

2022年中国休闲运动器材市场分析报告- 行业调研与未来趋势研究

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《2022年中国休闲运动器材市场分析报告-行业调研与未来趋势研究》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568297.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

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），休闲运动器材行业属于“C24文教、工美、体育和娱乐用品制造业”；

根据《国民经济行业分类和代码表（按第1号修改单修订）》（GB/T4754-2017），休闲运动器材行业属于大类“C24文教、工美、体育和娱乐用品制造业”中的“C2443健身器材制造”。

1、行业主管部门及监管体制

体育行业的主管部门为国家体育总局、国家发改委、国家市场监督管理总局、商务部和海关总署。国家体育总局主要负责起草并督促实施体育产业发展的相关法规政策及推动多元化体育服务体系建设等；国家发改委及各地分支机构主要负责管理行业项目备案审批；国家市场监督管理总局主要负责产品质量的监督管理。

中国体育用品业联合会、中国文教体育用品协会、全国体育用品标准化技术委员会和中国轻工业联合会是体育用品行业的自律性管理机构。中国体育用品业联合会主要负责扩大体育用品行业的国际合作和信息交流，发布行业信息数据及体育用品标准化认证等工作；中国文教体育用品协会主要负责提出有关行业经济技术政策和立法等方面的意见和建议，制订行业发展规划以及发布行业信息等；全国体育用品标准化技术委员会主要负责全国性体育标准化工作的技术工作组织以及我国体育技术领域的标准化技术工作等；中国轻工业联合会主要负责组织开展收集、分析、研究和发布行业信息，参与制订行业规划以及参与制订、修订国家标准和行业标准等。

2、行业主要法律法规及政策

休闲运动器材行业所涉及的法律法规、产业政策和指导意见主要包括如下几类内容：

（1）法律法规

序号

生效时间

法律法规

发布机构

有关内容

1

2016年11月7日

《中华人民共和国体育法》（2016年修订）

全国人民代表大会常务委员会

我国发展体育事业，促进社会主义物质文明和精神文明建设的法律

2

2018年12月29日

《中华人民共和国产品质量法》（2018年修订）

全国人民代表大会常务委员会

我国加强产品质量的监管，提高产品质量等方面的法律

3

2017年11月5日

《中华人民共和国海关法》（2017年修正）

全国人民代表大会常务委员会

我国加强海关监督管理，促进对外经济贸易等方面的法律

4

2014年12月1日

《中华人民共和国安全生产法》（2014年修正）

全国人民代表大会常务委员会

我国加强安全生产，防止和减少生产安全事故方面的法律

资料来源：观研天下整理

（2）行业政策文件

序号

发布时间

产业政策、指导意见

发布机构

有关内容

1

2021年7月18日

《国务院关于印发全民健身计划（2021—2025年）的通知》

国务院

加快体育强国建设，构建更高水平的全民健身公共服务体系；到2025年，经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%，带动全国体育产业总规模达到5万亿元。

2

2021年3月25日

关于印发《加快培育新型消费实施方案》的通知

国家发展改革委等28部门

大力发展智能体育，加快新一代信息技术和高端智能制造利用，打造集合健身指导、技能培训等融合互通的体育产业新业态，推动体育设施智能化、信息化建设。

3

2021年3月13日

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》

第十三届全国人民代表大会

建设体育强国；广泛开展全民健身运动，增强人民体质；推动健康关口前移，深化体教融合、体卫融合、体旅融合；扩大体育消费，发展健身休闲、户外运动等体育产业。

4

2021年1月18日

《青岛市人民政府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实施意见》（青政办字[2021]1号）

青岛市人民政府办公厅

到2022年，全市体育产业总规模达到750亿元，体育产业增加值占全市GDP比重达到2.2%

。

5

2019年9月4日

《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》（国办发[2019]43号）

国务院办公厅

强化体育产业要素保障，激发市场活力和消费热情，推动体育产业成为国民经济支柱性产业

。

6

2019年8月10日

《国务院办公厅关于印发体育强国建设纲要的通知》（国办发[2019]40号）

国务院办公厅

到2035年，体育产业更大、更活、更优，成为国民经济支柱性产业；到2050年，全面建成社会主义现代化体育强国。

7

2019年7月9日

《健康中国行动（2019-2030年）》

健康中国行动推进委员会

促进以治病为中心向以人民健康为中心转变，倡导科学运动，提高人民健康水平。

8

2017年12月1日

《山东省全民健身条例》

山东省人民代表大会常务委员会办公厅

各级人民政府应当支持科学技术研究开发机构、高等学校、企业等开展全民健身科学研究，推广全民健身新项目、新方法、新器材、新材料。

9

2017年3月16日

《国务院办公厅关于进一步激发社会领域投资活力的意见》（国办发[2017]21号）

国务院办公厅

鼓励各地扶持体育运动装备、文化装备、教学装备等制造业发展，强化产需对接、加强产品研发、打造产业集群，更好支撑社会领域相关产业发展。

10

2016年11月21日

《山东省人民政府关于印发山东省全民健身实施计划（2016-2020年）的通知》（鲁政发[2016]29号）

山东省人民政府

加快发展健身服务等产业，提高服务业比重，优化产业结构。打造一批国家级和省级体育产业基地，拉长产业链条，形成聚集效应。

11

2016年11月20日

《关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见》（国办发[2016]85号）

国务院办公厅

大力促进体育消费，出台促进体育与旅游融合发展的指导意见。

12

2016年10月28日

《国务院办公厅关于加快发展健身休闲产业的指导意见》（国办发[2016]77号）

国务院办公厅

到2025年，基本形成布局合理、功能完善、门类齐全的健身休闲产业发展格局，健身休闲产业总规模达到3万亿元。

13

2016年10月25日

《中共中央国务院关于印发〈健康中国2030规划纲要〉的通知》（中发[2016]23号）

中共中央、国务院

积极发展健身休闲运动产业。到2030年建立起体系完整、结构优化的健康产业体系，形成一批具有较强创新能力和国际竞争力的大型企业，成为国民经济支柱性产业。

14

2016年7月14日

《体育产业发展“十三五”规划》

国家体育总局

引导体育用品制造企业转型升级，鼓励企业通过海外并购、合资合作、联合开发等方式，提升高端器材装备的本土化水平。支持体育类企业积极参与高新技术企业认定，提高关键技术

和产品的自主创新能力，打造一批具有自主知识产权的体育用品知名品牌。

15

2016年6月15日

《国务院关于印发全民健身计划（2016—2020年）的通知》（国发[2016]37号）

国务院

充分发挥全民健身对体育产业的推动作用，扩大与全民健身相关的体育健身休闲活动、体育用品及相关产品制造和销售等体育产业规模，使健身服务业在体育产业中所占比重不断提高。

16

2016年5月5日

《体育发展“十三五”规划》（体政字[2014]37号）

国家体育总局

进一步优化体育服务业、体育用品制造业及相关产业结构，实施体育服务业精品工程、体育用品制造业创新提升工程和体育产业融合发展工程。

17

2016年2月6日

《全民健身条例》（2016年修订）

国务院

支持、鼓励、推动与人民群众生活水平相适应的体育消费以及体育产业的发展。

18

2015年8月22日

《山东省人民政府关于贯彻国发[2014]46号文件加快发展体育产业促进体育消费的实施意见》（鲁政发[2015]19号）

山东省人民政府

到2025年，基本建立布局合理、优势突出的体育产业体系，体育产品和服务更加丰富，体育消费需求更加旺盛，体育产业总规模超过6,000亿元。

19

2014年10月20日

《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（国发[2014]46号）

国务院

到2025年，基本建立布局合理、功能完善、门类齐全的体育产业体系，体育产品和服务更加丰富，市场机制不断完善，消费需求愈加旺盛，对其他产业带动作用明显提升，体育产业总规模超过5万亿元，成为推动经济社会持续发展的重要力量。

20

2014年9月12日

《关于加快推进健康与养老服务工程建设的通知》（发改投资[2014]2091号）

国家发改委等10部委

加强体育健身设施建设，扩大人均体育场地面积，形成规模适度的体育健身设施服务体系。

21

2010年5月7日

《国务院关于鼓励和引导民间投资健康发展的若干意见》（国发[2010]13号）

国务院

鼓励民间资本投资生产体育用品，建设各类体育场馆及健身设施，从事体育健身、竞赛表演等活动。推动民营企业加强自主创新和转型升级；鼓励和引导民营企业积极参与国际竞争

22

2010年3月19日

《国务院办公厅关于加快发展体育产业的指导意见》（国办发[2010]22号）

国务院办公厅

拓宽体育产业发展资金来源渠道；支持有条件的体育企业进入资本市场融资，通过发行债券、股票，以及项目融资、资产重组、股权置换等方式筹措发展资金；积极鼓励民间和境外资本投资体育产业。

资料来源：观研天下整理（YZX）

观研报告网发布的《2022年中国休闲运动器材市场分析报告-行业调研与未来趋势研究》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2018-2022年中国休闲运动器材行业发展概述

第一节 休闲运动器材行业发展情况概述

- 一、休闲运动器材行业相关定义
- 二、休闲运动器材行业基本情况介绍
- 三、休闲运动器材行业发展特点分析
- 四、休闲运动器材行业经营模式

- 1、生产模式

- 2、采购模式

- 3、销售/服务模式

- 五、休闲运动器材行业需求主体分析

第二节 中国休闲运动器材行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、休闲运动器材行业产业链条分析
- 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、中国休闲运动器材行业产业链环节分析

- 1、上游产业

- 2、下游产业

第三节 中国休闲运动器材行业生命周期分析

- 一、休闲运动器材行业生命周期理论概述
- 二、休闲运动器材行业所属的生命周期分析

第四节 休闲运动器材行业经济指标分析

- 一、休闲运动器材行业的赢利性分析
- 二、休闲运动器材行业的经济周期分析
- 三、休闲运动器材行业附加值的提升空间分析

第五节 中国休闲运动器材行业进入壁垒分析

- 一、休闲运动器材行业资金壁垒分析
- 二、休闲运动器材行业技术壁垒分析
- 三、休闲运动器材行业人才壁垒分析
- 四、休闲运动器材行业品牌壁垒分析
- 五、休闲运动器材行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球休闲运动器材行业市场发展现状分析

第一节 全球休闲运动器材行业发展历程回顾

第二节 全球休闲运动器材行业市场区域分布情况

第三节 亚洲休闲运动器材行业地区市场分析

- 一、亚洲休闲运动器材行业市场现状分析
- 二、亚洲休闲运动器材行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲休闲运动器材行业市场前景分析

第四节 北美休闲运动器材行业地区市场分析

- 一、北美休闲运动器材行业市场现状分析
- 二、北美休闲运动器材行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美休闲运动器材行业市场前景分析

第五节 欧洲休闲运动器材行业地区市场分析

- 一、欧洲休闲运动器材行业市场现状分析
- 二、欧洲休闲运动器材行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲休闲运动器材行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界休闲运动器材行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球休闲运动器材行业市场规模预测

第三章 中国休闲运动器材产业发展环境分析

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 中国休闲运动器材行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国休闲运动器材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 中国休闲运动器材行业运行情况

第一节 中国休闲运动器材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 中国休闲运动器材行业市场规模分析

第三节 中国休闲运动器材行业供应情况分析

第四节 中国休闲运动器材行业需求情况分析

第五节 我国休闲运动器材行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国休闲运动器材行业供需平衡分析

第七节 中国休闲运动器材行业发展趋势分析

第五章 中国休闲运动器材所属行业运行数据监测

第一节 中国休闲运动器材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 中国休闲运动器材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 中国休闲运动器材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2018-2022年中国休闲运动器材市场格局分析

第一节 中国休闲运动器材行业竞争现状分析

- 一、中国休闲运动器材行业竞争情况分析
- 二、中国休闲运动器材行业主要品牌分析

第二节 中国休闲运动器材行业集中度分析

- 一、中国休闲运动器材行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国休闲运动器材行业市场集中度分析

第三节 中国休闲运动器材行业存在的问题

第四节 中国休闲运动器材行业解决问题的策略分析

第五节 中国休闲运动器材行业钻石模型分析

- 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2018-2022年中国休闲运动器材行业需求特点与动态分析

第一节 中国休闲运动器材行业消费市场动态情况

第二节 中国休闲运动器材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 休闲运动器材行业成本结构分析

第四节 休闲运动器材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 中国休闲运动器材行业价格现状分析

第六节 中国休闲运动器材行业平均价格走势预测

- 一、中国休闲运动器材行业价格影响因素
- 二、中国休闲运动器材行业平均价格走势预测
- 三、中国休闲运动器材行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国休闲运动器材行业区域市场现状分析

第一节 中国休闲运动器材行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区休闲运动器材市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区休闲运动器材市场规模分析
- 四、华东地区休闲运动器材市场规模预测

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、华中地区休闲运动器材市场规模分析
- 四、华中地区休闲运动器材市场规模预测

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、华南地区休闲运动器材市场规模分析
- 四、华南地区休闲运动器材市场规模预测

第五节 华北地区休闲运动器材市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区休闲运动器材市场规模分析
- 四、华北地区休闲运动器材市场规模预测

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、东北地区休闲运动器材市场规模分析
- 四、东北地区休闲运动器材市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析

三、西部地区休闲运动器材市场规模分析

四、西部地区休闲运动器材市场规模预测

第九章2018-2022年中国休闲运动器材行业竞争情况

第一节 中国休闲运动器材行业竞争结构分析（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 中国休闲运动器材行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国休闲运动器材行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 休闲运动器材行业企业分析（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2022-2027年中国休闲运动器材行业发展前景分析与预测

第一节 中国休闲运动器材行业未来发展前景分析

一、休闲运动器材行业国内投资环境分析

二、中国休闲运动器材行业市场机会分析

三、中国休闲运动器材行业投资增速预测

第二节 中国休闲运动器材行业未来发展趋势预测

第三节 中国休闲运动器材行业市场发展预测

一、中国休闲运动器材行业市场规模预测

二、中国休闲运动器材行业市场规模增速预测

三、中国休闲运动器材行业产值规模预测

四、中国休闲运动器材行业产值增速预测

五、中国休闲运动器材行业供需情况预测

第四节 中国休闲运动器材行业盈利走势预测

一、中国休闲运动器材行业毛利润同比增速预测

二、中国休闲运动器材行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国休闲运动器材行业投资风险与营销分析

第一节 休闲运动器材行业投资风险分析

- 一、休闲运动器材行业政策风险分析
- 二、休闲运动器材行业技术风险分析
- 三、休闲运动器材行业竞争风险分析
- 四、休闲运动器材行业其他风险分析

第二节 休闲运动器材行业应对策略

- 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2022-2027年中国休闲运动器材行业发展战略及规划建议

第一节 中国休闲运动器材行业品牌战略分析

- 一、休闲运动器材企业品牌的重要性
- 二、休闲运动器材企业实施品牌战略的意义
- 三、休闲运动器材企业品牌的现状分析
- 四、休闲运动器材企业的品牌战略
- 五、休闲运动器材品牌战略管理的策略

第二节 中国休闲运动器材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 中国休闲运动器材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2022-2027年中国休闲运动器材行业发展策略及投资建议

第一节 中国休闲运动器材行业产品策略分析

- 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 中国休闲运动器材行业营销渠道策略

一、休闲运动器材行业渠道选择策略

二、休闲运动器材行业营销策略

第三节 中国休闲运动器材行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国休闲运动器材行业重点投资区域分析

二、中国休闲运动器材行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568297.html>