

2020-2026年中国体育用品 市场前景展望与市场全景评估报告

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

《2020-2026年中国体育用品市场前景展望与市场全景评估报告》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/W91894771T.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

随着我国体育用品行业的市场规模不断扩大，众多企业家纷纷涌入市场的潮流当中，竞争越来越激烈。从行业的企业家数量来看，从2011年的850家增长至2017年的1096家，增加了246家，初步估算2018年达到1141家。2011-2018年中国体育用品行业企业家数量及增长变化

从2018年前三季度阿里线上销售数据来看，阿里运动服和运动鞋销售量实现同比增长分别为4.2%和6.6%，销售额同比增长分别为5.4%和5.7%。2018年前三季度体育用品行业阿里线上销售同比增长

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国体育用品市场前景展望与市场全景评估报告》共十五章。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：

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球体育用品行业发展分析

第一节 国际体育用品行业发展轨迹综述

一、国际体育用品行业发展历程

二、国际体育用品行业发展面临的问题

三、国际体育用品行业技术发展现状及趋势

第二节 世界体育用品行业市场情况

一、2018年世界体育用品产业发展现状

二、2018年国际体育用品产业发展态势

三、2018年国际体育用品行业研发动态

四、2018年全球体育用品行业挑战与机会

第三节 部分国家地区体育用品行业发展状况

一、2018年美国体育用品行业发展分析

- 二、2018年欧洲体育用品行业发展分析
- 三、2018年日本体育用品行业发展分析
- 四、2018年韩国体育用品行业发展分析

第二章 我国体育用品行业发展现状

第一节 中国体育用品行业发展概述

- 一、中国体育用品行业发展历程
- 二、中国体育用品行业发展面临问题
- 三、中国体育用品行业技术发展现状及趋势

第二节 我国体育用品行业发展状况

- 一、中国体育用品行业发展回顾
- 二、2018年体育用品行业发展情况分析
- 三、2018年我国体育用品市场特点分析
- 四、2018年我国体育用品市场发展分析

第三节 中国体育用品行业供需分析

- 一、2018年中国体育用品市场供给总量分析
- 二、2018年中国体育用品市场供给结构分析
- 三、2018年中国体育用品市场需求总量分析
- 四、2018年中国体育用品市场需求结构分析
- 五、2018年中国体育用品市场供需平衡分析

第三章 中国体育用品行业经济运行分析

第一节 2018年体育用品行业运行情况分析

- 一、2018年体育用品行业经济指标分析
- 二、2018年体育用品行业收入前十家企业

第二节 2018年体育用品行业产量分析

第三节 2018年体育用品行业进出口分析

- 一、2018年体育用品行业进口总量
- 二、2018年体育用品行业出口总量
- 三、2020-2026年体育用品进出口态势展望

第四章 中国体育用品行业区域市场分析

第一节 华北地区体育用品行业分析

一、2017-2019年行业发展现状分析

二、2017-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

第二节 东北地区体育用品行业分析

一、2017-2019年行业发展现状分析

二、2017-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

第三节 华东地区体育用品行业分析

一、2017-2019年行业发展现状分析

二、2017-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

第四节 华南地区体育用品行业分析

一、2017-2019年行业发展现状分析

二、2017-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

第五节 华中地区体育用品行业分析

一、2017-2019年行业发展现状分析

二、2017-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

第六节 西南地区体育用品行业分析

一、2017-2019年行业发展现状分析

二、2017-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

第七节 西北地区体育用品行业分析

一、2017-2019年行业发展现状分析

- 二、2017-2019年市场规模情况分析
- 三、2020-2026年市场需求情况分析
- 四、2020-2026年行业发展前景预测

第五章 体育用品行业投资与发展前景分析

第一节 2018年体育用品行业投资情况分析

- 一、2018年总体投资结构
- 二、2018年投资规模情况
- 三、2018年投资增速情况
- 四、2018年分行业投资分析
- 五、2018年分地区投资分析

第二节 体育用品行业投资机会分析

- 一、体育用品投资项目分析
- 二、可以投资的体育用品模式
- 三、2018年体育用品投资机会
- 四、2018年体育用品细分行业投资机会
- 五、2020-2026年体育用品投资新方向

第三节 体育用品行业发展前景分析

- 一、体育用品市场发展前景分析
- 二、我国体育用品市场蕴藏的商机
- 三、2020-2026年体育用品市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第六章 体育用品行业竞争格局分析

第一节 体育用品行业集中度分析

- 一、体育用品市场集中度分析
- 二、体育用品企业集中度分析
- 三、体育用品区域集中度分析

第二节 体育用品行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析

- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析
- 第三节 体育用品行业竞争格局分析
 - 一、2018年体育用品行业竞争分析
 - 二、2018年中外体育用品竞争分析
 - 三、我国体育用品市场集中度分析
 - 四、2020-2026年国内主要体育用品企业动向

第七章 2017-2019年中国体育用品行业发展形势分析

第一节 体育用品行业发展概况

- 一、体育用品行业发展特点分析
- 二、体育用品行业投资现状分析
- 三、体育用品行业总产值分析
- 四、体育用品行业技术发展分析

第二节 2017-2019年体育用品行业市场情况分析

- 一、体育用品行业市场发展分析
- 二、体育用品市场存在的问题
- 三、体育用品市场规模分析

第三节 2017-2019年体育用品产销状况分析

- 一、体育用品产量分析
- 二、体育用品产能分析
- 三、体育用品市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

- 一、产品发展新动态
- 二、技术新动态
- 三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第八章 中国体育用品所属行业整体运行指标分析

第一节 2017-2019年中国体育用品所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析

第二节 2017-2019年中国体育用品所属行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析2012-2018年中国体育用品行业销售收入及增长变化

第三节 2017-2019年中国体育用品所属行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第九章 体育用品行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2017-2019年体育用品原材料价格走势

二、2017-2019年体育用品行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2017-2019年体育用品行业产销情况

二、2017-2019年体育用品行业库存情况

三、2017-2019年体育用品行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2017-2019年体育用品行业价格走势

二、2017-2019年体育用品行业营业收入情况

三、2017-2019年体育用品行业毛利率情况

四、2017-2019年体育用品行业赢利能力

五、2017-2019年体育用品行业赢利水平

六、2020-2026年体育用品行业赢利预测

第十章 体育用品行业盈利能力分析

第一节 2017-2019年中国体育用品行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2017-2019年中国体育用品行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2017-2019年中国体育用品行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2017-2019年中国体育用品行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十一章 体育用品重点企业发展分析

第一节 耐克公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业发展战略

第二节 阿迪达斯集团

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业发展战略

第三节 李宁有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业发展战略

第四节 安踏公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业发展战略

第五节 青岛双星股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业发展战略

第六节 鸿星尔克集团

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业发展战略

第四部分 投资策略与风险预警

第十二章 体育用品行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业SWOT分析
- 四、行业五力模型分析

第三节 体育用品行业投资效益分析

- 一、2017-2019年体育用品行业投资状况
- 二、2017-2019年体育用品行业投资效益
- 三、2020-2026年体育用品行业投资方向
- 四、2020-2026年体育用品行业投资建议

第四节 体育用品行业投资策略研究

- 一、2020-2026年体育用品行业投资策略
- 二、2020-2026年体育用品细分行业投资策略

第十三章 体育用品行业投资风险预警

第一节 影响体育用品行业发展的主要因素

- 一、影响体育用品行业运行的有利因素
- 二、影响体育用品行业运行的稳定因素
- 三、影响体育用品行业运行的不利因素
- 四、我国体育用品行业发展面临的挑战

五、我国体育用品行业发展面临的机遇

第二节 体育用品行业投资风险预警

- 一、2020-2026年体育用品行业市场风险预测
- 二、2020-2026年体育用品行业政策风险预测
- 三、2020-2026年体育用品行业经营风险预测
- 四、2020-2026年体育用品行业技术风险预测
- 五、2020-2026年体育用品行业竞争风险预测
- 六、2020-2026年体育用品行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十四章 体育用品行业发展趋势分析

第一节 2020-2026年中国体育用品市场趋势分析

- 一、2017-2019年我国体育用品市场趋势总结
- 二、2020-2026年我国体育用品发展趋势分析

第二节 2020-2026年体育用品发展趋势分析

- 一、2020-2026年体育用品技术趋势分析
- 二、2020-2026年体育用品价格趋势分析

第三节 2020-2026年中国体育用品行业供需预测

- 一、2020-2026年中国体育用品供给预测
- 二、2020-2026年中国体育用品需求预测
- 三、2020-2026年中国体育用品价格预测

第四节 2020-2026年体育用品行业规划建议

- 一、2020-2026年体育用品行业整体规划
- 二、2020-2026年体育用品行业发展预测
- 三、2020-2026年体育用品行业规划建议

第十五章 体育用品企业管理策略建议（ ）

第一节 市场策略分析

- 一、体育用品价格策略分析
- 二、体育用品渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高体育用品企业竞争力的策略

- 一、提高中国体育用品企业核心竞争力的对策
- 二、体育用品企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响体育用品企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高体育用品企业竞争力的策略

第四节 对我国体育用品品牌的战略思考

- 一、体育用品实施品牌战略的意义
- 二、体育用品企业品牌的现状分析
- 三、我国体育用品企业的品牌战略
- 四、体育用品品牌战略管理的策略

图表目录：

- 图表：2017-2019年中国体育用品行业市场规模
- 图表：2017-2019年全球体育用品产业市场规模
- 图表：2017-2019年体育用品重要数据指标比较
- 图表：2017-2019年中国体育用品行业销售情况分析
- 图表：2017-2019年中国体育用品行业利润情况分析
- 图表：2017-2019年中国体育用品行业资产情况分析
- 图表：2017-2019年中国体育用品竞争力分析
- 图表：2020-2026年中国体育用品市场价格走势预测
- 图表：2020-2026年中国体育用品发展前景预测
- 图表：2017-2019年体育用品行业销售成本分析
- 图表：2017-2019年体育用品行业销售费用分析
- 图表：2017-2019年体育用品行业管理费用分析
- 图表：2017-2019年体育用品行业财务费用分析
- 图表：2017-2019年体育用品行业销售及利润分析
- 图表：2017-2019年体育用品行业销售毛利率分析
- 图表：2017-2019年体育用品行业销售利润率分析
- 图表：2017-2019年体育用品行业成本费用利润率分析
- 图表：2017-2019年体育用品行业总资产利润率分析

图表：2017-2019年体育用品行业资产分析

图表：2017-2019年体育用品行业负债分析

图表：2017-2019年体育用品行业偿债能力分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/W91894771T.html>