

2017-2022年中国体育用品 行业全景调研及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国体育用品行业全景调研及投资方向研究报告》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.abaogao.com/b/wenhuatiyu/V81894C6SP.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

体育用品（sports goods；sports requisites），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。

体育用品一词和体育一词的出现是紧密相连的。体育，其英文本是physical education，指的是以身体活动为手段的教育，直译为身体的教育，简称为体育。我国体育历史悠久，但“体育”却是一个外来词。它最早见于20世纪初的清末。1902年左右，一些在日本留学的学生从日本传来了“体育”这一术语。随着西方文化不断涌入我国，学校体育的内容也从单一的体操向多元化发展，课堂上出现了篮球、田径、足球、网球、棒球等。

体育用品业是体育产业的一个重要组成部分，它包括体育用品制造业和体育用品销售业，而体育健身娱乐业、体育竞赛表演业、体育培训业和体育中介业等体育服务行业的发展都离不开体育用品业的赞助和支持。

鉴于体育有专业性和业余性；娱乐性和竞技性；医疗性体育和一般性锻炼体育；社会体育和群众体育的区别，根据体育自身不同的特点和用途它可分为：

- 1、健身器材、器械；跑步机，踏步机等。
- 2、校园体育器材：鞍马、铅球、标枪、跳高、起跑器、实心球、发令枪等
- 3、康体器材、器械；握力器、臂力器等。
- 4、竞赛项目用品；如：足球、篮球、排球、乒乓球、网球、棒球、垒球、壁球、保龄球、台球、高尔夫球，以及围棋、象棋、扑克，等各种项目用品。
- 5、运动护具；如滑雪镜、护腕护膝、防护眼镜、骑行镜、篮球眼镜等。
- 6、运动服饰；如运动手套、运动鞋、袜，运动服装、运动帽，运动饰品等。
- 7、户外运动休闲用品；如帐篷、睡袋、折椅、登山包、运动手表、望远镜等。
- 8、体育场馆；如场地设施、场馆设施、游乐场设施、场馆灯光、音响等。
- 9、其它体育用品；如运动营养品、运动饮料、纪念品、奖杯、奖牌、体育书报、体育杂志、体育音像制品等。
- 10.家用系列：跑步机，简易篮球，踏步机，仰卧起坐器等。其中体育器械一般是指：有某种专门用途的或构造较精密的器具。如跑步机、杠铃。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国体育用品行业全景调研及投资方向研究报告》共七章。首先介绍了体育用品相关概念及发展环境，接着分析了中国体育用品规模及消费需求，然后对中国体育用品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国体育用品面临的机遇及发展前景。您若想对中国体育用品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不

可或缺的重要工具。

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 2016年体育用品行业总论

第一节 中国体育用品白皮书研究范围与分类原则

一、白皮书研究范围

二、体育用品分类及分类原则

三、名词解释

第二节 体育用品行业整体发展现状

一、体育用品行业发展概况

二、体育用品行业进出口状况

第三节 体育用品行业宏观环境分析

一、国家相关政策法规对行业发展分析

二、经济环境变化对行业发展的影响分析

三、社会文化环境分析

四、技术环境分析

第二章 2016年运动服装市场发展分析

第一节 运动服装行业概述

一、行业分类与定义

二、重点产品

第二节 运动服装行业经营情况

一、行业上市企业销售规模

二、行业市场竞争格局现状

第三节 运动服装行业进出口分析

一、行业出口市场分析

1、出口产品种类

2、出口产品结构

二、行业进口市场分析

1、进口产品种类

2、进口产品结构

第四节 行业标杆企业经营情况分析

一、耐克

1、市场网络分布

2、运动服销售收入

二、阿迪达斯

1、销售网络分布

2、营业收入构成

3、运动服业务情况

三、彪马

1、市场网络分布

2、运动服业务情况

四、迪卡侬

1、市场网络分布

2、经营模式分析

3、发展战略分析

五、安踏

1、销售网络分布

2、电子商贸渠道

3、运动服销售收入

六、李宁

1、销售网络分布

2、销售收入地区结构

3、运动服销售收入

七、特步国际

1、销售网络分布

2、电子商贸渠道

3、运动服销售收入

八、三六一度

1、销售网络分布

2、运动服销售收入

九、匹克体育

1、销售网络分布

2、销售收入地区结构

3、运动服销售收入

十、中国动向

1、销售网络分布

2、电子商贸渠道

3、运动服销售收入

第五节 运动服行业发展前景与趋势

一、行业发展前景

1、运动服市场前景广阔

2、童装市场潜力可持续挖掘

二、行业发展趋势

1、市场集中度将进一步提高

2、经销商群体将进一步分化

3、渠道和品牌服务商成为主流

第三章 2016年运动鞋市场发展分析

第一节 运动鞋行业概述

一、行业分类与定义

二、重点产品

第二节 运动鞋行业经营情况

一、行业上市企业销售规模

二、行业市场竞争格局现状

第三节 运动鞋行业进出口分析

一、行业出口市场分析

二、行业进口市场分析

第四节 运动鞋行业标杆企业经营情况分析

一、耐克

二、阿迪达斯

三、彪马

- 四、安踏
- 五、李宁
- 六、特步国际
- 七、三六一度
- 八、匹克体育
- 九、中国动向
- 十、飞克国际

第五节 运动鞋行业发展前景与趋势

- 一、街头运动群体成为重点市场
- 二、户外运动鞋市场更加细分
- 三、老年人运动鞋市场潜力依然大

第四章 2016年运动器材市场发展分析

第一节 运动器材市场发展分析——球类制造

一、球类制造行业概述

1、行业分类与定义

2、重点产品

二、球类制造行业经营情况

1、行业规模

2、行业总体财务指标

3、行业供需现状

三、球类制造行业进出口分析

1、行业出口市场分析

2、行业进口市场分析

四、球类制造行业发展前景预测

第二节 运动器材市场发展分析——训练健身器材

一、训练健身器材行业概述

1、行业分类与定义

2、重点产品

二、训练健身器材行业经营情况

1、行业规模

2、行业总体财务指标

3、行业供需现状

三、训练健身器材行业进出口分析

1、行业出口市场分析

2、行业进口市场分析

四、训练健身器材行业发展前景与趋势

1、行业发展前景

2、行业发展趋势

第五章 2016年个人运动防护用品市场发展分析

第一节 个人运动防护用品行业主要产品

第二节 个人运动防护用品行业经营情况

一、行业规模

1、企业数量

2、行业资产

二、行业总体财务指标

1、偿债能力

2、盈利能力

3、运营能力

4、发展能力

三、行业供需现状

1、行业供给情况

2、行业需求情况

3、行业产销率分析

第三节 个人运动防护用品行业发展前景预测

第六章 2016年户外用品市场发展分析

第一节 户外用品行业主要产品

第二节 户外用品行业经营情况

一、行业发展概况

二、户外用品结构

1、户外用品产品类别情况

2、户外用品投入偏好情况

三、户外用品销售渠道

- 1、各类销售渠道数量
- 2、各类销售渠道销售额

四、户外用品品牌格局

- 1、行业品牌整体情况
- 2、行业市场集中度

第三节 户外用品行业标杆企业经营情况

- 一、企业营销渠道分析
- 二、企业产品销售分析
- 三、企业经营效益分析

第四节 户外用品行业发展前景与趋势

- 一、户外用品行业发展将日趋成熟
- 二、本土户外品牌加快二三线市场布局
- 三、户外用品电商业务向全渠道模式发展

第七章 2017-2022年体育用品行业发展趋势及前景预测（ZY ZM）

第一节 体育用品行业发展趋势与机遇

- 一、体育用品行业发展趋势
 - 1、行业竞争加剧，面临二次洗牌
 - 2、体育用品企业发力电子商务
 - 3、体育用品实现智能化
 - 4、户外市场争夺升级
- 二、体育用品行业发展机遇
 - 1、政策机遇
 - 2、赛事机遇
 - 3、新兴市场机遇
- 三、体育用品行业发展风险
 - 1、内部结构风险
 - 2、管理人才风险
 - 3、国际竞争风险

第二节 体育用品行业发展前景及建议

- 一、体育用品行业前景预测

- 1、政策前景
- 2、需求前景
- 3、渠道前景

二、体育用品行业发展建议

图表目录：

图表1：体育用品第一层分类简图

图表2：主要财务名词公式

图表3：2016年中国体育用品行业增加值及其增长率（单位：亿元，%）

图表4：2016年中国体育用品行业细分市场销售收入情况（单位：亿元，%）

图表5：2016年中国体育用品行业增加值占GDP比重（单位：%）

图表6：2016年中国体育用品进出口状况表（单位：万美元，%）

图表7：2016年中国体育用品行业出口产品类型结构比较（单位：%）

图表8：2016年中国体育用品行业进口产品类型结构比较（单位：%）

图表9：2016年中国GDP实际增速与体育用品增加值增速对比图（单位：%）

图表10：截至2016年中国人口数及其构成（单位：万人，%）

图表11：2000-2016年中国体育用品行业专利申请量（单位：件）

图表12：2000-2016年中国体育用品行业专利公开量（单位：件）

图表13：截至2016年中国体育用品行业相关专利类型构成（单位：%）

图表14：截至2016年我国体育用品行业热门专利分布领域（单位：件）

图表15：2016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）

图表16：2016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，%）

图表17：中国运动服市场竞争格局简析

图表18：2016年中国运动服装行业出口产品种类情况（单位：万件，万套，万美元）

图表19：2016年VS2015年中国运动服装行业出口产品结构（单位：%）

图表20：2016年中国运动服装行业进口产品种类情况（单位：件/套，万美元）

图表21：2016年VS2015年中国运动服装行业进口产品结构（单位：%）

图表22：2016年耐克品牌美国零售店铺数量变化情况（单位：家）

图表23：2016年耐克品牌非美国零售店铺数量变化情况（单位：家）

图表24：2016年耐克公司各市场业务收入占比情况（单位：%）

图表25：2016年耐克品牌服装业务收入情况（单位：百万美元，%）

图表26：2016年耐克公司各市场服装销售收入情况（单位：百万美元）

图表27：2016年阿迪达斯在全球的生产合作厂商地区分布（单位：%）

图表28：2016年阿迪达斯在全球各市场的批发业务收入及占比情况（单位：百万欧元，%）

图表29：2016年阿迪达斯在全球各市场的批发+零售业务总收入及占比情况（单位：百万欧元，%）

图表30：2016年阿迪达斯在全球各市场的零售业务收入及占比情况（单位：百万欧元，%）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/V81894C6SP.html>