

2021-2026年中国体育用品市场深度评估及行业投资前景咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国体育用品市场深度评估及行业投资前景咨询报告》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/channel/cosmetics/662837.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

体育用品，就是在进行体育教育、竞技运动和身体锻炼的过程中所使用到的所有物品的统称。

随着社会的发展，生活水平的提高，人们越来越意识到健康和运动的重要性。根据国家体育总局的全面健身计划，到2020全国将会有40%的人口积极参加各类体育活动。这些因素将会推动国内体育用品市场在未来几年内继续保持高速发展。

这些健身场所和设施的建设大大改善了城乡群众的健身环境，带动了群众健身组织的建设和健身活动的开展。将全民健身运动的普及到乡村和社区。

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：

第一章 体育用品行业概述

1.1 体育用品行业概念和分类

1.1.1 体育用品概念

1.1.2 体育用品分类

1.2 体育用品行业产业链分析

1.2.1 上游产业分析

1.2.2 产业价值关系

1.2.3 下游消费市场

第二章 2016-2020年中国体育产业发展现状综合分析

2.1 中国体育产业发展现状

2.1.1 产业发展地位

2.1.2 体育场地建设

2.1.3 产业发展综况

2.1.4 产业发展规模

2.1.5 产业结构分析

2.2 中国体育产业信息化发展分析

2.2.1 信息技术对产业的影响

2.2.2 产业信息化发展的意义

2.2.3 产业信息化发展的要点

2.2.4 数字化体育发展现状

2.2.5 信息化促进产业变革

2.2.6产业信息化发展建议

2.3中国体育产业商业化运作模式分析

2.3.1实施商业化运作模式的必要性

2.3.2产业商业化运作机制分析

2.3.3推动产业商业化运作的策略

2.4中国体育产业发展问题分析

2.4.1体育产业发展存在的障碍

2.4.2体育产业发展面临的挑战

2.4.3城市体育产业发展的问题

2.4.4产业发展的其他制约因素

2.5中国体育产业发展策略分析

2.5.1产业发展对策建议

2.5.2产业结构优化策略

2.5.3城市体育产业策略

2.5.4产业创新发展途径

2.5.5产业可持续发展策略

第三章 2016-2020年体育用品行业发展环境

3.1经济环境

3.1.1国际宏观经济

3.1.2宏观经济概况

3.1.3对外经济分析

3.1.4工业运行情况

3.1.5宏观经济展望

3.2政策环境

3.2.1体育产业规划

3.2.2促进体育消费

3.2.3全民健身计划

3.2.4中国制造20

3.3社会环境

3.3.1人口结构分析

3.3.2居民收入水平

3.3.3居民消费水平

3.3.4全民健身意识

第四章 2016-2020年体育用品行业发展分析

4.1 2016-2020年国外体育用品市场发展状况

4.1.1全球市场现状

4.1.2法国市场状况

4.1.3英国市场分析

4.1.4美国市场规模

4.1.5俄罗斯市场

4.2 2016-2020年中国体育用品市场运行分析

4.2.1行业发展规模

4.2.2行业集中度

4.2.3出厂价格指数

4.2.4市场竞争状况

4.2.5企业经营对比

4.2.6企业专利竞争

4.2.7波特五力模型

4.3中国体育用品行业进出口市场分析

4.3.1市场进出口规模

4.3.2进出口产品结构

4.3.3市场内外销比例

4.4中国体育用品产业集群分析

4.4.1产业集群发展简况

4.4.2产业集群特征分析

4.4.3产业集群发展作用

4.4.4产业集群发展阻力

4.4.5产业集群发展对策

4.5中国体育用品产业存在的问题及发展对策

4.5.1企业规模小

4.5.2缺乏知名品牌

4.5.3加大科技投入

4.5.4集群化发展道路

第五章 2016-2020年中国文教、体育和娱乐用品制造所属行业财务状况

5.1中国文教、体育和娱乐用品制造所属行业经济规模

5.1.1制造业销售规模

5.1.2制造业利润规模

5.1.3制造业资产规模

5.2中国文教、体育和娱乐用品制造所属行业盈利能力指标分析

5.2.1制造业销售毛利率

5.2.2成本费用利润率

5.2.3制造业销售利润率

5.3中国文教、体育和娱乐用品制造所属行业营运能力指标分析

5.3.1应收账款周转率

5.3.2流动资产周转率

5.3.3总资产周转率

5.4中国文教、体育和娱乐用品制造所属行业偿债能力指标分析

5.4.1资产负债率

5.4.2利息保障倍数

5.5中国文教、体育和娱乐用品制造所属行业财务状况综合评价

第六章 2016-2020年健身器材行业发展分析

6.1全球健身器材行业发展概况

6.1.1全球健身器材市场分析

6.1.2美国健身器材产业分析

6.1.3欧洲品牌布局中国市场

6.2 2016-2020年中国健身器材行业运行状况

6.2.1行业发展阶段

6.2.2行业产业链分析

6.2.3行业发展规模

6.2.4行业销售收入

6.2.5市场出口状况

6.2.6生产企业状况

6.3 2016-2020年中国智慧健身器材市场发展分析

6.3.1智慧健身系统基本描述

6.3.2智慧健身器材发展热点

6.3.3智慧健身器材制造变革

6.3.4智慧健身器材行业机遇

6.4中国健身器材市场营销分析

6.4.1行业经营特征分析

6.4.2行业营销模式解析

6.4.3行业营销渠道模式

6.4.4营销渠道发展难题

6.4.5产品生命周期策略

6.4.6市场营销策略建议

第七章 2016-2020年中国运动鞋服市场发展综合分析

7.1中国运动鞋服市场发展状况

7.1.1行业发展历程

7.1.2市场发展状况

7.1.3企业竞争格局

7.1.4企业发展动态

7.2“中国制造2025”背景下运动鞋服制造业发展分析

7.2.1行业发展基础

7.2.2行业发展机遇

7.2.3行业面临困难

7.2.4行业发展路径

7.3 2016-2020年中国运动服市场运行状况

7.3.1市场发展回顾

7.3.2市场发展规模

7.3.3市场消费状况

7.3.4品牌企业分析

7.3.5市场规模预测

7.3.6行业发展趋势

7.4 2016-2020年中国运动鞋市场运行状况

7.4.1市场发展回顾

7.4.2市场运营状况

7.4.3品牌企业分析

7.4.4市场消费状况

7.4.5市场规模预测

7.4.6市场发展趋势

第八章 2016-2020年中国智能可穿戴运动设备市场分析

8.1智能可穿戴设备市场总体发展状况

8.1.1产业链分析

8.1.2市场规模分析

8.1.3区域市场分布

8.1.4市场发展趋势

8.1.5技术升级路径

8.2智能可穿戴运动设备市场分析

8.2.1全球市场分析

8.2.2市场发展机遇

8.2.3品牌竞争格局

8.2.4市场发展状况

8.2.5市场拓展模式

8.2.6发展问题及对策

8.2.7市场规模预测

8.3智能可穿戴运动设备用户市场调查分析

8.3.1区域分布状况

8.3.2性别分布状况

8.3.3年龄分布状况

8.3.4学历分布状况

8.3.5消费偏好分布

8.3.6消费影响因素

第九章 2016-2020年中国其他体育用品行业发展分析

9.1户外用品

9.1.1户外用品概述

9.1.2市场销售规模

9.1.3市场品牌格局

9.1.4市场销售渠道

9.1.5市场发展潜力

9.1.6市场规模预测

9.1.7行业发展趋势

9.2球类产品

9.2.1球类产品概述

9.2.2市场发展规模

9.2.3市场需求分析

9.2.4市场出口状况

9.3运动护具

9.3.1运动护具概述

9.3.2运动护具特点

9.3.3市场发展规模

第十章 中国体育用品市场零售渠道分析

10.1体育用品零售渠道发展现状

10.1.1单一品牌连锁店

10.1.2店中店销售模式

10.1.3专业连锁店营销

10.2体育用品零售渠道存在的问题

10.2.1 实体零售渠道问题

10.2.2 店中店营销的问题

10.2.3 网上店铺假货泛滥

10.3 体育用品零售渠道的发展建议

10.3.1 优化实体店零售营销模式

10.3.2 推动店中店营销渠道专业化

10.3.3 加强网络产品营销的监管

第十一章 国外体育用品重点企业经营状况

11.1 耐克

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 经营状况

11.2 阿迪达斯

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 企业经营状况

11.3 彪马

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 企业经营状况

11.4 美津浓

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 经营状况

第十二章 中国体育用品重点企业经营状况

12.1 李宁

12.1.1 企业发展概况

12.1.2 经营效益分析

12.1.3 业务经营分析

12.1.4 财务状况分析

12.2 安踏

12.2.1 企业发展概况

12.2.2 经营效益分析

12.2.3 业务经营分析

12.2.4 财务状况分析

12.3 特步

12.3.1 企业发展概况

12.3.2 经营效益分析

12.3.3 业务经营分析

12.3.4财务状况分析

12.4 361°

12.4.1企业发展概况

12.4.2经营效益分析

12.4.3业务经营分析

12.4.4财务状况分析

12.5贵人鸟

12.5.1企业发展概况

12.5.2经营效益分析

12.5.3业务经营分析

12.5.4财务状况分析

第十三章 2021-2026年中国体育用品行业投资分析及发展前景预测

13.1中国体育用品行业投资潜力（AKZJH）

13.1.1行业投资环境

13.1.2行业投资动态

13.1.3行业投资机遇

13.2中国体育用品行业发展趋势

13.2.1转型升级态势

13.2.2行业发展机遇

13.2.3行业发展趋势

13.3 2021-2026年中国体育用品行业预测分析

13.3.1体育用品行业影响因素

13.3.2体育用品行业规模预测

13.3.3体育用品行业销售收入预测

13.3.4 2021-2026年中国体育用品收入规模预测

图表目录：

图表：2016-2020年中国体育用品所属行业销售收入及增长率变化趋势

图表：2016-2020年体育用品所属行业集中度

图表：2016-2020年全国体育用品制造所属行业工业生产者出厂价格指数

图表：2016-2020年中国体育用品所属行业进出口规模

图表：2016-2020年中国体育用品所属行业出口产品类型结构比较

图表：2016-2020年中国体育用品所属行业进口产品类型结构比较

图表：2016-2020年中国体育用品所属行业内外销比例

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/cosmetics/662837.html>