

中国体育用品行业市场发展分析与发展前景预测及投资咨询研究报告(2026-2031版)

报告简介

随着政策利好、人民体育消费需求的提高，体育用品行业的发展将进入新时期。体育品牌分别针对消费者的不同需求类型，拓展专项的运动用品市场，例如儿童、女性运动用品等。而跑步作为一项大众体育运动，近几年跑步类产品更是需求增长迅猛。在全民运动健身的热潮下，越来越多的人加入运动行列。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。

2016-

2019年，中国体育用品进出口规模稳步增长。据不完全统计，2019年，中国体育用品行业进出口总额为202.88亿美元，同比增长5.53%;实现贸易顺差178.76亿美元，同比增长3.72%。其中，进口额为12.06亿美元，同比增长21.21%;出口额为190.82亿美元，同比增长4.67%。

对体育用品行业进口产品进行归类，可分为运动服、运动鞋、球类、训练健身器材和其他相关产品。2019年，中国体育用品进口额中，运动鞋为主要进口种类，进口额占体育用品进口额的29.2%;其次为训练健身器材产品占比为11.7%。

2019年，中国体育用品出口额中，训练健身器材为主要出口产品种类，出口额占体育用品出口额的18.0%，其次为运动服，占比为10.7%。

体育用品是指被生产和分销并在体育产业范围内交易的有形产品，包括体育运动鞋服装、体育器材以及其他能够满足消费者需求的产品。从时间来看，随着中国人民生活水平的提高，其中城市中人群体育消费从低挡向中高档过渡，农村小康家庭逐渐发展一般体育用品，中国的体育用品市场规模还将不断扩大。体育用品产业市场集中度 $CR_8=0.56$ ，属于竞争垄断的市场结构，市场上企业数量众多，每家企业的市场占有率不高，其特点是产品有差别，但差异性不明显，达到规模企业的数量较少，规模经济效益不足，市场效率低下，市场新进入企业的进入壁垒较低等。

体育产业的整体发展以及体育服务等产业链其他环节的发展，也将带动体育用品总量规模的进一步增长。根据美国等发达国家体育用品市场规模占整体体育产业30%的比例估计，2025年，中国体育用品行业的市场规模也将超过1.5万亿元。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国文教体育用品协会、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，对中国体育用品行业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、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中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，是体育用品生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前体育用品行业发展动态，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 体育用品行业发展综述

第一节 体育用品行业发展概况

一、体育用品行业的定义

二、体育用品产品分类及应用

三、体育用品行业的经济地位

第二节 最近3-5年中国体育用品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

第二章 体育用品行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 体育用品行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、体育用品相关行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、国内宏观经济形势分析

二、“十三五”时期中国经济形势预测

三、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、体育用品产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、体育用品产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、行业生产技术水平分析

二、行业技术专利分析

三、行业技术人才现状

第三章 国际体育用品行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球体育用品市场总体情况分析

一、全球体育用品行业的发展概况及特点

二、全球体育用品市场结构

三、全球体育用品行业竞争格局

四、全球体育用品市场区域分布

五、国际知名企业分析

1、耐克nike

2、阿迪达斯adidas

3、锐步reebok

4、匡威converse

5、纽巴伦 new-banlence

第二节 全球主要国家(地区)市场分析

一、欧洲

1、欧洲体育用品行业发展概况

2、欧洲体育用品市场发展现状

二、美洲

1、美洲体育用品行业发展概况

2、美洲体育用品市场发展现状

三、中东

1、中东体育用品行业发展概况

2、中东体育用品市场发展现状

四、其他国家地区

第二部分 市场深度调研

第四章 中国体育用品行业运行现状分析

第一节 中国体育用品行业发展分析

一、中国体育用品行业发展概况及特点

二、中国体育用品行业商业模式分析

三、中国体育用品行业发展存在的问题及对策

第二节 2021-2026年体育用品行业运行现状分析

一、中国体育用品行业资产规模分析

二、中国体育用品行业市场规模分析

三、中国体育用品行业产品市场结构

四、中国体育用品市场发展特点

第三节 2021-2026年体育用品市场经营情况分析

一、中国体育用品行业销售收入分析

二、中国体育用品行业产值分析

三、中国体育用品行业利润总额分析

第四节 2021-2026年中国体育用品行业经营企业分析

一、企业数量变化分析分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

四、从业人员数量分析

第五节 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

二、行业营运能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第六节 中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、体育用品价格走势分析

四、2026-2031年体育用品价格走势预测

第五章 中国体育用品行业供需形势分析

第一节 中国体育用品市场供需分析

一、中国体育用品行业供给情况

1、中国体育用品行业供给分析

2、中国体育用品行业产品产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、中国体育用品行业需求情况

1、体育用品行业需求市场

2、体育用品行业需求结构

3、体育用品行业需求的地区差异

三、中国体育用品行业供需平衡分析

第二节 体育用品市场应用及需求预测

一、体育用品应用市场总体需求分析

1、体育用品应用市场需求特征

2、体育用品应用市场需求总规模

二、体育用品应用市场求功能预测

三、重点行业体育用品需求分析预测

第六章 体育用品行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 体育用品行业进出口市场分析

一、体育用品行业进出口综述

1、中国体育用品进出口的特点分析

2、中国体育用品进出口地区分布状况

3、中国体育用品进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国体育用品进出口政策与国际化经营

二、体育用品行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

三、体育用品行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

第二节 中国体育用品出口面临的挑战及对策

一、中国体育用品出口面临的挑战

二、中国体育用品行业未来出口展望

三、中国体育用品产品出口对策

四、体育用品行业进出口前景及建议

第三部分 市场全景调研

第七章 中国体育用品行业细分产品发展分析

第一节 健身器材器械市场发展分析

一、健身器材器械市场现状分析

二、健身器材器械市场规模分析

三、健身器材器械市场需求分析

四、健身器材器械产销分析

五、健身器材器械市场前景预测

第二节 校园体育器械市场发展分析

一、校园体育器械市场现状分析

二、校园体育器械市场规模分析

三、校园体育器械市场需求分析

四、校园体育器械产销分析

五、校园体育器械市场前景预测

第三节 竞赛项目用品市场发展分析

一、竞赛项目用品市场现状分析

二、竞赛项目用品市场规模分析

三、竞赛项目用品市场需求分析

四、竞赛项目用品产销分析

五、竞赛项目用品市场前景预测

第四节 运动护具市场发展分析

一、运动护具市场现状分析

二、运动护具市场规模分析

三、运动护具市场需求分析

四、运动护具产销分析

五、运动护具市场前景预测

第五节 运动服饰市场发展分析

一、运动服饰市场现状分析

二、运动服饰市场规模分析

三、运动服饰市场需求分析

四、运动服饰产销分析

五、运动服饰市场前景预测

第六节 运动户外休闲用品市场发展分析

一、运动户外休闲用品市场现状分析

二、运动户外休闲用品市场规模分析

三、运动户外休闲用品市场需求分析

四、运动户外休闲用品产销分析

五、运动户外休闲用品市场前景预测

第七节 体育场馆及设施市场发展分析

一、体育场馆及设施市场现状分析

二、体育场馆及设施市场规模分析

三、体育场馆及设施市场需求分析

四、体育场馆及设施产销分析

五、体育场馆及设施市场前景预测

第八节 其他体育用品市场发展分析

一、其他体育用品市场现状分析

二、其他体育用品市场规模分析

三、其他体育用品市场需求分析

四、其他体育用品产销分析

五、其他体育用品市场前景预测

第八章 中国体育用品行业区域市场发展分析

第一节 中国体育用品行业区域市场分析

一、行业总体区域结构特征及变化

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业企业数的区域分布分析

第二节 体育用品行业区域分析

一、华东地区

1、体育用品企业数量分析

2、体育用品市场规模分析

3、体育用品市场结构分析

4、体育用品行业发展机遇及趋势

二、华北地区

- 1、体育用品企业数量分析
- 2、体育用品市场规模分析
- 3、体育用品市场结构分析
- 4、体育用品行业发展机遇及趋势

三、东北地区

- 1、体育用品企业数量分析
- 2、体育用品市场规模分析
- 3、体育用品市场结构分析
- 4、体育用品行业发展机遇及趋势

四、华南地区

- 1、体育用品企业数量分析
- 2、体育用品市场规模分析
- 3、体育用品市场结构分析
- 4、体育用品行业发展机遇及趋势

五、华中地区

- 1、体育用品企业数量分析
- 2、体育用品市场规模分析
- 3、体育用品市场结构分析
- 4、体育用品行业发展机遇及趋势

六、西部地区

- 1、体育用品企业数量分析

- 2、体育用品市场规模分析
- 3、体育用品市场结构分析
- 4、体育用品行业发展机遇及趋势

第四部分 竞争格局分析

第九章 2026-2031年体育用品行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、体育用品行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、体育用品行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析

第二节 中国体育用品行业竞争格局综述

- 一、中国体育用品行业品牌竞争格局
- 二、中国体育用品行业企业竞争格局
- 三、中国体育用品行业产品竞争格局
- 四、体育用品业未来竞争格局和特点

第三节 中国体育用品行业竞争分析

一、中国体育用品行业竞争力分析

- 1、中国体育用品行业竞争力剖析
- 2、中国体育用品企业市场竞争的优势
- 3、国内企与外企比较分析
- 4、国内体育用品企业竞争能力提升途径

二、中国体育用品竞争力优势分析

- 1、整体产品竞争力评价
- 2、细分产品竞争力优势分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

第四节 体育用品行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、企业升级途径及并购重组风险分析
- 三、行业投资兼并与重组趋势分析

第十章 中国体育用品行业重点企业经营分析

第一节 李宁(中国)体育用品有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第二节 安踏体育用品集团有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第三节 三六一度(中国)有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第四节 厦门匹克体育用品有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第五节 乔丹体育股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第六节 福建鸿星尔克体育用品有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第七节 上海红双喜股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第八节 泰山体育产业集团有限公司

- 一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第九节 特步(中国)有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第十节 青岛双星名人集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第十一章 中国体育用品行业销售渠道及策略分析

第一节 体育用品行业营销分析

一、渠道构成

二、销售渠道效果

三、价值流程结构

第二节 体育用品行业渠道模式分析

一、厂家直销模式

二、代理营销模式

三、网络营销模式

第三节 体育用品行业主要销售渠道分析

一、专卖店销售渠道分析

二、文具店销售渠道分析

三、校园合作销售渠道分析

四、网络销售渠道分析

第四节 体育用品行业销售策略分析

一、价格销售策略

二、品牌销售策略

三、组合销售策略

第五部分 发展前景展望

第十二章 2026-2031年体育用品行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年体育用品行业市场前景

一、体育用品行业市场发展潜力

二、体育用品行业市场前景展望

三、体育用品行业相关产业发展前景分析

第二节 2026-2031年体育用品行业市场发展趋势预测

一、体育用品行业发展趋势分析

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品市场趋势分析

三、2026-2031年体育用品行业应用趋势预测

四、2026-2031年行业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

第十三章 2026-2031年体育用品行业投资机会与风险防范

第一节 中国体育用品行业投资特性分析

一、体育用品行业进入壁垒分析

二、体育用品行业盈利模式分析

三、体育用品行业盈利因素分析

第二节 中国体育用品行业投资情况分析

一、体育用品行业总体投资及结构

二、体育用品行业投资规模情况

三、体育用品行业投资项目分析

第三节 中国体育用品行业投资风险

- 一、体育用品行业政策风险
- 二、体育用品行业关联产业风险
- 三、体育用品行业产业结构风险
- 四、体育用品行业管理风险

第四节 体育用品行业投资机会

- 一、细分市场投资机会
- 二、重点区域投资机会
- 三、产业链投资机会

第十四章 研究结论及发展建议

第一节 体育用品行业研究结论及建议

第二节 体育用品相关行业研究结论及建议

第三节 中道泰和体育用品行业发展建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录

图表：体育用品行业生命周期

图表：2021-2026年中国体育用品行业盈利能力分析

图表：2021-2026年中国体育用品行业运营能力分析

图表：2021-2026年中国体育用品行业偿债能力分析

图表：2021-2026年中国体育用品行业发展能力分析

图表：2021-2026年中国体育用品行业经营效益分析

图表：2021-2026年不同规模企业利润总额分布

图表：2021-2026年体育用品行业不同规模企业销售收入分布

图表：2021-2026年体育用品行业不同规模企业资产总额分布

图表：2021-2026年体育用品行业不同规模企业数量分布

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年体育用品市场价格走势

图表：2021-2026年体育用品行业集中度

图表：2026-2031年体育用品行业市场规模预测

图表：2026-2031年体育用品行业产销预测

图表：2026-2031年体育用品行业销售收入预测

把握投资 决策经营！

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

报告编号：208829

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20210427/208829.shtml>

在线订购：[点击这里](#)