

2021-2027年中国体育用品 行业深度分析与市场前景预测报告

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

《2021-2027年中国体育用品行业深度分析与市场前景预测报告》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/N03827LXZ4.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国体育用品行业深度分析与市场前景预测报告》共十三章。首先介绍了体育用品行业市场发展环境、体育用品整体运行态势等，接着分析了体育用品行业市场运行的现状，然后介绍了体育用品市场竞争格局。随后，报告对体育用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了体育用品行业发展趋势与投资预测。您若想对体育用品产业有个系统的了解或者想投资体育用品行业，本报告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 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 2015-2019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 2015-2019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2025

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 2015-2019年体育用品行业发展分析

4.1 2015-2019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 2015-2019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 “一带一路”背景下中国体育用品企业国际竞争力分析

4.5.1 “一带一路”为企业带来机遇

4.5.2 “一带一路”为企业带来挑战

4.5.3 “一带一路”下企业发展对策

4.6 中国体育用品产业存在的问题及发展对策

4.6.1 企业规模小

4.6.2 缺乏知名品牌

4.6.3 加大科技投入

4.6.4 集群化发展道路

第五章 2015-2019年中国文教、体育和娱乐用品制造行业财务状况

5.1 中国文教、体育和娱乐用品制造行业经济规模

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行业财务状况综合评价

第六章 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 (NIKE, Inc.)
- 11.1.1 企业发展概况
- 11.1.2 经营状况
- 11.2 阿迪达斯 (ADIDAS GROUP)
- 11.2.1 企业发展概况
- 11.2.2 企业经营状况
- 11.3 彪马 (PUMA)
- 11.3.1 企业发展概况
- 11.3.2 企业经营状况
- 11.4 美津浓 (Mizuno)
- 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 2021-2027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

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 2021-2027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

2019-2022年中国体育用品收入规模预测

部分图表目录：

图表：2015-2019年中国体育用品行业销售收入及增长率变化趋势

图表：2015-2019年体育用品行业集中度

图表：2015-2019年全国体育用品制造业工业生产者出厂价格指数

图表：2015-2019年中国体育用品行业进出口规模

图表：2015-2019年中国体育用品行业出口产品类型结构比较

图表：2015-2019年中国体育用品行业进口产品类型结构比较

图表：2015-2019年中国体育用品行业内外销比例

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/N03827LXZ4.html>