

中国体育用品行业市场发展分析及发展前景预测研究报告(2026-2031版)

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。

国家体育总局发布《体育产业发展“十三五”规划》，提出要在坚持改革引领、市场主导、创新驱动和协调发展的基本原则下，实现体育产业总规模超过3万亿的目标。2018年5月30日，国务院常务会议决定，从2018年7月1日起，将服装鞋帽、厨房和体育健身用品等进口关税平均税率由15.9%降至7.1%。进一步降低体育健身用品等的进口关税，有利于扩大开放、满足群众需求，倒逼产品提质、产业升级。

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。预测到2022年体育用品行业收入规模将进一步突破2000亿元。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及体育用品行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国体育用品行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外体育用品行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了体育用品行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于体育用品产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国体育用品行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一章 体育用品行业概述

第一节 体育用品行业概念和分类

一、体育用品概念

二、体育用品分类

第二节 体育用品行业产业链分析

一、上游产业分析

二、产业价值关系

三、下游消费市场

第二章 2021-2026年中国体育产业发展现状综合分析

第一节 中国体育产业发展现状

一、产业发展地位

二、体育场地建设

三、产业发展综况

四、产业发展规模

五、产业结构分析

第二节 中国体育产业信息化发展分析

一、信息技术对产业的影响

二、产业信息化发展的意义

三、产业信息化发展的要点

四、数字化体育发展现状

五、信息化促进产业变革

六、产业信息化发展建议

第三节 中国体育产业商业化运作模式分析

一、实施商业化运作模式的必要性

二、产业商业化运作机制分析

三、推动产业商业化运作的策略

第四节 中国体育产业发展问题分析

一、体育产业发展存在的障碍

二、体育产业发展面临的挑战

三、城市体育产业发展的问题

四、产业发展的其他制约因素

第五节 中国体育产业发展策略分析

- 一、 产业发展对策建议
- 二、 产业结构优化策略
- 三、 城市体育产业策略
- 四、 产业创新发展途径
- 五、 产业可持续发展策略

第三章 2021-2026年体育用品行业发展环境

第一节 经济环境

- 一、 国际宏观经济
- 二、 宏观经济概况
- 三、 对外经济分析
- 四、 工业运行情况
- 五、 宏观经济展望

第二节 政策环境

- 一、 体育产业规划
- 二、 促进体育消费
- 三、 全民健身计划
- 四、 中国制造

第三节 社会环境

- 一、 人口结构分析
- 二、 居民收入水平
- 三、 居民消费水平

四、全民健身意识

第四章 2021-2026年体育用品行业发展分析

第一节 2021-2026年国外体育用品市场发展状况

一、全球市场现状

二、法国市场状况

三、英国市场分析

四、美国市场规模

五、俄罗斯市场

第二节 2021-2026年中国体育用品市场运行分析

一、行业发展规模

二、行业集中度

三、出厂价格指数

四、市场竞争状况

五、企业经营对比

六、企业专利竞争

七、波特五力模型

第三节 中国体育用品所属行业进出口市场分析

一、市场进出口规模

二、进出口产品结构

三、市场内外销比例

第四节 中国体育用品产业集群分析

一、产业集群发展简况

二、产业集群特征分析

三、产业集群发展作用

四、产业集群发展阻力

五、产业集群发展对策

第五节 “一带一路”背景下中国体育用品企业国际竞争力分析

一、“一带一路”为企业带来机遇

二、“一带一路”为企业带来挑战

三、“一带一路”下企业发展对策

第六节 中国体育用品产业存在的问题及发展对策

一、企业规模小

二、缺乏知名品牌

三、加大科技投入

四、集群化发展道路

第五章 中国文教、工美、体育和娱乐用品所属行业财务状况

第一节 中国文教、工美、体育和娱乐用品行业经济规模

一、2021-2026年文教、工美、体育和娱乐用品所属行业收入规模

二、2021-2026年文教、工美、体育和娱乐用品所属行业利润规模

三、2021-2026年文教、工美、体育和娱乐用品所属行业资产规模

四、2021-2026年文教、工美、体育和娱乐用品所属行业毛利率

五、2021-2026年文教、工美、体育和娱乐用品所属行业成本费用利润率

六、2021-2026年文教、工美、体育和娱乐用品所属行业利润率

第二节 中国文教、工美、体育和娱乐用品所属行业营运能力指标分析

一、2021-2026年文教、工美、体育和娱乐用品所属行业应收账款周转率

二、2021-2026年文教、工美、体育和娱乐用品所属行业流动资产周转率

三、2021-2026年文教、工美、体育和娱乐用品所属行业总资产周转率

第三节 中国文教、工美、体育和娱乐用品所属行业偿债能力指标分析

一、2021-2026年文教、工美、体育和娱乐用品所属行业资产负债率

二、2021-2026年文教、工美、体育和娱乐用品所属行业利息保障倍数

第四节 中国文教、工美、体育和娱乐用品所属行业财务状况综合评价

第六章 2021-2026年健身器材行业发展分析

第一节 全球健身器材行业发展概况

一、全球健身器材市场分析

二、美国健身器材产业分析

三、欧洲品牌布局中国市场

第二节 2021-2026年中国健身器材行业运行状况

一、行业发展阶段

二、行业产业链分析

三、行业发展规模

四、行业销售收入

五、市场出口状况

六、生产企业状况

第三节 2021-2026年中国智慧健身器材市场发展分析

一、智慧健身系统基本描述

二、智慧健身器材发展热点

三、智慧健身器材制造变革

四、智慧健身器材行业机遇

第四节 中国健身器材市场营销分析

一、行业经营特征分析

二、行业营销模式解析

三、行业营销渠道模式

四、营销渠道发展难题

五、产品生命周期策略

六、市场营销策略建议

第七章 2021-2026年中国运动鞋服市场发展综合分析

第一节 中国运动鞋服市场发展状况

一、行业发展历程

二、市场发展状况

三、企业竞争格局

四、企业发展动态

第二节 “中国制造”背景下运动鞋服制造业发展分析

一、行业发展基础

二、行业发展机遇

三、行业面临困难

四、行业发展路径

第三节 2021-2026年中国运动服市场运行状况

一、市场发展回顾

二、市场发展规模

三、市场消费状况

四、品牌企业分析

五、市场规模预测

六、行业发展趋势

第四节 2021-2026年中国运动鞋市场运行状况

一、市场发展回顾

二、市场运营状况

三、品牌企业分析

四、市场消费状况

五、市场规模预测

六、市场发展趋势

第八章 2021-2026年中国智能可穿戴运动设备市场分析

第一节 智能可穿戴设备市场总体发展状况

一、产业链分析

二、市场规模分析

三、区域市场分布

四、市场发展趋势

五、技术升级路径

第二节 智能可穿戴运动设备市场分析

一、全球市场分析

二、市场发展机遇

三、品牌竞争格局

四、市场发展状况

五、市场拓展模式

六、发展问题及对策

七、市场规模预测

第三节 智能可穿戴运动设备用户市场调查分析

一、区域分布状况

二、性别分布状况

三、年龄分布状况

四、学历分布状况

五、消费偏好分布

六、消费影响因素

第九章 2021-2026年中国其他体育用品行业发展分析

第一节 户外用品

一、户外用品概述

二、市场销售规模

三、市场品牌格局

四、市场销售渠道

五、市场发展潜力

六、市场规模预测

七、行业发展趋势

第二节 球类产品

一、球类产品概述

二、市场发展规模

三、市场需求分析

四、市场出口状况

第三节 运动护具

一、运动护具概述

二、运动护具特点

三、市场发展规模

第十章 中国体育用品重点应用行业发展分析

第一节 水上运动

一、水上运动产业定义

二、水上运动类型介绍

三、水上运动发展优势

四、企业运营状况分析

五、水上运动存在问题

六、水上运动产业规划

第二节 冰雪运动

一、冰雪运动政策支持

二、冰雪运动市场规模

三、冰雪运动产业不足

四、冰雪运动产业前景

第三节 搏击运动

一、搏击产业发展历程

二、搏击运动发展状况

三、搏击运动市场规模

四、搏击赛事发展分析

第四节 极限运动

一、极限运动主要类型

二、极限运动发展现状

三、极限运动制约因素

四、极限运动发展对策

第十一章 中国体育用品市场零售渠道分析

第一节 体育用品零售渠道发展现状

一、单一品牌连锁店

二、店中店销售模式

三、专业连锁店营销

第二节 体育用品零售渠道存在的问题

一、实体零售渠道问题

二、店中店营销的问题

三、网上店铺假货泛滥

第三节 体育用品零售渠道的发展建议

一、优化实体店零售营销模式

二、推动店中店营销渠道专业化

三、加强网络产品营销的监管

第十二章 国外体育用品重点企业经营状况

第一节 耐克(nike,inc.)

一、企业发展概况

二、企业经营状况

第二节 阿迪达斯(adidas group)

一、企业发展概况

二、企业经营状况

第三节 彪马(puma)

一、企业发展概况

二、企业经营状况

第四节 美津浓(mizuno)

一、企业发展概况

二、企业经营状况

第十三章 中国体育用品重点企业经营状况

第一节 李宁

第二节 安踏

第三节 特步

第四节 361°

第五节 贵人鸟

第十四章 2026-2031年中国体育用品行业投资分析及发展前景预测

第一节 中国体育用品行业投资潜力

一、行业投资环境

二、行业投资动态

三、行业投资机遇

第二节 中国体育用品行业发展趋势

一、转型升级态势

二、行业发展机遇

三、行业发展趋势

第三节 2026-2031年中国体育用品行业预测分析

一、体育用品行业影响因素

二、体育用品行业规模预测

三、体育用品行业销售收入预测

附录

附录一：体育发展“十四五”规划

附录二：国务院关于加强发展体育产业促进体育消费的若干意见

附录三：全民健身计划

附录四：中国制造

图表目录

图表：体育用品行业产业链

图表：各系统体育场地数量及面积

图表：各单位体育场地数量及面积情况

图表：主要体育场地类型分布情况

图表：场地数量排名靠前的场地类型情况

图表：场地面积排名靠前的场地类型情况

图表：室内外体育场地城乡分布情况

图表：东、中、西部和东北地区体育场地分布情况

图表：体育场地主要指标十年发展变化情况

图表：三大球新建场地数量和面积情况

图表：中国体育产业年增加值及占gdp比例

图表：美国体育产业结构

图表：中国体育产业结构

图表：体育产业实施商业化模式的运行机制

图表：全球主要经济体gdp占比

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：200896

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20210210/200896.shtml>

在线订购：[点击这里](#)