投资
- 7、美国匡威 (Converse) 公司
 - (1) 公司简介
 - (2) 在华投资
- 8、亚玛芬 (Amer Sports) 公司
 - (1) 公司简介
 - (2) 在华投资
- 9、日本亚瑟士 (ASICS) 公司
 - (1) 公司简介
 - (2) 在华投资

3.1.3 国际体育用品行业竞争趋势预测

- 1、积极进行大众体育市场的争夺
- 2、行业标准树立，市场准入门槛提升

3.2 国内体育用品行业竞争格局与趋势预测

3.2.1 国内体育用品行业竞争格局

- 1、球类产品市场竞争格局
- 2、体育器材及配件市场竞争格局
 - (1) 体育器材市场总体竞争格局
 - (2) 户外运动用品市场竞争格局
- 3、训练健身器材市场竞争格局
- 4、运动防护用品市场竞争格局
- 5、运动鞋服市场竞争格局

3.2.2 国内体育用品行业竞争趋势预测

3.3 国内体育用品区域市场竞争格局与趋势

第4章：中国体育用品重点细分产品市场现状及潜力

4.1 球类产品市场现状及潜力

4.1.1 球类产品分类

1、球类运动种类

2、球类产品分类

4.1.2 球类产品市场现状及潜力分析

1、篮球市场现状及潜力分析

2、足球市场现状及潜力分析

3、排球市场现状及潜力分析

4、台球市场现状及潜力分析

5、网球市场现状及潜力分析

6、乒乓球市场现状及潜力分析

7、羽毛球市场现状及潜力分析

8、保龄球市场现状及潜力分析

9、高尔夫球市场现状及潜力分析

4.1.3 球类产品进出口分析

1、行业进出口概况

2、行业出口市场分析

3、行业进口市场分析

4.1.4 球类产品市场发展前景及趋势

4.2 体育器材及配件产品市场现状及潜力

4.2.1 体育器材及配件产品分类

4.2.2 体育器材及配件产品市场现状及潜力分析

1、球类器材市场现状及潜力分析

2、体操器材市场现状及潜力分析

3、田径器材市场现状及潜力分析

4、户外运动器材市场现状及潜力分析

4.2.3 体育器材及配件产品进出口分析

1、行业进出口概况

2、行业出口市场分析

3、行业进口市场分析

4.2.4 体育器材及配件产品市场发展前景及趋势

4.3 训练健身器材产品市场现状及潜力

4.3.1 训练健身器材产品分类

1、健身器材的使用区域

- 2、产品规格大小和用途
- 3、产品的体积和承重大小
- 4、产品使用的性质和效果

4.3.2 训练健身器材产品市场现状及潜力分析

- 1、训练健身器材行业发展历程及特征分析
- 2、训练健身器材产品现状
- 3、训练健身器材消费情况
- 4、训练健身器材用户画像

4.3.3 训练健身器材行业进出口分析

- 1、行业进出口概况
- 2、行业出口市场分析
- 3、行业进口市场分析

4.3.4 训练健身器材产品市场前景及趋势

- 1、国内健身器材消费市场有望进一步扩大
- 2、品牌化运营、开拓国内市场将是国内厂家的必然选择
- 3、健身器材产品将更趋智能化、个性化与时尚性
- 4、信息化与工业化融合打造智能化的健身器材生产制造体系

4.4 运动防护用具产品市场现状及潜力

4.4.1 运动防护用具产品分类

4.4.2 运动防护用具产品市场现状及潜力分析

- 1、拳击手套
- 2、轮滑鞋
- 3、护膝护腕

4.4.3 运动防护用具产品市场前景及趋势

4.5 运动服装市场现状及潜力

4.5.1 运动服装产品分类

4.5.2 运动服装行业规模

4.5.3 运动服装行业竞争格局

4.5.4 运动服装行业销售渠道分析

4.5.5 运动服装市场前景及趋势

4.6 运动鞋市场现状及潜力

4.6.1 运动鞋市场产品分类

4.6.2 运动鞋行业规模

4.6.3 运动鞋行业竞争格局

- 1、运动鞋竞争格局
- 2、篮球鞋市场分析
- 3、网球鞋市场分析
- 4、慢跑鞋市场分析
- 5、帆布鞋市场分析
- 6、休闲鞋市场分析

4.6.4 运动鞋销售渠道分析

4.6.5 运动鞋市场发展前景及趋势

- 1、将更注重科技功能性运动鞋服
- 2、品牌商对产业链的话语权逐步提高
- 3、国产品牌加快提升科技实力

4.7 其他体育用品市场现状及潜力

4.7.1 其他体育用品分类

4.7.2 其他体育用品市场现状及潜力分析

- 1、棋类用品
- 2、渔具

4.7.3 其他体育用品市场发展前景及趋势

第5章：中国体育用品行业集群发展状况及前景

5.1 中国体育用品产业集群总览

5.2 福建省体育用品行业发展分析

5.2.1 福建省体育用品行业发展环境分析

- 1、政策环境
- 2、经济环境
- 3、制造业基础

5.2.2 福建省体育用品行业发展现状分析

1、产业链配套现状

(1) 基础设施完善

(2) 体育产业国家项目新突破

2、细分产品布局

3、代表企业/品牌建设情况

5.2.3 福建省体育用品行业发展前景

5.3 广东省体育用品行业发展分析

5.3.1 广东省体育用品行业发展环境分析

1、政策环境

2、经济环境

3、制造业基础

5.3.2 广东省体育用品行业发展现状分析

1、产业链配套现状

(1) 体育产业体系形成

(2) 体育基础设施建设情况

2、细分产品布局

3、代表企业/品牌建设情况

5.3.3 广东省体育用品行业发展前景

5.4 江苏省体育用品行业发展分析

5.4.1 江苏省体育用品行业发展环境分析

1、政策环境

2、经济环境

3、制造业基础

5.4.2 江苏省体育用品行业发展现状分析

1、产业链配套现状

2、细分产品布局

3、代表企业/品牌建设情况

5.4.3 江苏省体育用品行业发展前景

5.5 山东省体育用品行业发展分析

5.5.1 山东省体育用品行业发展环境分析

1、政策环境

2、经济环境

3、制造业基础

5.5.2 山东省体育用品行业发展现状分析

1、产业链配套现状

(1) 体育场地设施配套

(2) 交通与地理便利

2、细分产品布局

3、代表企业/品牌建设情况

5.5.3 山东省体育用品行业发展前景

5.6 浙江省体育用品行业发展分析

5.6.1 浙江省体育用品行业发展环境分析

1、政策环境

2、经济环境

3、制造业基础

5.6.2 浙江省体育用品行业发展现状分析

1、产业链配套现状

(1) 基层体育场地设施建设进一步完善

(2) 国家体育产业基地创建情况

2、体育用品行业产出情况

3、细分产品布局

4、代表企业/品牌建设情况

5.6.3 浙江省体育用品行业发展前景

第6章：中国重点城市体育用品消费情况及前景分析

6.1 上海市体育用品消费情况及前景分析

6.1.1 上海市体育用品行业发展环境分析

1、政策环境

2、宏观经济运行情况

3、人口规模情况

4、居民收入水平

6.1.2 上海市体育用品行业消费情况

1、院校数量

2、体育公共基础设施建设情况

3、赛事举办情况

4、体育用品消费情况

6.1.3 上海市体育用品行业发展前景分析

6.2 北京市体育用品消费情况及前景分析

6.2.1 北京市体育用品行业发展环境分析

- 1、政策环境
- 2、宏观经济运行情况
- 3、人口规模情况
- 4、居民收入水平

6.2.2 北京市体育用品行业消费情况

- 1、院校数量
- 2、体育基础设施建设情况
- 3、赛事举办情况
- 4、体育用品消费情况

6.2.3 北京市体育用品行业发展前景分析

6.3 深圳市体育用品消费情况及前景分析

6.3.1 深圳市体育用品行业发展环境分析

- 1、政策环境
- 2、宏观经济运行情况
- 3、人口规模情况
- 4、居民收入水平

6.3.2 深圳市体育用品行业消费情况

- 1、院校数量
- 2、体育基础设施建设情况
- 3、赛事举办情况
- 4、体育用品消费情况

6.3.3 深圳市体育用品行业发展前景分析

6.4 广州市体育用品消费情况及前景分析

6.4.1 广州市体育用品行业发展环境分析

- 1、政策环境
- 2、宏观经济运行情况
- 3、人口规模情况
- 4、居民收入水平

6.4.2 广州市体育用品行业消费情况

- 1、院校数量
- 2、体育基础设施建设情况

3、赛事举办情况

4、体育用品消费情况

6.4.3 广州市体育用品行业发展前景分析

6.5 重庆市体育用品消费情况及前景分析

6.5.1 重庆市体育用品行业发展环境分析

1、政策环境

2、宏观经济运行情况

3、人口规模情况

4、居民收入水平

6.5.2 重庆市体育用品行业消费情况

1、院校数量

2、体育基础设施建设情况

3、赛事举办情况

4、体育用品消费情况

6.5.3 重庆市体育用品行业发展前景分析

第7章：中国领先体育用品企业经营情况分析

7.1 中国体育用品企业综合分析

7.2 中国体育用品领先企业经营情况分析

7.2.1 李宁有限公司经营情况分析（鞋服类）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

3、企业产品结构及新产品动向

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

6、企业最新发展动向分析

7.2.2 安踏体育用品有限公司经营情况分析（鞋服类）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 3、企业产品结构及新产品动向
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

7.2.3 特步国际控股有限公司经营情况分析（鞋服类）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 3、企业产品结构及新产品动向
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

7.2.4 申洲国际集团控股有限公司经营情况分析（服装类）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 3、企业产品结构及新产品动向

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

7.2.5 江苏金陵体育器材股份有限公司经营情况分析（户外运动类）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

3、企业产品结构及新产品动向

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

7.2.6 北京三夫户外用品股份有限公司经营情况分析（鞋服、装备类）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

3、企业产品结构及新产品动向

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

7.2.7 牧高笛户外用品股份有限公司经营情况分析（鞋服、装备类）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

3、企业产品结构及新产品动向

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

7.2.8 探路者控股集团股份有限公司经营情况分析（户外运动类）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

3、企业产品结构及新产品动向

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

7.2.9 青岛英派斯健康科技股份有限公司经营情况分析（体育器材、训练健身器材类）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

3、企业产品结构及新产品动向

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

7.2.10 中潜股份有限公司经营情况分析（装备类）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

- 3、企业产品结构及新产品动向
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

第8章：中国体育用品行业发展环境洞察

8.1 中国体育用品行业经济环境（Economy）分析

8.1.1 中国宏观经济发展现状分析

- 1、GDP增长情况
- 2、工业增加值
- 3、中国居民消费价格（CPI）

8.1.2 中国宏观经济发展展望

8.1.3 经济环境对体育用品行业发展的影响总结

8.2 中国体育用品行业社会环境（Society）分析

8.2.1 中国人口规模及增速

8.2.2 中国人口结构

- 1、中国人口年龄结构
- 2、中国人口性别结构

8.2.3 中国居民人均消费支出及结构

- 1、中国居民人均消费支出
- 2、中国居民消费结构变化

8.2.4 中国居民消费习惯变化

- 1、线上渠道成为主要的购物渠道
- 2、体验式消费需求增加
- 3、对国产品牌的倾向性更高
- 4、居民体育用品消费理念分析

8.2.5 社会环境对行业发展的影响分析

8.3 中国体育用品行业政策环境（Policy）分析

8.3.1 行业主要法律法规及产业政策

- 1、主要法律法规
- 2、主要产业政策

8.3.2 政策环境对体育用品行业发展的影响总结

第9章：中国体育用品行业市场及投资策略建议

9.1 体育用品行业发展SWOT分析

9.1.1 体育用品行业发展优势分析

9.1.2 体育用品行业发展劣势分析

9.1.3 体育用品行业发展机遇分析

1、政策扶持

2、体育赛事

3、新兴运动方式

9.1.4 体育用品行业发展威胁分析

9.2 中国体育用品行业发展潜力评估

9.2.1 体育用品行业发展现状总结

9.2.2 体育用品行业影响因素总结

1、驱动因素

2、制约因素

9.2.3 体育用品行业发展潜力评估

9.3 中国体育用品行业发展趋势分析与前景预测

9.3.1 体育用品行业的发展趋势分析

9.3.2 体育用品行业发展前景预测

1、供给端预测

2、需求端预测

9.4 体育用品行业投资特性分析

9.4.1 体育用品行业进入壁垒分析

9.4.2 体育用品行业盈利模式分析

9.4.3 体育用品行业盈利因素分析

9.4.4 体育用品行业投资兼并特征分析

9.5 中国体育用品行业投资价值评估

9.6 中国体育用品行业投资机会分析

9.7 中国体育用品行业投资风险预警

9.8 中国体育用品行业投资策略与建议

9.9 中国体育用品行业可持续发展建议

图表目录

图表1：《国民经济行业分类与代码》中体育用品行业归属

图表2：体育用品行业主要产品分类

图表3：体育用品的分类

图表4：体育用品专业术语说明

图表5：中国体育用品行业主管部门

图表6：中国体育用品行业自律组织

图表7：本报告研究范围界定

图表8：本报告权威数据资料来源汇总

图表9：本报告的主要研究方法及统计标准说明

图表10：2003-2022年中国体育用品行业专利申请量（单位：项）

图表11：2022年中国体育用品行业专利申请类型情况（单位：项，%）

图表12：2003-2022年中国体育用品行业专利公开量（单位：项）

图表13：截至2022年12月我国体育用品行业技术专利申请人排行（前十位）（单位：项，%）

图表14：截至2022年12月中国体育用品行业技术相关专利分布领域（前十位）（单位：项，%）

图表15：我国体育用品行业发展历程

图表16：中国体育用品行业进出口产品税则号

图表17：2017-2022年中国体育用品行业进出口状况表（单位：亿美元）

图表18：2017-2022年中国体育用品行业出口额及同比增长（单位：亿美元，%）

图表19：2021-2022年中国体育用品行业主要出口产品结构表（单位：千克，个，支，件，台，副，根，辆，双，套，艘，百个，万美元）

图表20：2021-2022年中国体育用品行业出口产品类型结构比较（单位：亿美元，%）

图表21：2021-2022年中国体育用品行业运动器材出口产品类型结构比较（单位：亿美元）

图表22：2017-2022年中国体育用品行业进口额及同比增长（单位：亿美元，%）

图表23：2021-2022年中国体育用品行业主要进口产品结构表（单位：千克，个，支，件，台，副，根，辆，双，套，艘，百个，万美元）

图表24：2021-2022年中国体育用品行业进口产品类型结构比较（单位：万美元，%）

图表25：2021-2022年中国体育用品行业运动器材进口产品类型结构比较（单位：%）

图表26：中美贸易摩擦各阶段梳理

图表27：中国对美国体育用品加征关税情况

图表28：中国体育用品行业市场主体类型构成

图表29：中国体育用品行业企业入场方式分析

图表30：2003-2022年中国体育用品行业历年新增注册企业数量（单位：家）

图表31：2022年中国体育用品行业企业注册资本分布（单位：家，%）

图表32：2022年中国体育用品行业在业/存续企业类型分布（单位：家，%）

图表33：2015-2022年中国体育用品及相关产品制造总产出及同比增长（单位：亿元，%）

图表34：2015-2022年中国体育用品及相关产品制造增加值及同比增长（单位：亿元，%）

图表35：2015-2021年中国体育用品零售商品销售额及同比增长（单位：亿元，%）

图表36：2018-2021年中国体育用品行业营业收入（单位：亿元）

图表37：2017-2022年代表性上市公司营业收入增长情况（单位：%）

图表38：2017-2022年代表性上市公司毛利率情况（单位：%）

图表39：2017-2022年代表性上市公司净资产收益率情况（单位：%）

图表40：2017-2022年代表性上市公司总资产报酬率情况（单位：%）

图表41：2017-2022年代表性上市公司存货周转率情况（单位：次）

图表42：2017-2022年代表性上市公司应收账款周转率情况（单位：次）

图表43：2017-2022年代表性上市公司总资产周转率情况（单位：次）

图表44：2017-2022年代表性上市公司资产负债率情况（单位：%）

图表45：2017-2022年代表性上市公司流动比率情况

图表46：2017-2022年代表性上市公司速动比率情况

图表47：2017-2022年代表性上市公司营业收入增长率情况（单位：%）

图表48：2017-2022年代表性上市公司净资产增长率情况（单位：%）

图表49：2017-2022年代表性上市公司总资产增长率情况（单位：%）

图表50：中国体育用品行业主要经济效益影响因素

图表51：2020-2031年全球运动器材和服装市场规模（单位：亿美元，%）

图表52：2021年全球体育用品市场收入结构（单位：亿美元，%）

图表53：2018-2023财年耐克公司营收情况（单位：亿美元）

图表54：耐克公司在华投资情况

图表55：2016-2022年阿迪达斯公司营收情况（单位：百万欧元）

图表56：阿迪达斯公司在华投资情况

图表57：2016-2022年彪马公司营收情况（单位：百万欧元）

图表58：彪马公司在华投资情况

图表59：阿迪达斯公司在华投资情况

图表60：2017-2022财年美津浓公司营收情况（单位：亿日元）

图表61：2016-2022年安德玛公司营收情况（单位：百万美元）

图表62：美国安德玛公司在华投资动态

图表63：亚瑟士（ASICS）公司发展进程

图表64：2015-2022年ASICS公司营收情况（单位：亿日元）

图表65：2022年中国市场十大球类品牌排行榜

图表66：中国市场户外运动品牌金字塔

图表67：健身器材主要生产企业

图表68：2021年中国主要运动鞋服公司市场份额（单位：%）

图表69：截至2022年12月中国体育用品企业区域分布情况（单位：%）

图表70：中国体育用品分类型大致区域分布情况

图表71：三大球类运动简介

图表72：中国篮球迷数量及篮球运动参与程度情况（单位：亿人，%）

图表73：2022年中国篮球十大品牌统计

图表74：球迷进行相关消费的比例（单位：%）

图表75：球迷进行相关消费的平台比例（单位：%）

图表76：2022年中国足球十大品牌统计

图表77：中国足球球迷在不同年龄段中的占比（单位：%）

图表78：中国足球球迷在不同收入者中的占比（单位：%）

图表79：2022年中国排球十大品牌统计

图表80：2022年中国台球十大品牌统计

图表81：2022年中国网球十大品牌统计

图表82：2022年中国乒乓球十大品牌统计

图表83：2022年中国羽毛球十大品牌统计

图表84：2022年中国高尔夫球十大品牌统计

图表85：2018-2022年中国球类制造行业进出口状况表（单位：万美元）

图表86：2021-2022年中国球类制造行业主要出口产品（单位：个，百个，万美元）

图表87：2022年中国球类制造行业出口产品结构（单位：%）

图表88：2021-2022年中国球类制造行业主要进口产品（单位：个，百个，万美元）

图表89：2022年中国球类制造行业进口产品结构（单位：%）

图表90：户外运动用品种类

图表91：2018-2022年中国体育器材及配件产品进出口状况表（单位：亿美元）

图表92：2018-2022年中国体育器材及配件产品出口额变化情况（单位：亿美元）

图表93：2018-2022年中国体育器材及配件产品进口额变化情况（单位：亿美元）

图表94：训练健身器材分类

图表95：训练健身器材分类

图表96：训练健身器材分类

图表97：训练健身器材分类

图表98：中国健身房行业发展历程

图表99：中国训练健身器材主要产品市场发展现状分析

图表100：健身器材热度提升排名榜（单位：%）

图表101：大型健身器械功能搜索词提及率TOP5

图表102：中国运动健身用户年龄分布情况（单位：%）

图表103：2018-2022年中国训练健身器材行业进出口状况表（单位：亿美元）

图表104：2021-2022年中国训练健身器材行业主要出口产品（单位：千克，台，万美元）

图表105：2021-2022年中国训练健身器材行业主要进口产品（单位：千克，台，万美元）

图表106：运动防护用具产品分类

图表107：《体育用品分类标准》中对运动服的分类

图表108：2016-2026年中国运动服装零售额情况（单位：亿元）

图表109：2021年中国运动品牌市场占有率情况（单位：%）

图表110：2017-2022年国内主要运动品牌门店数量（单位：家）

图表111：2013-2021年中国运动鞋服人均支出情况（单位：美元）

图表112：2021年全球部分国家和地区运动鞋服人均支出情况（单位：美元）

图表113：运动鞋定义的分类

图表114：运动鞋的分类

图表115：2016-2026年中国运动鞋零售额情况（单位：亿元）

图表116：中国运动鞋市场竞争格局简析

图表117：中国运动鞋市场前十大品牌统计

图表118：2022年篮球鞋品牌排行情况

图表119：2022年网球鞋品牌排行情况

图表120：2022年跑鞋品牌排行情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/377324.html>