

2017-2022年中国体育用品行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国体育用品行业发展现状分析及市场供需预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/302130.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

伴随我国产业结构调整 and 升级，体育产业对经济发展的推动作用愈发突出。体育产业是现代服务业的重要组成部分，是新的经济增长点和促进社会就业的重要载体。体育产业已成为国际公认的21

世纪最具活力，是具有高渗透性、交叉性、拉动性的朝阳产业、健康产业、绿色产业。

未来体育用品行业的发展，不仅要针对不同类型消费者开辟专项的运动用品市场，还要借科技的力量不断升级运动体验，例如智能可穿戴、新材料科技等，互联网+体育便是一种尝试。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：体育用品行业总论10

1.1 中国体育用品白皮书研究范围与分类原则10

1.1.1 白皮书研究范围10

1.1.2 体育用品分类及分类原则10

1.1.3 名词解释11

1.2 体育用品行业整体发展现状11

1.2.1 体育用品行业发展概况11

1.2.2 体育用品行业进出口状况14

1.3 体育用品行业宏观环境分析16

1.3.1 国家相关政策法规对行业发展分析16

1.3.2 经济环境变化对行业发展的影响分析17

1.3.3 社会文化环境分析18

1.3.4 技术环境分析19

第2章：运动服装市场发展分析22

2.1 运动服装行业概述22

2.1.1 行业分类与定义22

2.1.2 重点产品22

2.2 运动服装行业经营情况22

- 2.2.1 行业上市企业销售规模22
- 2.2.2 行业市场竞争格局现状24
- 2.3 运动服装行业进出口分析24
 - 2.3.1 行业出口市场分析24
 - (1) 出口产品种类24
 - (2) 出口产品结构25
 - 2.3.2 行业进口市场分析26
 - (1) 进口产品种类26
 - (2) 进口产品结构26
- 2.4 行业标杆企业经营情况分析27
 - 2.4.1 耐克27
 - (1) 市场网络分布27
 - (2) 运动服销售收入29
 - 2.4.2 阿迪达斯30
 - (1) 销售网络分布30
 - (2) 营业收入构成32
 - (3) 运动服业务情况33
 - 2.4.3 彪马33
 - (1) 市场网络分布33
 - (2) 运动服业务情况35
 - 2.4.4 迪卡侬35
 - (1) 市场网络分布35
 - (2) 经营模式分析36
 - (3) 发展战略分析38
 - 2.4.5 安踏39
 - (1) 销售网络分布39
 - (2) 电子商贸渠道39
 - (3) 运动服销售收入39
 - 2.4.6 李宁40
 - (1) 销售网络分布40
 - (2) 销售收入地区结构40
 - (3) 运动服销售收入41
 - 2.4.7 特步国际42
 - (1) 销售网络分布42
 - (2) 电子商贸渠道42

- (3) 运动服销售收入42
- 2.4.8 三六一度43
 - (1) 销售网络分布43
 - (2) 运动服销售收入43
- 2.4.9 匹克体育44
 - (1) 销售网络分布44
 - (2) 销售收入地区结构45
 - (3) 运动服销售收入46
- 2.4.10 中国动向47
 - (1) 销售网络分布47
 - (2) 电子商贸渠道48
 - (3) 运动服销售收入48
- 2.4.11 飞克国际48
 - (1) 销售网络分布48
 - (2) 运动服销售收入49
- 2.4.12 美克国际50
 - (1) 销售网络分布50
 - (2) 销售收入地区结构50
 - (3) 运动服销售收入51
- 2.4.13 乔丹52
 - (1) 品牌经营简况52
 - (2) 品牌销售网络52
- 2.5 运动服行业发展前景与趋势52
- 2.5.1 行业发展前景52
 - (1) 运动服市场前景广阔52
 - (2) 童装市场潜力可持续挖掘52
- 2.5.2 行业发展趋势53
 - (1) 市场集中度将进一步提高53
 - (2) 经销商群体将进一步分化53
 - (3) 渠道和品牌服务商成为主流53
- 第3章：运动鞋市场发展分析54
- 3.1 运动鞋行业概述54
- 3.1.1 行业分类与定义54
- 3.1.2 重点产品54

- 3.2 运动鞋行业经营情况54
 - 3.2.1 行业上市企业销售规模54
 - 3.2.2 行业市场竞争格局现状56
- 3.3 运动鞋行业进出口分析56
 - 3.3.1 行业出口市场分析56
 - 3.3.2 行业进口市场分析58
- 3.4 运动鞋行业标杆企业经营情况分析59
 - 3.4.1 耐克59
 - 3.4.2 阿迪达斯60
 - 3.4.3 彪马61
 - 3.4.4 安踏62
 - 3.4.5 李宁62
 - 3.4.6 特步国际63
 - 3.4.7 三六一度63
 - 3.4.8 匹克体育64
 - 3.4.9 中国动向64
 - 3.4.10 飞克国际64
 - 3.4.11 美克国际65
 - 3.4.12 德尔惠65
- 3.5 运动鞋行业发展前景与趋势66
 - 3.5.1 街头运动群体成为重点市场66
 - 3.5.2 户外运动鞋市场更加细分66
 - 3.5.3 老年人运动鞋市场潜力依然大67

第4章：运动器材市场发展分析68

- 4.1 运动器材市场发展分析——球类制造68
 - 4.1.1 球类制造行业概述68
 - (1) 行业分类与定义68
 - (2) 重点产品68
 - 4.1.2 球类制造行业经营情况68
 - (1) 行业规模68
 - (2) 行业总体财务指标70
 - (3) 行业供需现状71
 - 4.1.3 球类制造行业进出口分析73
 - (1) 行业出口市场分析73

- (2) 行业进口市场分析74
- 4.1.4 球类制造行业发展前景预测75
- 4.2 运动器材市场发展分析——训练健身器材76
 - 4.2.1 训练健身器材行业概述76
 - (1) 行业分类与定义76
 - (2) 重点产品76
 - 4.2.2 训练健身器材行业经营情况77
 - (1) 行业规模77
 - (2) 行业总体财务指标79
 - (3) 行业供需现状80
 - 4.2.3 训练健身器材行业进出口分析82
 - (1) 行业出口市场分析82
 - (2) 行业进口市场分析83
 - 4.2.4 训练健身器材行业发展前景与趋势83
 - (1) 行业发展前景83
 - (2) 行业发展趋势84

第5章：个人运动防护用品市场发展分析86

- 5.1 个人运动防护用品行业主要产品86
- 5.2 个人运动防护用品行业经营情况86
 - 5.2.1 行业规模86
 - (1) 企业数量86
 - (2) 行业资产87
 - 5.2.2 行业总体财务指标88
 - (1) 偿债能力88
 - (2) 盈利能力88
 - (3) 运营能力88
 - (4) 发展能力89
 - 5.2.3 行业供需现状89
 - (1) 行业供给情况89
 - (2) 行业需求情况90
 - (3) 行业产销率分析91
- 5.3 个人运动防护用品行业发展前景预测91

第6章：户外用品市场发展分析92

- 6.1 户外用品行业主要产品92
- 6.2 户外用品行业经营情况93
 - 6.2.1 行业发展概况93
 - 6.2.2 户外用品结构94
 - (1) 户外用品产品类别情况94
 - (2) 户外用品投入偏好情况94
 - 6.2.3 户外用品销售渠道95
 - (1) 各类销售渠道数量95
 - (2) 各类销售渠道销售额96
 - 6.2.4 户外用品品牌格局97
 - (1) 行业品牌整体情况97
 - (2) 行业市场集中度98
- 6.3 户外用品行业标杆企业经营情况99
 - 6.3.1 企业营销渠道分析99
 - 6.3.2 企业产品销售分析100
 - 6.3.3 企业经营效益分析100
- 6.4 户外用品行业发展前景与趋势102
 - 6.4.1 户外用品行业发展将日趋成熟102
 - 6.4.2 本土户外品牌加快二三线市场布局102
 - 6.4.3 户外用品电商业务向全渠道模式发展102

第7章：2017-2022年体育用品行业发展趋势及前景预测103

- 7.1 体育用品行业发展趋势与机遇103
 - 7.1.1 体育用品行业发展趋势103
 - (1) 行业竞争加剧，面临二次洗牌103
 - (2) 体育用品企业发力电子商务103
 - (3) 体育用品实现智能化104
 - (4) 户外市场争夺升级104
 - 7.1.2 体育用品行业发展机遇104
 - (1) 政策机遇104
 - (2) 赛事机遇105
 - (3) 新兴市场机遇105
 - 7.1.3 体育用品行业发展风险105
 - (1) 内部结构风险105
 - (2) 管理人才风险106

- (3) 国际竞争风险106
- 7.2 体育用品行业发展前景及建议106
 - 7.2.1 体育用品行业前景预测106
 - (1) 政策前景106
 - (2) 需求前景107
 - (3) 渠道前景107
 - 7.2.2 体育用品行业发展建议107

图表目录

- 图表1：体育用品第一层分类简图10
 - 图表2：主要财务名词公式11
 - 图表3：2012-2016年中国体育用品行业增加值及其增长率（单位：亿元，%）12
 - 图表4：2012-2016年中国体育用品行业细分市场销售收入情况（单位：亿元，%）13
 - 图表5：2012-2016年中国体育用品行业增加值占GDP比重（单位：%）13
 - 图表6：2012-2016年中国体育用品进出口状况表（单位：万美元，%）15
 - 图表7：2012-2016年中国体育用品行业出口产品类型结构比较（单位：%）15
 - 图表8：2012-2016年中国体育用品行业进口产品类型结构比较（单位：%）16
 - 图表9：2011-2016年中国GDP实际增速与体育用品增加值增速对比图（单位：%）17
 - 图表10：截至2015年年末中国人口数及其构成（单位：万人，%）18
 - 图表11：2000-2015年中国体育用品行业专利申请量（单位：件）19
 - 图表12：2000-2015年中国体育用品行业专利公开量（单位：件）20
 - 图表13：截至2015年底中国体育用品行业相关专利类型构成（单位：%）20
 - 图表14：截至2015年底我国体育用品行业热门专利分布领域（单位：件）21
 - 图表15：2010-2016年中国运动服行业国内上市企业运动服销售收入统计（单位：亿元）23
 - 图表16：2011-2016年中国运动服行业国内上市企业运动服销售收入情况（单位：万元，%）23
 - 图表17：中国运动服市场竞争格局简析24
- 更多图表见正文.....