

# 2020-2026年中国体育用品 行业分析与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国体育用品行业分析与行业竞争对手分析报告》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/202005/164857.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

体育用品行业是体育产业的重要组成部分，具体包括体育器材及配件制造、训练健身器材制造、球类制造、运动防护用具制造以及其他体育用品制造等。

随着国内居民收入水平的提高，国内体育用品市场需求快速增长;同时，国内体育用品出口规模继续保持稳定增长，带动国内体育用品行业规模不断扩大。

统计数据显示，2019年1-4月我国体育用品行业主营业务收入435.1亿元，累计同比增长5.5%;利润总额19亿元，累计同比下降17.7%。数据显示，2013-2019年我国体育用品行业收入和利润都在不断增长，五年年均复合增长率分别为7.64%和9.37%，增长十分迅速。

报告目录：

### 第一部分 产业分析篇

#### 第一章 体育用品行业发展综述

##### 1.1 体育用品行业定义及分类

###### 1.1.1 行业定义

###### 1.1.2 主要产品/服务分类

###### 1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位

##### 1.2 体育用品行业统计标准

###### 1.2.1 统计部门和统计口径

###### 1.2.2 主要统计方法介绍

###### 1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

##### 1.3 最近3-5年中国体育用品行业经济指标分析

###### 1.3.1 赢利性

###### 1.3.2 成长速度

###### 1.3.3 附加值的提升空间

###### 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

###### 1.3.5 风险性

###### 1.3.6 行业周期

###### 1.3.7 竞争激烈程度指标

###### 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

### 第二章 我国体育用品行业运行分析

- 2.1 我国体育用品行业发展状况分析
  - 2.1.1 我国体育用品行业发展阶段
  - 2.1.2 我国体育用品行业发展总体概况
  - 2.1.3 我国体育用品行业发展特点分析
  - 2.1.4 我国体育用品行业商业模式分析
- 2.2 2016-2019年体育用品行业发展现状
  - 2.2.1 2016-2019年我国体育用品行业市场规模
  - 2.2.2 2016-2019年我国体育用品行业发展分析
  - 2.2.3 2016-2019年中国体育用品企业发展分析
- 2.3 区域市场分析
  - 2.3.1 区域市场分布总体情况
  - 2.3.2 2016-2019年重点省市市场分析
- 2.4 体育用品细分产品市场分析
  - 2.4.1 细分产品/服务特色
  - 2.4.2 2016-2019年细分产品/服务市场规模及增速
  - 2.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 2.5 体育用品产品价格分析
  - 2.5.1 2016-2019年体育用品价格走势
  - 2.5.2 影响体育用品产品价格的关键因素分析
    - (1) 成本
    - (2) 供需情况
    - (3) 关联产品
    - (4) 其他
  - 2.5.3 2020-2026年体育用品产品价格变化趋势
  - 2.5.4 主要体育用品企业价位及价格策略

### 第三章 我国体育用品行业整体运行指标分析

- 3.1 中国体育用品行业总体规模分析
  - 3.1.1 企业数量结构分析
  - 3.1.2 人员规模状况分析
  - 3.1.3 行业资产规模分析
  - 3.1.4 行业市场规模分析

## 3.2 中国体育用品行业产销情况分析

### 3.2.1 我国体育用品行业产值

### 3.2.2 我国体育用品行业收入

### 3.2.3 我国体育用品行业产销率

## 3.3 中国体育用品行业财务指标总体分析

### 3.3.1 行业盈利能力分析

### 3.3.2 行业偿债能力分析

### 3.3.3 行业营运能力分析

### 3.3.4 行业发展能力分析

## 第四章 我国体育用品行业供需形势分析

### 4.1 体育用品行业供给分析

#### 4.1.1 2016-2019年体育用品行业供给规模及增速

#### 4.1.2 2020-2026年体育用品行业供给能力变化趋势

#### 4.1.3 体育用品行业区域供给分析

##### (1) 区域供给分布总体情况

##### (2) 2016-2019年重点省市供给分析

### 4.2 2016-2019年我国体育用品行业需求情况

#### 4.2.1 体育用品行业需求市场

#### 4.2.2 体育用品行业客户结构

#### 4.2.3 体育用品行业需求的地区差异

### 4.3 体育用品产品/服务市场应用及需求预测

#### 4.3.1 体育用品产品/服务应用市场总体需求分析

##### (1) 体育用品产品/服务应用市场需求特征

##### (2) 体育用品产品/服务应用市场需求总规模

#### 4.3.2 2020-2026年体育用品行业领域需求量预测

##### (1) 2020-2026年体育用品行业领域需求产品/服务功能预测

##### (2) 2020-2026年体育用品行业领域需求产品/服务市场格局预测

#### 4.3.3 2020-2026年重点行业体育用品产品/服务需求分析预测

## 第五章 我国体育用品行业进出口结构分析

### 5.1 体育用品行业进出口市场分析

### 5.1.1 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

### 5.1.2 体育用品行业出口市场分析

- (1) 2016-2019年行业出口整体情况
- (2) 2016-2019年行业出口总额分析
- (3) 2016-2019年行业出口结构分析

### 5.1.3 体育用品行业进口市场分析

- (1) 2016-2019年行业进口整体情况
- (2) 2016-2019年行业进口总额分析
- (3) 2016-2019年行业进口结构分析

## 5.2 中国体育用品进出口面临的挑战及对策

### 5.2.1 体育用品进出口面临的挑战及对策

### 5.2.2 体育用品行业进出口前景及建议

- (1) 行业出口前景及建议
- (2) 行业进口前景及建议

## 第二部分 产业结构篇

## 第六章 体育用品行业产业结构分析

### 6.1 体育用品产业结构分析

#### 6.1.1 市场细分充分程度分析

#### 6.1.2 各细分市场领先企业排名

#### 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

#### 6.1.4 领先企业的结构分析

### 6.2 产业价值链的结构分析及整体竞争优势分析

#### 6.2.1 产业价值链的构成

#### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

### 6.3 产业结构发展预测

#### 6.3.1 产业结构调整指导政策分析

#### 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

### 6.3.3 中国体育用品行业参与国际竞争的战略市场定位

### 6.3.4 产业结构调整方向分析

## 第七章 我国体育用品行业产业链分析

### 7.1 体育用品行业产业链分析

#### 7.1.1 产业链结构分析

#### 7.1.2 主要环节的增值空间

#### 7.1.3 与上下游行业之间的关联性

### 7.2 体育用品上游行业分析

#### 7.2.1 体育用品产品成本构成

#### 7.2.2 2016-2019年上游行业发展现状

#### 7.2.3 2020-2026年上游行业发展趋势

#### 7.2.4 上游供给对体育用品行业的影响

### 7.3 体育用品下游行业分析

#### 7.3.1 体育用品下游行业分布

#### 7.3.2 2016-2019年下游行业发展现状

#### 7.3.3 2020-2026年下游行业发展趋势

#### 7.3.4 下游需求对体育用品行业的影响

## 第八章 我国体育用品行业渠道分析及策略

### 8.1 体育用品行业渠道分析

#### 8.1.1 渠道形式及对比

#### 8.1.2 各类渠道对体育用品行业的影响

#### 8.1.3 主要体育用品企业渠道策略研究

#### 8.1.4 各区域主要代理商情况

### 8.2 体育用品行业用户分析

#### 8.2.1 用户认知程度分析

#### 8.2.2 用户需求特点分析

#### 8.2.3 用户购买途径分析

### 8.3 体育用品行业营销策略分析

#### 8.3.1 中国体育用品营销概况

#### 8.3.2 体育用品营销策略探讨

### 8.3.3 体育用品营销发展趋势

## 第三部分 竞争策略篇

### 第九章 我国体育用品行业竞争形势及策略

#### 9.1 行业总体市场竞争状况分析

##### 9.1.1 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

##### 9.1.2 体育用品行业企业间竞争格局分析

##### 9.1.3 体育用品行业集中度分析

##### 9.1.4 体育用品行业SWOT分析

#### 9.2 中国体育用品行业竞争格局综述

##### 9.2.1 体育用品行业竞争概况

- (1) 中国体育用品行业竞争格局
- (2) 体育用品行业未来竞争格局和特点
- (3) 体育用品市场进入及竞争对手分析

##### 9.2.2 中国体育用品行业竞争力分析

- (1) 我国体育用品行业竞争力剖析
- (2) 我国体育用品企业市场竞争的优势
- (3) 国内体育用品企业竞争能力提升途径

##### 9.2.3 体育用品市场竞争策略分析

### 第十章 体育用品行业领先企业经营形势分析

#### 10.1 企业一

##### 10.1.1 企业发展简况分析

##### 10.1.2 企业经营情况分析

##### 10.1.3 企业经营优劣势分析

#### 10.2 企业二

- 10.2.1 企业发展简况分析
- 10.2.2 企业经营情况分析
- 10.2.3 企业经营优劣势分析
- 10.3 企业三
- 10.3.1 企业发展简况分析
- 10.3.2 企业经营情况分析
- 10.3.3 企业经营优劣势分析

#### 第四部分 投资价值篇

##### 第十一章 2020-2026年体育用品行业投资前景

- 11.1 体育用品行业五年规划现状及未来预测
  - 11.1.1 “十二五”期间体育用品行业运行情况
  - 11.1.2 “十二五”规划对行业发展的影响
  - 11.1.3 体育用品行业“十三五”发展方向预测
    - (1) 体育用品行业“十三五”规划制定进展
    - (2) 体育用品行业“十三五”规划重点指导
    - (3) 体育用品行业在“十三五”规划中重点部署
    - (4) “十三五”时期体育用品行业发展方向及热点
- 11.2 2020-2026年体育用品市场发展前景
  - 11.2.1 2020-2026年体育用品市场发展潜力
  - 11.2.2 2020-2026年体育用品市场前景展望
  - 11.2.3 2020-2026年体育用品细分行业发展前景分析
- 11.3 2020-2026年体育用品市场发展趋势预测
  - 11.3.1 2020-2026年体育用品行业发展趋势
  - 11.3.2 2020-2026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
  - 11.3.3 2020-2026年体育用品行业应用趋势预测
  - 11.3.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测
- 11.4 2020-2026年中国体育用品行业供需预测
  - 11.4.1 2020-2026年中国体育用品行业供给预测
  - 11.4.2 2020-2026年中国体育用品行业需求预测

#### 11.4.3 2020-2026年中国体育用品行业供需平衡预测

### 11.5 影响企业生产与经营的关键趋势

#### 11.5.1 市场整合成长趋势

#### 11.5.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

#### 11.5.3 企业区域市场拓展的趋势

#### 11.5.4 科研开发趋势及替代技术进展

#### 11.5.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2020-2026年体育用品行业投资环境分析

### 12.1 体育用品行业政治法律环境（P）

#### 12.1.1 行业管理体制分析

#### 12.1.2 行业主要法律法规

#### 12.1.3 行业相关发展规划

#### 12.1.4 政策环境对行业的影响

### 12.2 行业经济环境分析（E）

#### 12.2.1 宏观经济形势分析

#### 12.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

### 12.3 行业社会环境分析（S）

#### 12.3.1 体育用品产业社会环境

#### 12.3.2 社会环境对行业的影响

#### 12.3.3 体育用品产业发展对社会发展的影响

### 12.4 行业技术环境分析（T）

#### 12.4.1 体育用品技术分析

##### （1）技术水平总体发展情况

##### （2）我国体育用品行业新技术研究

#### 12.4.2 体育用品技术发展水平

##### （1）我国体育用品行业技术水平所处阶段

##### （2）与国外体育用品行业的技术差距

#### 12.4.3 2019年体育用品技术发展分析

#### 12.4.4 行业主要技术发展趋势

#### 12.4.5 技术环境对行业的影响

## 第十三章 2020-2026年体育用品行业投资机会与风险

### 13.1 体育用品行业投融资情况

#### 13.1.1 行业资金渠道分析

#### 13.1.2 固定资产投资分析

#### 13.1.3 兼并重组情况分析

#### 13.1.4 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) 2019年体育用品行业投资状况回顾

##### (3) 中国体育用品行业风险投资状况

##### (4) 我国体育用品行业的投资态势

### 13.2 2020-2026年体育用品行业投资机会

#### 13.2.1 产业链投资机会

#### 13.2.2 细分市场投资机会

#### 13.2.3 重点区域投资机会

#### 13.2.4 体育用品行业投资机遇

### 13.3 2020-2026年体育用品行业投资风险及防范

#### 13.3.1 政策风险及防范

#### 13.3.2 技术风险及防范

#### 13.3.3 供求风险及防范

#### 13.3.4 宏观经济波动风险及防范

#### 13.3.5 关联产业风险及防范

#### 13.3.6 产品结构风险及防范

#### 13.3.7 其他风险及防范

### 13.4 中国体育用品行业投资建议

#### 13.4.1 体育用品行业未来发展方向

#### 13.4.2 中国体育用品企业融资分析

#### 13.4.3 建议

## 第十四章 体育用品行业发展战略研究

### 14.1 体育用品行业发展战略研究

#### 14.1.1 战略综合规划

#### 14.1.2 技术开发战略

- 14.1.3 业务组合战略
- 14.1.4 区域战略规划
- 14.1.5 产业战略规划
- 14.1.6 营销品牌战略
- 14.1.7 竞争战略规划
- 14.2 对我国体育用品品牌的战略思考
  - 14.2.1 体育用品品牌的重要性
  - 14.2.2 体育用品实施品牌战略的意义
  - 14.2.3 体育用品企业品牌的现状分析
  - 14.2.4 我国体育用品企业的品牌战略
  - 14.2.5 体育用品品牌战略管理的策略
- 14.3 体育用品经营策略分析
  - 14.3.1 体育用品市场细分策略
  - 14.3.2 体育用品市场创新策略
  - 14.3.3 品牌定位与品类规划
  - 14.3.4 体育用品新产品差异化战略
- 14.4 体育用品行业投资战略研究
  - 14.4.1 体育用品行业投资战略
  - 14.4.2 2020-2026年体育用品行业投资战略
  - 14.4.3 2020-2026年细分行业投资战略

## 第十五章 研究结论及发展建议

- 15.1 体育用品行业研究结论及建议
- 15.2 体育用品子行业研究结论及建议
- 15.3 体育用品行业发展建议
  - 15.3.1 行业发展策略建议
  - 15.3.2 行业投资方向建议
  - 15.3.3 行业投资方式建议

## 图表目录

图表1：体育用品行业生命周期

图表2：体育用品行业产业链结构

图表3：2016-2019年全球体育用品行业市场规模

图表4：2016-2019年中国体育用品行业市场规模

图表5：2016-2019年体育用品行业重要数据比较

图表6：2016-2019年中国体育用品市场占全球份额比较

图表7：2016-2019年体育用品行业工业总产值

图表8：2016-2019年体育用品行业销售收入

图表9：2016-2019年体育用品行业利润总额

图表10：2016-2019年体育用品行业资产总计

图表11：2016-2019年体育用品行业负债总计

图表12：2016-2019年体育用品行业竞争力分析

图表13：2016-2019年体育用品市场价格走势

图表14：2016-2019年体育用品行业主营业务收入

图表15：2016-2019年体育用品行业主营业务成本

图表16：2016-2019年体育用品行业销售费用分析

图表17：2016-2019年体育用品行业管理费用分析

图表18：2016-2019年体育用品行业财务费用分析

图表19：2016-2019年体育用品行业销售毛利率分析

图表20：2016-2019年体育用品行业销售利润率分析

图表21：2016-2019年体育用品行业成本费用利润率分析

图表22：2016-2019年体育用品行业总资产利润率分析

图表：2016-2019年我国智能手表进出口金额对比 39

图表：2020-2026年中国智能手表进口预测 39

图表：2020-2026年中国智能手表出口预测 40

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164857.html>