

中国体育用品行业发展现状研究与未来投资调研报告（2023-2030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现状研究与未来投资调研报告（2023-2030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/202303/629844.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。

国家层面体育用品行业政策

近年来，为增强体育用品行业的综合竞争力，我国各部门纷纷出台了一系列政策，如2023年2月中共中央国务院发布的《关于做好二〇二三年全面推进乡村振兴重点工作的意见》，提到发展乡村餐饮购物、文化体育、旅游休闲、养老托幼、信息中介等生活服务。

我国体育用品行业相关政策汇总

文件名称	时间	发文部门	相关内容
体育强国建设纲要	2019年9月	国务院办公厅	聚焦全民健身和竞技体育需求，引导和支持体育用品制造企业研制开发一批急需体育用品，打造知名品牌，提升供给能力，稳步增强体育用品制造业的综合竞争力。
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	2019年9月	国务院办公厅	支持体育用品制造业创新发展。推动智能制造、大数据、人工智能等新兴技术在体育制造领域应用。鼓励体育企业与高校、科研院所联合创建体育用品研发制造中心。
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	2020年10月	国务院办公厅	支持对健身设施和其他公共服务设施进行功能整合。在不改变、不影响建设用地主要用途的前提下，鼓励复合利用土地建设健身设施，通过与具有相容性用途土地产权人达成使用协议的方式促进健身设施项目落地。在养老设施规划建设中，要安排充足的健身空间。
“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划	2021年12月	国务院	营造良性的体育健身消费环境，鼓励推出适合老年人的体育服装、锻炼器材等产品以及健身指导、竞赛参与等服务。
关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见	2022年3月	中共中央办公厅、国务院办公厅	建立适合未成年人使用的设施器材标准，培养未成年人参与体育项目兴趣。推动公共体育场馆向青少年免费或低收费开放。为老年人使用场地设施和器材提供必要帮扶，解决老年人运用体育智能技术困难问题。营造无障碍体育环境，为残疾人参与全民健身运动提供便利。
“十四五”国民健康规划	2022年5月	国务院	构建更高水平的全民健身公共服务体系，推进公共体育场馆和学校体育场馆开放共享，提高健身步道等便民健身场所覆盖面。
关于推动轻工业高质量发展的指导意见	2022年6月	工业和信息化部 人力资源社会保障部 生态环境部 商务部 市场监管总局	促进传统手工艺保护和传承，发掘文物文化资源价值内涵，在工艺美术、文教体育用品、礼仪休闲用品等行业发展文化创意产品。
“十四五”文化发展规划	2022年8月	中共中央办公厅 国务院办公厅	推动文化与旅游、体育、教育、信息、建筑、制造等融合发展，延伸产业链。
关于做好二〇二三年全面推进乡村振兴重点工作的意见	2023年2月	中共中央 国务院	发展乡村餐饮购物、文化体育、旅游休闲、养老托幼、信息中介等生活服务。

资料来源：观研天下整理

地方层面体育用品行业政策

与此同时，各省市积极响应国家号召，陆续发布了一系列政策进一步拓展体育用品消费新空

间，如云南发布《云南省人民政府关于印发云南妇女发展规划和云南儿童发展规划的通知》提到，逐步补齐生均体育运动场馆、教学及辅助用房面积，生均教学仪器设备。

各省市体育用品行业相关政策汇总 省市 时间 政策名称 相关内容 海南省 2022年12月 关于印发海南省老龄事业发展和养老服务体系三年行动计划(2023—2025)的通知 坚持养老、健康、文化、旅游、体育、教育、金融、地产等老龄事业和产业深度融合发展，建立健全社会共建共治共享机制 河南省 2022年7月

关于印发河南省加快材料产业优势再造换道领跑行动计划(2022—2025年)的通知 重点突破对位芳纶原料高效溶解、纺丝稳定控制、高温热处理等关键技术和大容量连续聚合、高速纺丝、高稳定高速牵引、牵伸等制备技术，布局间位芳纶纤维关键技术和产业化技术研发，加快平顶山对位芳纶项目建设，推动产业链向航空航天、国防军工、海洋水产、体育用品等领域延伸。 云南省 2022年5月

云南省人民政府关于印发云南妇女发展规划和云南儿童发展规划的通知

逐步补齐生均体育运动场馆、教学及辅助用房面积，生均教学仪器设备，音乐、美术专用教室配置，班级学生数、办学规模、骨干教师配备，体育、艺术（美术、音乐）专任教师配备等指标短板。 北京市 2022年2月

关于推进北京城市副中心高质量发展的实施方案 加大体育设施供给，建设若干体育公园示范点，建成潞城全民健身中心，完成体育场升级改造，打造全民健身新载体。丰富体育旅游产品，推进开发运河骑行、健步走、赛龙舟等文化旅游体育融合项目。 广东省 2021年12月 广东省全民健身实施计划（2021—2025年）办好广东国际体育用品博览会、广东体育产业发展论坛和“湾区运动汇”线上体育平台，着力培育促进体育产业发展的新载体，重点扶持一批优秀体育服务品牌、龙头企业和赛事活动。 上海市 2021年9月

上海市体育发展“十四五”规划增加市民闲暇时段的体育服务供给，发展节假日和夜间赛事经济、体育经济，进一步拓展体育健身、体育培训、体育旅游、体育用品等消费新空间。

重庆市 2022年8月 重庆市体育发展“十四五”规划（2021—2025年）积极培育体育用品业。聚焦登山、垂钓、球类、冰雪等群众性体育活动，发挥我市在轻合金材料、纤维复合材料、工程塑料以及工业设计等方面的综合优势，以渝东北三峡库区城镇群、渝东南武陵山区城镇群为重点承载区域，积极引育相关领域运动器材研发生产企业，促进运动器材与体育活动互动发展。 河南省 2021年1月

河南省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 推动体育用品制造业发展。积极开展招商引资，吸引国内外知名企业在我省投资设立体育用品制造企业。支持商丘市梁园区国家体育产业示范基地提质增效。鼓励企业开发技术含量高、拥有自主知识产权的体育产品。支持我省射箭、游泳、瑜伽等运动装备制造企业加快发展，促进企业从生产制造环节向研发设计、运营服务等领域延伸。

资料来源：观研天下整理（YZX）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国体育用品行业发展现状研究与未来投资调研报告（2023-2030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，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 2019-2023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、体育用品特点分析
- 三、体育用品行业基本情况介绍
- 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 2019-2023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 2023-2030年世界体育用品行业分布走势预测

第七节 2023-2030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

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 2019-2023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

第二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

第三节中国体育用品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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

一、影响体育用品行业区域市场分布的因素

二、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 2023-2030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 2023-2030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 2023-2030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、行业目标客户群体

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、体育用品行业产品策略

二、体育用品行业定价策略

三、体育用品行业渠道策略

四、体育用品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202303/629844.html>