

2026-2031年中国体育用品行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

体育用品即是体育活动中适用的各种专门物品的总称，它具有体育性、消费性、专门性等特征。而体育用品业则是指生产体育活动中适用的专门物品的企业集合，它既包括体育器材、运动服装、运动鞋等体育用品制造业，也包括体育用品销售业，是体育产业的一个重要分支和支柱性行业。

我国体育用品产业化是从20世纪的80年代初开始的。经过三十年的发展，中国已成为世界上最大的体育用品制造国家，是全球能够独立生产体育用品种类最多的国家。

根据国家统计局与国家体育总局测算，2019年，全国体育产业总规模(总产出)为29483亿元，增加值为11248亿元。从名义增长看，总产出比2018年增长10.9%，增加值增长11.6%。

体育服务业发展势头增强，增加值为7615亿元，在体育产业中所占比重增加到67.7%，比上年提高2.9个百分点。其中，体育用品及相关产品销售、出租与贸易代理规模最大，增加值为2562亿元，占全部体育产业增加值的比重为22.8%。可以说，在规模和增量上，我国体育用品行业发展有了可喜的成果，同时内需也被激发起来，为行业发展提供有力支撑。

2020年1-

12月，全国体育用品行业营业收入1340.3亿元，同比增长8.0%;利润总额92.4亿元，同比增长0.4%。

2019年9月17日，国务院办公厅印发《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》，提出了十方面政策举措，包括完善体育产业政策、促进体育消费试点、提升体育服务业比重、支持体育用品制造业创新发展、加快发展冰雪产业等。

未来体育用品行业的发展结合科技的力量不断升级运动体验，例如智能可穿戴、智能足球、智能鞋、智能跑步机、智能健身器材等装备将迎来爆发式增长。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国体育用品业联合会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国体育用品及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了我国体育用品行业发展状况和特点，以及中国体育用品行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的体育用品行业发展态势作了详细分析，并对体育用品行业进行了趋向研判，是体育用品开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前体育用品业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国体育用品行业发展综述

第一节 体育用品行业概述

- 一、体育用品行业定义
- 二、体育用品行业主要产品大类
- 三、体育用品行业地位分析
 - 1、在国民经济中的地位分析
 - 2、在体育产业中的地位分析

第二节 体育用品行业数据统计标准

- 一、体育用品行业统计部门和统计口径
- 二、体育用品行业统计方法
- 三、体育用品行业数据种类

第二章 中国体育用品行业发展环境分析

第一节 体育用品行业政策环境分析

一、体育用品行业监管体系

二、体育用品行业产品规划

三、体育用品行业布局规划

四、体育用品行业企业规划

第二节 体育用品行业经济环境分析

一、中国GDP增长情况

二、固定资产投资情况

第三节 体育用品行业技术环境分析

一、体育用品行业专利申请数分析

二、体育用品行业专利申请人分析

三、体育用品行业热门专利技术分析

第四节 体育用品行业消费环境分析

一、体育用品行业消费态度调查

二、体育用品行业消费驱动分析

三、体育用品行业消费需求特点

四、体育用品行业消费群体分析

五、体育用品行业消费行为分析

六、体育用品行业消费关注点分析

七、体育用品行业消费区域分布

第二部分 行业深度分析

第三章 我国体育用品行业运行现状分析

第一节 我国体育用品行业发展状况分析

- 一、我国体育用品行业发展阶段
- 二、我国体育用品行业发展总体概况
- 三、我国体育用品行业发展特点分析
- 四、我国体育用品行业商业模式分析

第二节 2021-2026年体育用品行业发展现状

- 一、2021-2026年我国体育用品行业市场规模
- 二、2021-2026年我国体育用品行业发展分析
- 三、2021-2026年中国体育用品企业发展分析

第三节 2021-2026年体育用品市场情况分析

- 一、2021-2026年中国体育用品市场总体概况
- 二、2021-2026年中国体育用品产品市场发展分析

第四节 我国体育用品市场价格走势分析

- 一、体育用品市场定价机制组成
- 二、体育用品市场价格影响因素
- 三、2021-2026年体育用品产品价格走势分析
- 四、2026-2031年体育用品产品价格走势预测

第四章 我国体育用品行业整体运行指标分析

第一节 2021-2026年中国体育用品行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2021-2026年中国体育用品行业产销情况分析

一、我国体育用品行业工业总产值

二、我国体育用品行业工业销售产值

三、我国体育用品行业产销率

第三节 2021-2026年中国体育用品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国体育用品行业销售利润率

2、我国体育用品行业成本费用利润率

3、我国体育用品行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国体育用品行业资产负债比率

2、我国体育用品行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国体育用品行业应收帐款周转率

2、我国体育用品行业总资产周转率

3、我国体育用品行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国体育用品行业总资产增长率

2、我国体育用品行业利润总额增长率

3、我国体育用品行业主营业务收入增长率

4、我国体育用品行业资本保值增值率

第五章 中国体育用品行业重点区域市场分析

第一节 中国体育用品行业区域市场概况

一、体育用品行业产值分布情况

二、体育用品行业市场分布情况

三、体育用品行业利润分布情况

第二节 华东地区体育用品行业需求分析

一、上海市体育用品行业需求分析

二、江苏省体育用品行业需求分析

三、山东省体育用品行业需求分析

四、浙江省体育用品行业需求分析

五、安徽省体育用品行业需求分析

六、福建省体育用品行业需求分析

第三节 华南地区体育用品行业需求分析

一、广东省体育用品行业需求分析

二、广西省体育用品行业需求分析

三、海南省体育用品行业需求分析

第四节 华中地区体育用品行业需求分析

一、湖南省体育用品行业需求分析

二、湖北省体育用品行业需求分析

三、河南省体育用品行业需求分析

第五节 华北地区体育用品行业需求分析

一、北京市体育用品行业需求分析

二、山西省体育用品行业需求分析

三、天津市体育用品行业需求分析

四、河北省体育用品行业需求分析

第六节 东北地区体育用品行业需求分析

一、辽宁省体育用品行业需求分析

二、吉林省体育用品行业需求分析

三、黑龙江体育用品行业需求分析

第七节 西南地区体育用品行业需求分析

一、重庆市体育用品行业需求分析

二、四川省体育用品行业需求分析

三、云南省体育用品行业需求分析

第八节 西北地区体育用品行业需求分析

一、陕西省体育用品行业需求分析

二、新疆省体育用品行业需求分析

三、甘肃省体育用品行业需求分析

第三部分 市场全景调研

第六章 中国体育用品细分产品市场现状及潜力

第一节 运动鞋市场现状及潜力

一、运动鞋市场运营情况

1、运动鞋市场资产规模

2、运动鞋市场产销规模

3、运动鞋市场盈利情况

二、运动鞋市场主要产品

- 1、运动鞋产品分类
- 2、篮球鞋市场分析
- 3、足球鞋市场分析
- 4、网球鞋市场分析
- 5、慢跑鞋市场分析
- 6、帆布鞋市场分析
- 7、休闲鞋市场分析

三、运动鞋市场品牌格局

四、运动鞋市场发展潜力

第二节 球类产品市场现状及潜力

一、球类产品市场运营情况

- 1、球类产品市场资产规模
- 2、球类产品市场产销规模
- 3、球类产品市场盈利情况

二、篮球市场分析

- 1、篮球用品市场规模
- 2、篮球用品市场格局
- 3、篮球用品发展潜力

三、足球市场分析

- 1、足球用品市场规模
- 2、足球用品市场格局

3、足球用品发展潜力

四、排球市场分析

1、排球用品市场规模

2、排球用品市场格局

3、排球用品发展潜力

五、台球市场分析

1、台球用品市场规模

2、台球用品市场格局

3、台球市场发展模式

4、台球市场发展瓶颈

5、台球用品发展潜力

六、网球市场分析

1、网球用品市场规模

2、网球用品市场格局

3、网球用品发展潜力

七、乒乓球市场分析

1、乒乓球用品市场规模

2、乒乓球用品市场格局

3、乒乓球用品发展潜力

八、羽毛球市场分析

1、羽毛球市场规模

2、羽毛球市场格局

3、羽毛球用品发展潜力

九、保龄球市场分析

十、高尔夫球市场分析

第三节 体育器材及配件市场现状及潜力

一、体育器材及配件市场运营情况

1、体育器材及配件市场资产规模

2、体育器材及配件市场产销规模

3、体育器材及配件市场盈利情况

二、竞技比赛器材市场分析

1、球类器材市场分析

2、体操器材市场分析

3、田径器材市场分析

三、运动服市场分析

四、滑雪服市场分析

五、户外运动产品市场分析

1、户外运动用品市场现状

2、户外运动用品消费群体

3、户外运动主要产品分析

4、户外运动市场发展潜力

六、残疾人体育用品市场分析

1、残疾人体育用品市场发展现状

2、残疾人体育用品市场发展潜力

第四节 训练健身器材市场现状及潜力

一、训练健身器材市场运营情况

- 1、训练健身器材市场资产规模
- 2、训练健身器材市场产销规模
- 3、训练健身器材市场盈利情况
- 4、训练健身器材市场品牌格局

二、跑步机市场分析

- 1、跑步机产品分类
- 2、跑步机市场规模分析
- 3、跑步机市场发展潜力

三、个人健身器材市场分析

第五节 运动防护用具产品市场现状及潜力

一、运动防护用具市场运营情况

- 1、运动防护用具市场资产规模
- 2、运动防护用具市场产销规模
- 3、运动防护用具市场盈利情况
- 4、运动防护用具市场品牌格局

二、拳击手套市场分析

三、旱冰用品市场分析

四、轮滑鞋市场分析

五、棒球帽市场分析

六、护膝护腕市场分析

第六节 其他体育用品市场现状及潜力

- 一、其他体育用品市场资产规模
- 二、其他体育用品市场产销规模
- 三、其他体育用品市场盈利情况

第四部分 竞争格局分析

第七章 体育用品产业集群发展及区域市场分析

第一节 中国体育用品产业集群发展特色分析

- 一、长江三角洲体育用品产业发展特色分析
- 二、珠江三角洲体育用品产业发展特色分析
- 三、环渤海地区体育用品产业发展特色分析
- 四、闽南地区体育用品产业发展特色分析

第二节 体育用品重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

- 1、区域结构总体特征
- 2、行业区域集中度分析
- 3、行业区域分布特点分析
- 4、行业规模指标区域分布分析
- 5、行业效益指标区域分布分析
- 6、行业企业数的区域分布分析

二、体育用品重点区域市场分析

- 1、江苏
- 2、浙江

3、上海

4、福建

5、广东

第八章 国内外体育用品行业竞争格局与趋势预测

第一节 国际体育用品行业竞争现状与趋势预测

一、国际体育用品行业竞争格局

二、跨国公司在华投资布局及动向

1、美国耐克(NIKE)公司

2、德国阿迪达斯(ADIDAS)公司

3、英国锐步(REEBOK)公司

4、德国彪马(PUMA)集团

5、意大利卡帕(KAPPA)公司

6、日本美津浓(MIZUNO)株式会社

7、美国哥伦比亚(Columbia)公司

8、美国匡威(Converse)公司

9、美国爱康(ICON)公司

10、德国JACKWOLFSKIN公司

三、国际体育用品行业竞争趋势预测

第二节 国内体育用品行业竞争格局与趋势预测

一、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

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、钓具用品市场竞争格局

二、国内体育用品行业竞争趋势预测

第三节 国内体育用品区域市场竞争格局与趋势

一、一线城市体育用品企业竞争态势

1、一线城市体育用品市场发展概况

2、一线城市体育用品市场规模分析

3、一线城市体育用品市场竞争格局

4、一线城市体育用品市场竞争动态

5、一线城市体育用品经营布局及策略

6、一线城市体育用品市场竞争趋势预测

二、二三线城市体育用品企业竞争态势

1、二三线城市体育用品市场发展概况

2、二三线城市体育用品市场规模分析

3、二三线城市体育用品市场竞争格局

4、二三线城市体育用品市场竞争动态

5、二三线城市体育用品经营布局及策略

6、二三线城市体育用品市场竞争趋势预测

第九章 2026-2031年体育用品行业领先企业经营形势分析

第一节 广州双鱼体育用品集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主要产品市场分析

三、企业营销渠道分析

四、企业发展规划分析

第二节 泰山体育产业集团

一、企业发展概况分析

二、企业主要产品市场分析

三、企业营销渠道分析

四、企业发展规划分析

第三节 南京边城体育用品股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主要产品市场分析

三、企业营销渠道分析

四、企业发展规划分析

第四节 安踏体育用品有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主要产品市场分析

三、企业营销渠道分析

四、企业发展规划分析

第五节 广州康威集团体育用品股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主要产品市场分析

三、企业营销渠道分析

四、企业发展规划分析

第六节 北京星牌体育用品集团有限责任公司

一、企业发展概况分析

二、企业主要产品市场分析

三、企业营销渠道分析

四、企业发展规划分析

第七节 匹克体育用品有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主要产品市场分析

三、企业营销渠道分析

四、企业发展规划分析

第八节 尤迪曼体育用品有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主要产品市场分析

三、企业营销渠道分析

四、企业发展规划分析

第九节 浙江康莱宝体育用品股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主要产品市场分析

三、企业营销渠道分析

四、企业发展规划分析

第五部分 发展前景展望

第十章 2026-2031年体育用品行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年体育用品市场发展前景

- 一、2026-2031年体育用品市场发展潜力
- 二、2026-2031年体育用品市场发展前景展望
- 三、2026-2031年体育用品细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年体育用品市场发展趋势预测

一、2026-2031年体育用品行业发展趋势

- 1、技术发展趋势分析
- 2、产品发展趋势分析
- 3、产品应用趋势分析

二、2026-2031年体育用品市场规模预测

- 1、体育用品行业市场容量预测
- 2、体育用品行业销售收入预测
- 三、2026-2031年体育用品行业应用趋势预测
- 四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国体育用品行业供需预测

- 一、2026-2031年中国体育用品行业供给预测
- 二、2026-2031年中国体育用品行业产量预测
- 三、2026-2031年中国体育用品市场销量预测
- 四、2026-2031年中国体育用品行业需求预测
- 五、2026-2031年中国体育用品行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2026-2031年体育用品行业投资机会与风险防范

第一节 体育用品行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、体育用品行业投资现状分析
 - 1、体育用品产业投资经历的阶段
 - 2、2021-2026年体育用品行业投资状况回顾
 - 3、2021-2026年中国体育用品行业风险投资状况
 - 4、2026-2031年我国体育用品行业的投资态势

第二节 2026-2031年体育用品行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、体育用品行业投资机遇

第三节 2026-2031年体育用品行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国体育用品行业投资建议

一、体育用品行业未来发展方向

二、体育用品行业主要投资建议

三、中国体育用品企业融资分析

1、中国体育用品企业IPO融资分析

2、中国体育用品企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十二章 2026-2031年体育用品行业面临的困境及对策

第一节 2021-2026年体育用品行业面临的困境

第二节 体育用品企业面临的困境及对策

一、重点体育用品企业面临的困境及对策

1、重点体育用品企业面临的困境

2、重点体育用品企业对策探讨

二、中小体育用品企业发展困境及策略分析

1、中小体育用品企业面临的困境

2、中小体育用品企业对策探讨

三、国内体育用品企业的出路分析

第三节 中国体育用品行业存在的问题及对策

一、中国体育用品行业存在的问题

二、体育用品行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国体育用品市场发展面临的挑战与对策

第十三章 体育用品行业发展战略研究

第一节 体育用品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国体育用品品牌的战略思考

- 一、体育用品品牌的重要性
- 二、体育用品实施品牌战略的意义
- 三、体育用品企业品牌的现状分析
- 四、我国体育用品企业的品牌战略
- 五、体育用品品牌战略管理的策略

第三节 体育用品经营策略分析

- 一、体育用品市场细分策略
- 二、体育用品市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、体育用品新产品差异化战略

第四节 体育用品行业投资战略研究

- 一、2021-2026年体育用品行业投资战略
- 二、2026-2031年体育用品行业投资战略
- 三、2026-2031年细分行业投资战略

图表目录

图表：体育用品行业生命周期

图表：体育用品行业产业链结构

图表：2021-2026年全球体育用品行业市场规模

图表：2021-2026年中国体育用品行业市场规模

图表：2021-2026年体育用品行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国体育用品市场占全球份额比较

图表：2021-2026年体育用品行业工业总产值

图表：2021-2026年体育用品行业销售收入

图表：2021-2026年体育用品行业利润总额

图表：2021-2026年体育用品行业资产总计

图表：2021-2026年体育用品行业负债总计

图表：2021-2026年体育用品行业竞争力分析

图表：2021-2026年体育用品市场价格走势

图表：2021-2026年体育用品行业主营业务收入

图表：2021-2026年体育用品行业主营业务成本

图表：2021-2026年体育用品行业销售费用分析

图表：2021-2026年体育用品行业管理费用分析

图表：2021-2026年体育用品行业财务费用分析

图表：2021-2026年体育用品行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年体育用品行业销售利润率分析

图表：2021-2026年体育用品行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年体育用品行业总资产利润率分析

图表：2021-2026年体育用品行业产能分析

图表：2021-2026年体育用品行业产量分析

图表：2021-2026年体育用品行业需求分析

图表：2021-2026年体育用品行业集中度

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号 : 49939

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170220/49939.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)