

# 2016-2022年中国体育器材行业市场调查及十三五 发展商机研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国体育器材行业市场调查及十三五发展商机研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/239581239581.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

体育器材行业是体育用品行业的重要子行业之一，是竞技体育比赛和健身锻炼所使用的各种器械、装备及用品的总称，具体包括球类器材、田径器材、举重器材等。

国内体育器材制造产业化生产起步于上世纪 80 年代，行业发展初期，由于企业生产规模较小、技术水平较低并缺少自主品牌，行业内大部分企业利用国内生产成本相对较低的竞争优势，更多地为国际知名厂商“委托加工”或“贴牌生产”。随着我国经济快速发展及居民收入的显著提高，国内体育器材制造业市场规模发展迅速，技术研发实力及自主品牌影响力不断提高，但行业整体仍面临市场竞争激烈、中小型企业众多、产品技术含量相对较低、品牌影响力较弱等不足部分行业领先企业抓住行业发展机遇，不断加大技术研发、自主品牌建设和市场渠道开拓力度，技术水平及品牌影响力逐步接近或达到国际知名厂商，在国内体育器材行业市场份额明显提高，并逐步参与到体育器材行业的国际市场竞争中。

随着居民体育健身需求的增加及体育赛事举办增多，国内体育器材行业市场规模不断扩大。根据中国文教体育用品协会统计，2014 年，国内体育器材行业内规模以上企业收入规模为 351.45 亿元，较 2011 年增长 26.00%，体育器材市场规模保持稳定增长。

中国报告网发布的《2016-2022年中国体育器材行业市场调查及十三五发展商机研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。

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。

### 【报告大纲】

第一章 体育器材产业概述

第一节 体育器材产业定义

第二节 体育器材产业发展历程

第三节 体育器材分类情况

第四节 体育器材产业链分析

第二章 中国体育器材行业发展环境分析

## 第一节 体育器材行业经济环境分析

### 一、经济发展现状分析

### 二、经济发展主要问题

### 三、未来经济政策分析

## 第二节 体育器材行业政策环境分析

### 一、体育器材行业相关政策

### 二、体育器材行业相关标准

## 第三节 体育器材行业技术环境分析

## 第三章 中国体育器材行业市场供需状况分析

### 第一节 中国体育器材市场规模情况

### 第二节 中国体育器材行业盈利情况分析

### 第三节 中国体育器材市场需求状况

#### 一、2010-2015年体育器材市场需求情况

#### 二、体育器材行业市场需求特点分析

#### 三、2016-2022年体育器材市场需求预测

### 第四节 中国体育器材行业市场供给状况

#### 一、2010-2015年体育器材市场供给情况

#### 二、体育器材行业市场供给特点分析

#### 三、2016-2022年体育器材市场供给预测

### 第五节 体育器材行业市场供需平衡状况

#### 一、总供给

#### 二、总需求

#### 三、供需平衡

## 第四章 体育器材行业技术发展现状及趋势

### 第一节 当前我国体育器材技术发展现状

### 第二节 中外体育器材技术差距及产生差距的主要原因分析

### 第三节 提高我国体育器材技术的对策

### 第四节 我国体育器材产品研发、设计发展趋势

## 第五章 中国体育器材行业进出口情况分析

### 第一节 体育器材行业出口情况

#### 一、2010-2015年体育器材行业出口情况

#### 三、2016-2022年体育器材行业出口情况预测

### 第二节 体育器材行业进口情况

#### 一、2010-2015年体育器材行业进口情况

#### 三、2016-2022年体育器材行业进口情况预测

### 第三节 体育器材行业进出口面临的挑战及对策

## 第六章 2010-2015年中国体育器材行业重点区域发展分析

- 一、中国体育器材行业重点区域市场结构变化
- 二、东北地区体育器材行业发展分析
- 三、华北地区体育器材行业发展分析
- 四、中部地区体育器材行业发展分析
- 五、华东地区体育器材行业发展分析
- 六、西部地区体育器材行业发展分析

## 第七章 体育器材行业上、下游市场分析

### 第一节 体育器材行业上游

- 一、行业发展现状
- 二、行业集中度分析
- 三、行业发展趋势预测

### 第二节 体育器材行业下游

- 一、关注因素分析
- 二、需求特点分析

## 第八章 体育器材行业竞争格局分析

### 第一节 体育器材行业集中度分析

- 一、体育器材市场集中度分析
- 二、体育器材企业集中度分析
- 三、体育器材区域集中度分析

### 第二节 体育器材行业竞争格局分析

- 一、2015年体育器材行业竞争分析
- 二、2015年中外体育器材产品竞争分析
- 三、2010-2015年中国体育器材市场竞争分析
- 四、2016-2022年国内主要体育器材企业动向

## 第九章 中国体育器材行业重点企业竞争力分析

### 第一节 体育器材企业

- 一、企业概况
- 二、企业主营产品
- 三、体育器材企业经营状况
- 四、体育器材企业发展策略

### 第二节 体育器材领先企业

- 一、企业概况

## 二、企业主营产品

### 三、体育器材企业经营状况

### 四、体育器材企业发展策略

## 第三节 体育器材代表企业

### 一、企业概况

### 二、企业主营产品

### 三、体育器材企业经营状况

### 四、体育器材企业发展策略

## 第四节 体育器材标杆企业

### 一、企业概况

### 二、企业主营产品

### 三、体育器材企业经营状况

### 四、体育器材企业发展策略

## 第五节 体育器材重点企业

### 一、企业概况

### 二、企业主营产品

### 三、体育器材企业经营状况

### 四、体育器材企业发展策略

## 第六节 体育器材重点企业

### 一、企业概况

### 二、企业主营产品

### 三、体育器材企业经营状况

### 四、体育器材企业发展策略

## 第七节 体育器材重点企业

### 一、企业概况

### 二、企业主营产品

### 三、体育器材企业经营状况

### 四、体育器材企业发展策略

## 第八节 体育器材重点企业

### 一、企业概况

### 二、企业主营产品

### 三、体育器材企业经营状况

### 四、体育器材企业发展策略

## 第九节 体育器材重点企业

### 一、企业概况

## 二、企业主营产品

## 三、体育器材企业经营状况

## 四、体育器材企业发展策略

### 第十节 体育器材重点企业

#### 一、企业概况

#### 二、企业主营产品

#### 三、体育器材企业经营状况

#### 四、体育器材企业发展策略

### 第十章 体育器材企业发展策略分析

#### 第一节 体育器材市场策略分析

##### 一、体育器材价格策略分析

##### 二、体育器材渠道策略分析

#### 第二节 体育器材销售策略分析

##### 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 提高体育器材企业竞争力的策略

##### 一、提高中国体育器材企业核心竞争力的对策

##### 二、体育器材企业提升竞争力的主要方向

##### 三、影响体育器材企业核心竞争力的因素及提升途径

##### 四、提高体育器材企业竞争力的策略

#### 第四节 对我国体育器材品牌的战略思考

##### 一、体育器材实施品牌战略的意义

##### 二、体育器材企业品牌的现状分析

##### 三、我国体育器材企业的品牌战略

##### 四、体育器材品牌战略管理的策略

### 第十一章 体育器材行业发展因素与投资风险分析预测

#### 第一节 影响体育器材行业发展主要因素分析

##### 一、2014年影响体育器材行业发展的不利因素

##### 二、2014年影响体育器材行业发展的稳定因素

##### 三、2014年影响体育器材行业发展的有利因素

##### 四、2014年我国体育器材行业发展面临的机遇

##### 五、2014年我国体育器材行业发展面临的挑战

#### 第二节 体育器材行业投资风险分析预测

##### 一、2016-2022年体育器材行业市场风险分析预测

二、2016-2022年体育器材行业政策风险分析预测

三、2016-2022年体育器材行业技术风险分析预测

四、2016-2022年体育器材行业竞争风险分析预测

五、2016-2022年体育器材行业管理风险分析预测

六、2016-2022年体育器材行业其他风险分析预测

第十二章 体育器材行业投资情况与发展前景分析

第一节 2015年体育器材行业投资情况分析

一、2015年体育器材总体投资结构

二、2015年体育器材投资规模情况

三、2015年体育器材投资增速情况

四、2015年体育器材分地区投资分析

第二节 体育器材行业投资机会分析

一、体育器材投资项目分析

二、可以投资的体育器材模式

三、2016年体育器材投资机会

四、2016年体育器材投资新方向

第三节 体育器材行业发展前景分析

一、2016年体育器材市场的发展前景

二、2016年体育器材市场面临的发展商机

第十三章 体育器材市场预测及项目投资建议

第一节 中国体育器材行业生产、营销企业投资运作模式分析

第二节 体育器材行业外销与内销优势分析

第三节 2016-2022年中国体育器材行业市场规模第一节增长趋势

第四节 2016-2022年中国体育器材行业投资规模预测

第五节 2016-2022年体育器材行业市场盈利预测

第六节 体育器材行业项目投资建议

一、体育器材技术应用注意事项

二、体育器材项目投资注意事项

三、体育器材生产开发注意事项

四、体育器材销售注意事项

图表目录（部分）：

图表：体育器材产业链分析图

图表：2010-2015年中国体育器材行业市场规模及增长情况分析

图表：2010-2015年中国体育器材行业供给及增长情况

图表：2010-2015年中国体育器材市场需求及增长情况



图表：近三年体育器材行业重点企业经营情况分析

图表：2016-2022年中国体育器材市场规模预测

图表：2016-2022年中国体育器材行业集中度预测

图表：2016-2022年中国体育器材行业市场需求预测

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/239581239581.html>