

2021年中国乒乓球市场分析报告- 市场供需现状与投资商机研究

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《2021年中国乒乓球市场分析报告-市场供需现状与投资商机研究》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/wentibangong/541854541854.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

2021年5月6日“直通WTT大满贯·世乒赛”暨奥运模拟赛在河南新乡结束，这次模拟比赛国乒奥运组合许昕/刘诗雯在混双1/4决赛爆冷出局，无缘四强。中国乒协主席刘国梁在赛后发表了看法，认为他们输在心态变化，准备不足和轻敌。对于球迷建议更换其他混双组合参加东京奥运会，刘国梁简单地回应：“换不掉！”并且国乒教练组表示仍然对他们充满信心，这对组合是国乒目前在混双项目上综合实力最强的。

乒乓球作为我国的国球，有着深厚的群众基础，是一种大家喜闻乐见的体育运动，它可以锻炼身体、调节心理、增强凝聚力，并且对场地要求低且容易上手。

据数据可知，2015年-2020年我国乒乓球市场规模总体保持增长趋势。从158亿元增长至232亿元，增长了74亿元。预计截至2021年年末我国乒乓球市场规模将达到254亿元。

2015年-2021年我国乒乓球市场规模及预测情况 资料来源：公开资料整理

随着我国经济的高速发展，人们越发注重身体健康和体育锻炼，体育产业的发展与经济建设也日益密切。而作为我国“国球”——乒乓球因群众基础广泛，参与较高，市场有待进一步开发。而国民经济的发展预示着普通大众有更多的时间、精力投入到体育锻炼中。据数据可知，2015年-2020年我国人均收入持续增长，从21966元增长至32189元，增长了10223元。

2015年-2020年我国人均可支配收入增长情况 资料来源：公开资料整理

近年来我国注重体育运动产业，出台多项政策助推发展。而乒乓球产业作为我国“国球”备受全民喜爱，可见在体育产业蓬勃发展的背景下，乒乓球产业加速发展。

2019年9月国务院办公厅发布《体育强国建设纲要》关于加强全民健身场地设施建设的要求，推动将全民健身场地设施建设纳入“十四五”国民经济和社会发展规划，明确“十四五”城乡全民健身场地设施建设任务。会同国家发展改革委组织实施全民健身提升工程，推进智慧健身设施建设。

我国体育运动产业相关政策梳理

发布时间

政策名称

发布机构

主要内容

2016年6月

《全民健身计划（2016—2020年）》印

国务院

提出要树立以参与体育健身、拥有强健体魄为荣的个人发展理念，营造良好舆论氛围。引导发挥体育健身对形成健康文明生活方式的作用，树立人人爱锻炼、会锻炼、勤锻炼、重规则、讲诚信、争贡献、乐分享的良好社会风尚。

2019年9月

《体育强国建设纲要》

国务院办公厅

关于加强全民健身场地设施建设的要求，推动将全民健身场地设施建设纳入“十四五”国民经济和社会发展规划，明确“十四五”城乡全民健身场地设施建设任务。会同国家发展改革委组织实施全民健身提升工程，推进智慧健身设施建设。

2020年10月

《国务院办公厅关于加强全民健身场地设施建设发展群众体育的意见》

国务院办公厅

加强健身设施建设、发展群众体育，更好地满足群众的健身需求，是各级人民政府应履行的重要公共服务职能，是贯彻落实全民健身国家战略、推进健康中国建设、加快建设体育强国的必然要求。资料来源：公开资料整理（wz）

观研报告网发布的《2021年中国乒乓球市场分析报告-市场供需现状与投资商机研究》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 2017-2021年中国乒乓球行业发展概述

第一节 乒乓球行业发展情况概述

- 一、乒乓球行业相关定义
- 二、乒乓球行业基本情况介绍
- 三、乒乓球行业发展特点分析
- 四、乒乓球行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、乒乓球行业需求主体分析

第二节 中国乒乓球行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、乒乓球行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国乒乓球行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国乒乓球行业生命周期分析

- 一、乒乓球行业生命周期理论概述
- 二、乒乓球行业所属的生命周期分析

第四节 乒乓球行业经济指标分析

- 一、乒乓球行业的赢利性分析
- 二、乒乓球行业的经济周期分析
- 三、乒乓球行业附加值的提升空间分析

第五节 中国乒乓球行业进入壁垒分析

- 一、乒乓球行业资金壁垒分析
- 二、乒乓球行业技术壁垒分析
- 三、乒乓球行业人才壁垒分析
- 四、乒乓球行业品牌壁垒分析
- 五、乒乓球行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球乒乓球行业市场发展现状分析

第一节 全球乒乓球行业发展历程回顾

第二节 全球乒乓球行业市场区域分布情况

第三节 亚洲乒乓球行业地区市场分析

一、亚洲乒乓球行业市场现状分析

二、亚洲乒乓球行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲乒乓球行业市场前景分析

第四节 北美乒乓球行业地区市场分析

一、北美乒乓球行业市场现状分析

二、北美乒乓球行业市场规模与市场需求分析

三、北美乒乓球行业市场前景分析

第五节 欧洲乒乓球行业地区市场分析

一、欧洲乒乓球行业市场现状分析

二、欧洲乒乓球行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲乒乓球行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界乒乓球行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球乒乓球行业市场规模预测

第三章 中国乒乓球产业发展环境分析

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、全社会消费品乒乓球总额

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 中国乒乓球行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国乒乓球产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国乒乓球行业运行情况

第一节 中国乒乓球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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国乒乓球行业市场规模分析

第三节 中国乒乓球行业供应情况分析

第四节 中国乒乓球行业需求情况分析

第五节 我国乒乓球行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国乒乓球行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国乒乓球行业供需平衡分析

第八节 中国乒乓球行业发展趋势分析

第五章 中国乒乓球所属行业运行数据监测

第一节 中国乒乓球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 中国乒乓球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 中国乒乓球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

第六章 2017-2021年中国乒乓球市场格局分析

第一节 中国乒乓球行业竞争现状分析

- 一、中国乒乓球行业竞争情况分析
- 二、中国乒乓球行业主要品牌分析

第二节 中国乒乓球行业集中度分析

- 一、中国乒乓球行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国乒乓球行业市场集中度分析

第三节 中国乒乓球行业存在的问题

第四节 中国乒乓球行业解决问题的策略分析

第五节 中国乒乓球行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国乒乓球行业需求特点与动态分析

第一节 中国乒乓球行业消费市场动态情况

第二节 中国乒乓球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 乒乓球行业成本结构分析

第四节 乒乓球行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国乒乓球行业价格现状分析

第六节 中国乒乓球行业平均价格走势预测

- 一、中国乒乓球行业价格影响因素
- 二、中国乒乓球行业平均价格走势预测
- 三、中国乒乓球行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国乒乓球行业区域市场现状分析

第一节 中国乒乓球行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区乒乓球市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区乒乓球市场规模分析
- 四、华东地区乒乓球市场规模预测

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、华中地区乒乓球市场规模分析
- 四、华中地区乒乓球市场规模预测

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、华南地区乒乓球市场规模分析
- 四、华南地区乒乓球市场规模预测

第九章 2017-2021年中国乒乓球行业竞争情况

第一节 中国乒乓球行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国乒乓球行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国乒乓球行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 乒乓球行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国乒乓球行业发展前景分析与预测

第一节 中国乒乓球行业未来发展前景分析

一、乒乓球行业国内投资环境分析

二、中国乒乓球行业市场机会分析

三、中国乒乓球行业投资增速预测

第二节 中国乒乓球行业未来发展趋势预测

第三节 中国乒乓球行业市场发展预测

一、中国乒乓球行业市场规模预测

二、中国乒乓球行业市场规模增速预测

三、中国乒乓球行业产值规模预测

四、中国乒乓球行业产值增速预测

五、中国乒乓球行业供需情况预测

第四节 中国乒乓球行业盈利走势预测

一、中国乒乓球行业毛利润同比增速预测

二、中国乒乓球行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国乒乓球行业投资风险与营销分析

第一节 乒乓球行业投资风险分析

一、乒乓球行业政策风险分析

二、乒乓球行业技术风险分析

三、乒乓球行业竞争风险

四、乒乓球行业其他风险分析

第二节 乒乓球行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国乒乓球行业发展战略及规划建议

第一节 中国乒乓球行业品牌战略分析

一、乒乓球企业品牌的重要性

二、乒乓球企业实施品牌战略的意义

三、乒乓球企业品牌的现状分析

四、乒乓球企业的品牌战略

五、乒乓球品牌战略管理的策略

第二节 中国乒乓球行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国乒乓球行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国乒乓球行业发展策略及投资建议

第一节 中国乒乓球行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国乒乓球行业营销渠道策略

- 一、乒乓球行业渠道选择策略
- 二、乒乓球行业营销策略

第三节 中国乒乓球行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国乒乓球行业重点投资区域分析
- 二、中国乒乓球行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/541854541854.html>