

## 体育用品行业市场运行分析及发展前景与投资研究报告(2024-2029版)

## 报告简介

体育用品业，主要生产用于体育活动并符合体育活动要求的一种特殊生活消费品企业的集合体。一般分为体育器材制造业(含竞赛器材，训练、健身、康复器材，民族体育娱乐器材，体育休闲运动器材，体育科研测试仪器等)、运动服装制造业(含比赛服、领奖服、休闲娱乐和户外活动服装等)、运动鞋制造业(含专项比赛鞋及旅游休闲鞋)三大子行业，体育用品业横跨轻工、纺织、电子、化工、兵器等工业领域，是一个混合型产业系统。

“十四五”时期，体育在迈向全面建成社会主义现代化强国新征程中的地位更加凸显，体育用品业也面临着深刻且复杂的诸多变化。回望2021年，中国体育用品业联合会副主席兼秘书长罗杰认为，这一年已成为行业重要“拐点”，从这一年开始，体育用品行业正进入“新变局时代”。

无论是从微观消费行为的改变，还是从宏观消费动能的改变来看，刚刚过去的2021年，中国体育用品行业的内部裂变皆在为未来的高质量发展积蓄巨大能量——消费新需求对企业软硬件双向升级的需求提质，场景化加速了行业的“白热化”竞争，加快了企业在智能化领域针对消费者心智开启的“高地争夺战”；作为新消费主义代表的家庭智能健身、新大众运动、国潮新势力迅猛崛起，由消费端反哺上游生产后，体育制造业被重新定义；基建项目细分化，体育公园、智能健身步道、冰雪运动场馆以及环保型、可拆卸的智能化场馆成为主流的场馆设施与营造业新趋势。

2021年体育用品行业及企业的发展主脉络总结归纳为解答“三道考题”的过程。第一道考题，生产企业能否及时完成大数据中心与工业互联网的“柔性生产”变革，以实现不同消费者的差异化定制。第二道考题，行业在从制造端向服务端进阶的过程中，如何依托制造端取得的既得优势和基础，通过服务端的大数据反馈来升级以往的“机器化大生产”制造模式。第三道考题则关于如何占据和争夺“数字化”“智能化”和“智慧型”的心智。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息技术有限公司领衔撰写，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、工信部、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国体育用品市场进行了分析研究。报告在总结中国体育用品发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国体育用品的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为体育用品企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

## 报告目录

## 第一部分 产业环境透视

## 第一章 体育用品行业概述

## 第一节 体育用品行业相关概述

一、体育用品行业界定

二、体育用品主要产品大类

三、本报告研究范围界定说明

四、本报告的数据来源及统计标准说明

第二节 中国体育用品行业pest分析

一、中国体育用品行业政治(politics)环境

1、行业主管部门与监管体制

2、行业主要法律法规及产业政策

3、"十四五"规划对体育用品行业发展的影响分析

4、政策环境对行业发展的影响分析

二、中国体育用品行业经济(economy)环境

1、宏观经济发展现状

2、宏观经济发展展望

3、体育用品行业发展与宏观经济相关性分析

三、中国体育用品行业社会(society)环境

1、中国人口规模

2、中国人口结构分析

3、中国居民收入水平

4、全民运动健康理念普及现状

5、社会环境对行业发展的影响分析

四、中国体育用品行业技术(technology)环境

1、体育用品行业技术专利申请情况

2、新一代信息技术在体育用品行业中的应用

3、技术环境对行业发展的影响分析

第二章 全球体育用品行业运行态势分析

## 第一节 2019-2023年全球体育用品市场发展总体状况分析

### 一、2019-2023年全球体育用品行业市场规模(体育用品零售销售额)分析

### 二、2022年全球体育用品行业不同细分领域市场规模(体育用品零售销售额)分析

## 第二节 2019-2023年全球主要国家体育用品市场发展状况分析

### 一、法国体育用品市场状况分析

#### 1、2019-2023年市场规模情况分析

#### 2、2022年地区市场竞争格局分析

### 二、英国体育用品市场状况分析

#### 1、2019-2023年市场规模情况分析

#### 2、2022年地区市场竞争格局分析

### 三、美国体育用品市场状况分析

#### 1、2019-2023年市场规模情况分析

#### 2、2022年地区市场竞争格局分析

### 四、俄罗斯体育用品市场状况分析

#### 1、2019-2023年市场规模情况分析

#### 2、2022年地区市场竞争格局分析

## 第三章 中国体育用品行业运行态势分析

### 第一节 中国体育用品行业概况分析

#### 一、体育用品行业总体概况分析

##### 1、中国体育用品行业发展阶段分析

##### 2、2019-2023年中国体育用品行业总体供需状况分析

##### 3、2019-2023年中国体育用品行业进出口状况分析

##### 4、2019-2023年中国体育用品行业主要地区进出口状况分析

##### 5、2019-2023年中国体育用品行业市场规模(体育用品零售销售额)分析

## 6、2022年体育用品行业不同细分领域市场规模(体育用品零售销售额)分析

### 二、中国体育产业基地发展分析

#### 1、深圳国家体育产业基地

#### 2、龙潭湖国家体育产业基地

#### 3、平果国家体育产业基地

#### 4、宁海国家体育产业基地

#### 5、环青海湖国家体育产业基地

### 第二节 中国体育用品的发展及存在的问题分析

#### 一、中国体育用品行业发展中的问题

#### 二、解决问题的措施

## 第四章 中国体育用品行业上下游产业链分析

### 第一节 体育用品行业上下游产业链概述

### 第二节 体育用品上游行业发展状况分析

#### 一、上游市场发展现状

#### 二、上游市场供应情况分析

#### 三、上游市场价格走势分析

### 第三节 体育用品下游行业需求市场分析

#### 一、下游行业发展现状分析

#### 二、下游行业需求状况分析

#### 三、下游行业需求前景分析

## 第五章 体育用品行业市场价格分析

### 第一节 体育用品价格特征分析

### 第二节 影响国内市场体育用品价格的因素

### 第三节 企业体育用品价格策略

#### 第四节 体育用品行业未来价格变化趋势

### 第六章 2019-2023年中国体育用品行业竞争情况分析

#### 第一节 体育用品行业经济指标分析

- 一、体育用品行业赢利性分析
- 二、体育用品行业进入壁垒/退出机制
- 三、体育用品行业周期性、季节性等特点

#### 第二节 体育用品行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

#### 第三节 体育用品行业swot模型分析

- 一、机会与威胁分析(ot)
- 二、优势与劣势分析(sw)

### 第七章 2019-2023年中国体育用品重点细分市场分析

#### 第一节 2019-2023年中国运动服装行业发展状况分析

- 一、2019-2023年运动服装行业市场供给分析
  - 1、行业不同规模参与者数量及产能规模分析
  - 2、行业从业人员数量规模分析
  - 3、行业总资产规模分析
  - 4、行业产品产量分析
- 二、2019-2023年运动服装行业市场需求分析
- 三、2019-2023年运动服装行业市场规模分析

#### 四、2022年中国运动服装行业国内外市场竞争格局分析

##### 1、运动服装行业市场区域分布情况

##### 2、运动服装行业市场集中度分析

#### 第二节 2019-2023年中国运动鞋行业发展状况分析

##### 一、2019-2023年运动鞋行业市场供给分析

##### 1、行业不同规模参与者数量及产能规模分析、

##### 2、行业从业人员数量规模分析

##### 3、行业总资产规模分析

##### 4、行业产品产量分析

##### 二、2019-2023年运动鞋行业市场需求分析

##### 三、2019-2023年运动鞋行业市场规模分析

#### 四、2022年中国运动鞋行业国内外市场竞争格局分析

##### 1、运动鞋行业市场区域分布情况

##### 2、运动鞋行业市场集中度分析

#### 第三节 2019-2023年中国运动健身器材行业发展状况分析

##### 1、2019-2023年运动健身器材行业市场供给分析

##### 2、2019-2023年运动健身器材行业市场需求分析

##### 3、2019-2023年运动健身器材行业市场规模分析

##### 4、2022年中国运动健身器材行业市场竞争格局分析

#### 第四节 2019-2023年中国球类产品行业发展状况分析

##### 一、2019-2023年球类产品行业市场供给分析

##### 二、2019-2023年球类产品行业市场需求分析

##### 三、2019-2023年球类产品行业市场规模分析

##### 四、2022年中国球类产品行业市场竞争格局分析

1、球类产品行业市场区域分布情况

2、球类产品行业市场集中度分析

第五节 2019-2023年中国体育用品行业其它细分领域市场发展状况分析

第八章 中国体育用品行业重点企业经营状况分析

第一节 中国运动鞋服行业重点企业状况分析

一、李宁有限公司经营情况分析

1、企业概况

2、企业经营情况分析(包含企业营收情况)

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业发展战略分析

二、安踏体育用品有限公司经营情况分析

1、企业概况

2、企业经营情况分析(包含企业营收情况)

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

6、企业发展战略分析

三、特步国际控股有限公司经营情况分析

1、企业概况

2、企业经营情况分析(包含企业营收情况)

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

6、企业发展战略分析

第二节 中国户外装备行业重点企业状况分析

## 一、探路者控股集团有限公司经营情况分析

- 1、企业概况
- 2、企业经营情况分析(包含企业营收情况)
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 6、企业发展战略分析

## 第三节 中国体育用品制造重点企业状况分析

### 一、江苏金陵体育器材股份有限公司经营情况分析

- 1、企业概况
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品研发情况分析
- 4、企业发展战略分析

### 二、青岛英派斯健康科技股份有限公司经营情况分析

- 1、企业概况
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品研发情况分析
- 4、企业发展战略分析

### 三、中潜股份有限公司经营情况分析

- 1、企业概况
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品研发情况分析
- 4、企业发展战略分析

## 第九章 2019-2023年中国体育用品行业主要数据监测分析

### 第一节 2019-2023年中国体育用品行业规模分析



一、体育用品产值规模分析

二、体育用品盈利规模分析

三、体育用品销售规模分析

第二节 2022年中国体育用品行业结构分析

一、体育用品企业结构分析

二、体育用品行业从业人员结构分析

第三节 2019-2023年中国体育用品行业关键性财务指标分析

一、行业主要盈利能力分析

二、行业主要偿债能力分析

三、行业主要运营能力分析

第十章 体育用品产业渠道分析

第一节 体育用品行业渠道格局

第二节 体育用品行业渠道形式

第三节 体育用品渠道要素对比

1、服务营销

2、顾问式营销

3、赞助营销

4、体验式营销

5、差异化营销

6、产品生命周期营销

7、互动营销

第四节 体育用品行业国际化营销模式分析

1、加强销售人员队伍的建立

2、提高企业质量监管

3、拓展销售渠道

4、加强器材商直营店面的设计

第五节 2022年国内体育用品产业端投资运作模式分析

第十一章 2024-2029年体育用品行业发展前景预测分析

第一节 体育用品行业投资价值分析

一、2024-2029年国内体育用品行业盈利能力分析

二、2024-2029年国内体育用品行业偿债能力分析

三、2024-2029年国内体育用品行业运营能力分析

四、2024-2029年国内体育用品投资收益率分析预测

第二节 2024-2029年国内体育用品行业投资机会分析

一、国内强劲的经济增长对体育用品行业的支撑因素分析

二、下游行业的需求对体育用品行业的推动因素分析

三、体育用品相关产业的发展对体育用品行业的带动因素分析

第三节 2024-2029年中国体育用品行业供需预测

一、2024-2029年中国体育用品行业供给预测

二、2024-2029年中国体育用品行业需求预测

第四节 2024-2029年中国体育用品行业运行状况预测

一、2024-2029年体育用品行业产值预测

二、2024-2029年体育用品行业销售收入预测

第十二章 2024-2029年中国体育用品行业投资风险分析

第一节 中国体育用品行业存在问题分析

第二节 中国体育用品行业上下游产业链风险分析

一、上游关联行业风险分析

二、下游需求市场风险分析

### 第三节 中国体育用品行业投资风险分析

- 一、政策和体制风险分析
- 二、技术风险分析
- 三、进入/退出风险分析
- 四、经营管理风险分析

## 第十三章 2024-2029年中国体育用品行业发展策略及投资建议

### 第一节 体育用品行业发展战略规划背景意义

- 一、行业转型升级的需要
- 二、行业做大做强的需要
- 三、行业可持续发展需要

### 第二节 体育用品行业战略规划制定依据

- 一、行业发展规律
- 二、企业资源与能力
- 三、可预期的战略定位

### 第三节 体育用品行业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

### 第四节 体育用品行业市场重点客户战略实施

- 一、重点客户战略的必要性
- 二、重点客户的鉴别与确定

### 三、重点客户的开发与培育

### 四、重点客户市场营销策略

### 第五节 投资建议

#### 图表目录

图表：行业主要法律法规及产业政策

图表：中国2019-2023年体育用品专利申请量(项)

图表：体育用品热门技术领域

图表：2019-2023年全球体育用品市场规模(单位：亿美元)

图表：2019-2023年-2022年法国市场规模

图表：2019-2023年-2022年英国市场规模(单位：亿美元)

图表：2019-2023年-2022年英国市场规模(单位：亿美元)

图表：2019-2023年-2022年俄罗斯市场规模(单位：亿美元)

图表：2019-2023年中国18-59岁人群数量(单位：亿人)

图表：2019-2023年中国体育用品需求总额(单位：亿元)

图表：2019-2023年中国体育用品供给总额(单位：亿元)

图表：2019-2023年体育用品供需差额

图表：2019-2023年体育用品及器材进口情况(单位：亿元)

图表：2019-2023年中国体育用品及器材出口情况(单位：亿元)

图表：2019-2023年至2022年运动服装产品进口情况

图表：2019-2023年至2022年运动服装产品出口情况

图表：2019-2023年至2022年运动鞋产品进口情况

图表：2019-2023年至2022年运动鞋产品出口情况

图表：2019-2023年至2022年份球类产品进口情况

图表：2019-2023年至2022年球类产品进口情况

图表：2019-2023年至2022年份健身器材进出口情况

图表：2019-2023年至2022年份滑雪器材产品进出口情况

图表：2019-2023年至2022年其他体育用品进出口情况

图表：2022年服装产品进出口价格对比(元/套)

图表：2022年运动鞋类产品进出口价格对比(元/套)

图表：2019-2023年广东省体育用品进出口规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年浙江省体育用品进出口规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年福建省体育用品进出口规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年江苏省体育用品进出口规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年广东省体育用品进出口规模(单位：亿元)

图表：我国体育用品零售市场规模

图表：细分市场零售规模汇总

图表：2019-2023年-2022年我国运动服装产能变化情况

图表：2019-2023年-2022年我国运动服装从业者人员变化情况

图表：2019-2023年-2022年我国运动服装总资产规模变化情况

图表：2019-2023年-2022年我国运动服装产量规模变化情况

图表：2019-2023年-2022年我国运动服装市场需求变化情况

图表：2019-2023年-2022年我国运动服装细分市场规 模变化情况

图表：2019-2023年运动服装市场份额区域分布

图表：2019-2023年-2022年我国运动鞋产能变化情况

图表：2019-2023年-2022年我国运动鞋从业者人员变化情况

图表：2019-2023年-2022年我国运动鞋总资产规模变化情况

图表：2019-2023年-2022年我国运动鞋产量规模变化情况

图表：2019-2023年-2022年我国运动鞋市场需求变化情况

- 图表：2019-2023年-2022年我国运动鞋细分市场规模变化情况
- 图表：2019-2023年-2022年我国动健身器材行业市场需求变化情况
- 图表：2019-2023年-2022年我国健身器材细分市场规模变化情况
- 图表：国内训练健身器材行业竞争格局
- 图表：2019-2023年国内头部企业健身器材业务收入情况
- 图表：2019-2023年-2022年我国球类用品产能变化情况
- 图表：2019-2023年-2022年我国球类市场需求变化情况
- 图表：2019-2023年-2022年我国球类用品细分市场规模变化情况
- 图表：2019-2023年-2022年我国其他运动用品细分市场规模变化情况
- 图表：李宁企业经营情况
- 图表：安踏体育经营情况分析
- 图表：特步企业经营情况分析
- 图表：探路者企业经营情况
- 图表：金陵体育经营情况分析
- 图表：英派斯企业经营情况
- 图表：中潜股份有限公司经营情况
- 图表：2019-2023年中国体育用品产值规模(单位：亿元)
- 图表：2019-2023年中国体育用品产值规模(单位：亿元)
- 图表：2019-2023年我国体育用品销售市场规模(单位：亿元)
- 图表：2019-2023年体育运动用品行业营运能力
- 图表：2019-2023年体育运动用品行业偿债能力
- 图表：2019-2023年体育运动用品行业营运能力
- 图表：2023年-2028年，国内体育用品行业盈利能力预测(单位：亿元)
- 图表：2023年-2028年，国内体育用品行业偿债能力预测

图表：2023年-2028年，国内体育用品收益率能力预测

图表：2023年-2028年，国内体育用供给能力预测(单位：亿元)

图表：2023年-2028年，国内体育用需求能力预测(单位：亿元)

图表：2023年-2028年，国内体育用产值预测(单位：亿元)

图表：2023年-2028年，国内体育用品零售额预测(单位：亿元)

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](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20221230/311375.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)