

中国体育用品行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国体育用品行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2022-2029年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/569378.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

体育用品是指在进行体育教育、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，体育相关产业也随之发展。为了提高全民族身体素质和健康水平，应对人民群众日益增长的体育健身需求，政府发布了一系列体育用品行业相关政策，构建良好的体育健身环境。如：2021年，国务院发布《全民健身计划（2021—2025年）》，提到加大全民健身场地设施供给。新建或改扩建2000个以上体育公园、全民健身中心、公共体育场馆等健身场地设施，补齐5000个以上乡镇（街道）全民健身场地器材，配建一批群众滑冰场，数字化升级改造1000个以上公共体育场馆。

2016-2021年国家层面体育用品行业相关政策汇总

时间

部门

政策

内容

2021年7月

国务院

《全民健身计划（2021—2025年）》

加大全民健身场地设施供给。新建或改扩建2000个以上体育公园、全民健身中心、公共体育场馆等健身场地设施，补齐5000个以上乡镇（街道）全民健身场地器材，配建一批群众滑冰场，数字化升级改造1000个以上公共体育场馆。

2020年1月

体育总局办公厅

《2020年全国体育政策法规规划工作要点》

研究起草加强对全国性体育协会行业监管和业务指导等方面的政策性文件。组织并指导体育总局相关部门和单位做好群众体育、竞技体育、体育产业、体育社团、反兴奋剂教育管理等方面规章、规范性文件制定工作。

2019年9月

国务院办公厅

《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》

鼓励各地采取灵活多样的市场化手段促进体育消费，丰富群众性体育赛事活动、优化参赛体验。推动公共体育场馆延长开放时间，鼓励开发健身产品、提供体育培训服务。

2019年09月

国务院办公厅

《体育强国建设纲要》

支持体育用品研发设计、生产制造和示范应用，引导企业加大自主研发和科技成果转化力度，开发科技含量高、拥有自主知识产权的产品，支持可穿戴运动设备和智能运动装备的研发与制造，显著提升体育用品供给能力。打造一批具有国际竞争力的知名体育企业和具有国际影响力的自主体育品牌，支持优势企业、优势品牌和优势项目“走出去”。

2019年1月

体育总局、发展改革委

《进一步促进体育消费的行动计划（2019—2020年）》

持续推动体育用品消费。鼓励体育用品制造企业加大研发投入，提升产品科技含量和个性化设计水平，结合可穿戴式设备、虚拟现实技术、物联网管理平台等，研发多样化、智能化的体育产品，更好满足群众不断升级的消费需求。完善中国冰雪产业联盟，研制《冰雪装备器材产业发展行动计划》。

2018年08月

国家发展改革委、民航局

《关于促进通用机场有序发展的意见》

强化通用航空与旅游、体育等新消费融合，在世界自然文化遗产、国家级旅游度假区、4A级及以上景区、国家体育产业示范基地等布局通用机场，发展以大众消费为核心的通用航空旅游和航空体育产品。

2018年12月

体育总局

《重点实验室管理办法》

合理布局竞技体育、全民健身和体育产业方面的重点实验室，提出重点领域、优先选题和重大专项；

2017年11月

体育总局

《体育标准化管理办法》

体育标准包括赛事、产业、装备、等级等内容，按照标准适用范围分类，分为国家标准、行业标准、地方标准、团体标准和企业标准。按照标准的法律约束力分类，体育国家标准分为强制性标准和推荐性标准。其他标准均为推荐性标准。

2017年8月

体育总局

《全民健身指南》

主要包括体育健身活动效果、运动能力测试与评价、体育健身活动原则、体育健身活动指导方案等内容。现代大量研究成果证实，经常参加体育健身活动可以有效地增强体质防治疾病、提高学习和工作效率。

2017年3月

国务院

《关于落实<政府工作报告>重点工作部门分工的意见》

做好冬奥会、冬残奥会筹办工作，统筹群众体育、竞技体育、体育产业发展，广泛开展全民健身，使更多人享受运动快乐、拥有健康体魄。

2016年10月

国务院办公厅

《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》

优化健身休闲服务业、器材装备制造业及相关产业结构，着力提升服务业比重。实施健身服务精品工程，打造一批优秀健身休闲俱乐部、场所和品牌活动。支持企业创建和培育自主品牌，提升健身休闲器材装备的附加值和软实力。

2016年8月

国务院

《“十三五”国家科技创新规划》

加强文化设施空间与服务的技术研发应用,促进公共文化资源开放共享。开展竞技体育和体育装备关键技术研发与示范,促进全民健康水平提高和体育产业发展。

2016年6月

国务院

《全民健身计划（2016—2020年）》

全民健身的教育、经济和社会等功能充分发挥,与各项社会事业互促发展的局面基本形成,体育消费总规模达到1.5万亿元,全民健身成为促进体育产业发展、拉动内需和形成新的经济增长点的动力源。

资料来源：观研天下整理（YZX）

观研报告网发布的《中国体育用品行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2022-2029年）》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中

国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国体育用品行业发展概述

第一节体育用品行业发展情况概述

一、体育用品行业相关定义

二、体育用品行业基本情况介绍

三、体育用品行业发展特点分析

四、体育用品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、体育用品行业需求主体分析

第二节中国体育用品行业生命周期分析

一、体育用品行业生命周期理论概述

二、体育用品行业所属的生命周期分析

第三节体育用品行业经济指标分析

一、体育用品行业的赢利性分析

二、体育用品行业的经济周期分析

三、体育用品行业附加值的提升空间分析

第二章2018-2022年全球体育用品行业市场发展现状分析

第一节全球体育用品行业发展历程回顾

第二节全球体育用品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲体育用品行业地区市场分析

一、亚洲体育用品行业市场现状分析

二、亚洲体育用品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲体育用品行业市场前景分析

第四节北美体育用品行业地区市场分析

- 一、北美体育用品行业市场现状分析
- 二、北美体育用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美体育用品行业市场前景分析

第五节欧洲体育用品行业地区市场分析

- 一、欧洲体育用品行业市场现状分析
- 二、欧洲体育用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲体育用品行业市场前景分析

第六节2022-2029年世界体育用品行业分布走势预测

第七节2022-2029年全球体育用品行业市场规模预测

第三章 中国体育用品行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对体育用品行业的影响分析

第三节中国体育用品行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对体育用品行业的影响分析

第五节中国体育用品行业产业社会环境分析

第四章 中国体育用品行业运行情况

第一节中国体育用品行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节中国体育用品行业市场规模分析

- 一、影响中国体育用品行业市场规模的因素
- 二、中国体育用品行业市场规模
- 三、中国体育用品行业市场规模解析

第三节中国体育用品行业供应情况分析

一、中国体育用品行业供应规模

二、中国体育用品行业供应特点

第四节中国体育用品行业需求情况分析

一、中国体育用品行业需求规模

二、中国体育用品行业需求特点

第五节中国体育用品行业供需平衡分析

第五章 中国体育用品行业产业链和细分市场分析

第一节中国体育用品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、体育用品行业产业链图解

第二节中国中国体育用品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对体育用品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对体育用品行业的影响分析

第三节我国体育用品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章2018-2022年中国体育用品行业市场竞争分析

第一节中国体育用品行业竞争要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二节中国体育用品行业竞争现状分析

一、中国体育用品行业竞争格局分析

二、中国体育用品行业主要品牌分析

第三节中国体育用品行业集中度分析

一、中国体育用品行业市场集中度影响因素分析

二、中国体育用品行业市场集中度分析

第七章2018-2022年中国体育用品行业模型分析

第一节中国体育用品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国体育用品行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国体育用品行业SWOT分析结论

第三节中国体育用品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章2018-2022年中国体育用品行业需求特点与动态分析

第一节中国体育用品行业市场动态情况

第二节中国体育用品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节体育用品行业成本结构分析

第四节体育用品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国体育用品行业价格现状分析

第六节中国体育用品行业平均价格走势预测

一、中国体育用品行业平均价格趋势分析

二、中国体育用品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国体育用品行业所属行业运行数据监测

第一节 中国体育用品行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国体育用品行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国体育用品行业所属行业财务指标分析

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

第十章 2018-2022年中国体育用品行业区域市场现状分析

第一节 中国体育用品行业区域市场规模分析

影响体育用品行业区域市场分布的因素

中国体育用品行业区域市场分布

第二节 中国华东地区体育用品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区体育用品行业市场分析

(1) 华东地区体育用品行业市场规模

(2) 华南地区体育用品行业市场现状

(3) 华东地区体育用品行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区体育用品行业市场分析

(1) 华中地区体育用品行业市场规模

(2) 华中地区体育用品行业市场现状

(3) 华中地区体育用品行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区体育用品行业市场分析

(1) 华南地区体育用品行业市场规模

(2) 华南地区体育用品行业市场现状

(3) 华南地区体育用品行业市场规模预测

第五节华北地区体育用品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区体育用品行业市场分析

(1) 华北地区体育用品行业市场规模

(2) 华北地区体育用品行业市场现状

(3) 华北地区体育用品行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区体育用品行业市场分析

(1) 东北地区体育用品行业市场规模

(2) 东北地区体育用品行业市场现状

(3) 东北地区体育用品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区体育用品行业市场分析

(1) 西南地区体育用品行业市场规模

(2) 西南地区体育用品行业市场现状

(3) 西南地区体育用品行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区体育用品行业市场分析

(1) 西北地区体育用品行业市场规模

(2) 西北地区体育用品行业市场现状

(3) 西北地区体育用品行业市场规模预测

第十一章 体育用品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章2022-2029年中国体育用品行业发展前景分析与预测

第一节中国体育用品行业未来发展前景分析

- 一、体育用品行业国内投资环境分析
- 二、中国体育用品行业市场机会分析
- 三、中国体育用品行业投资增速预测

第二节中国体育用品行业未来发展趋势预测

第三节中国体育用品行业规模发展预测

- 一、中国体育用品行业市场规模预测
- 二、中国体育用品行业市场规模增速预测
- 三、中国体育用品行业产值规模预测
- 四、中国体育用品行业产值增速预测
- 五、中国体育用品行业供需情况预测

第四节中国体育用品行业盈利走势预测

第十三章2022-2029年中国体育用品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国体育用品行业进入壁垒分析

一、体育用品行业资金壁垒分析

二、体育用品行业技术壁垒分析

三、体育用品行业人才壁垒分析

四、体育用品行业品牌壁垒分析

五、体育用品行业其他壁垒分析

第二节体育用品行业风险分析

一、体育用品行业宏观环境风险

二、体育用品行业技术风险

三、体育用品行业竞争风险

四、体育用品行业其他风险

第三节中国体育用品行业存在的问题

第四节中国体育用品行业解决问题的策略分析

第十四章2022-2029年中国体育用品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国体育用品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国体育用品行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节体育用品行业营销策略分析

一、体育用品行业产品营销

二、体育用品行业定价策略

三、体育用品行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/569378.html>