

2020-2026年中国体育用品 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2020-2026年中国体育用品市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/H92716Z1DT.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2020-04-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2020-2026年中国体育用品市场现状分析及投资前景研究报告》介绍了体育用品行业相关概述、中国体育用品产业运行环境、分析了中国体育用品行业的现状、中国体育用品行业竞争格局、对中国体育用品行业做了重点企业经营状况分析及中国体育用品产业发展前景与投资预测。您若想对体育用品产业有个系统的了解或者想投资体育用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

据博思数据发布的《2020-2026年中国体育用品市场现状分析及投资前景研究报告》表明：2019年我国体育、娱乐用品类商品零售累计值达693.5亿元，期末产量比上年累计增长8%。

指标	2019年12月	2019年11月	2019年10月	2019年9月	2019年8月	2019年7月
体育、娱乐用品类商品零售类值当期值(亿元)	72.4	82.9	56	59.5	54.6	52.7
体育、娱乐用品类商品零售类值累计值(亿元)	693.5	620.1	537.6	481.4	420.2	364.7
体育、娱乐用品类商品零售类值同比增长(%)	22.6	20.1	11.5	15.7	12.1	8.8
体育、娱乐用品类商品零售类值累计增长(%)	86.64	74.2	61.3			

报告目录：

第1章：中国体育用品行业发展综述

1.1 体育用品行业概述

1.1.1 体育用品行业定义

1.1.2 体育用品行业主要产品大类

1.1.3 体育用品行业地位分析

(1) 在国民经济中的地位分析

(2) 在体育产业中的地位分析

1.2 体育用品行业数据统计标准

1.2.1 体育用品行业统计部门和统计口径

1.2.2 体育用品行业统计方法

1.2.3 体育用品行业数据种类

1.3 体育用品行业发展环境分析

1.3.1 体育用品行业政策环境分析

(1) 行业主管部门与监管体制

(2) 行业主要法律法规及产业政策

1.3.2 体育用品行业经济环境分析

- (1) 经济增长分析
- (2) 工业增加值及增长情况分析
- (3) 居民消费水平分析
- (4) 进出口总额及其增长分析
- (5) 宏观经济走势预测
- (6) 经济环境对行业的影响

1.3.3 体育用品行业消费环境分析

- (1) 居民收入分析
- (2) 居民消费结构升级分析
- (3) 居民健身意识分析
- (4) 居民体育用品消费理念分析

1.3.4 体育用品行业贸易环境分析

- (1) 行业贸易壁垒分析
- (2) 人民币汇率调整分析

1.3.5 社会环境分析

- (1) 体育人口年龄结构分析
- (2) 体育人口教育状况分析

1.3.6 技术环境分析

第2章：体育用品行业发展现状及趋势分析

2.1 中国体育用品行业发展现状分析

2.1.1 体育用品行业发展总体概况

- (1) 我国体育用品行业发展历程
- (2) 我国体育用品行业发展现状

2.1.2 体育用品行业发展主要特点

2.1.3 体育用品行业规模及财务指标分析

- (1) 体育用品行业市场规模分析
- (2) 体育用品行业盈利能力分析
- (3) 体育用品行业运营能力分析
- (4) 体育用品行业偿债能力分析
- (5) 体育用品行业发展能力分析

2.1.4 体育用品行业主要经济效益影响因素

2.2 中国体育用品行业供需平衡分析

2.2.1 中国体育用品行业供给情况分析

(1) 中国体育用品行业增加值分析

(2) 中国体育用品行业产成品分析

2.2.2 中国体育用品行业需求情况分析

2.2.3 中国体育用品行业产销率分析

2.2.4 中国体育用品行业盈利情况分析

2.3 中国体育用品行业进出口市场调研

2.3.1 体育用品行业进出口状况综述

2.3.2 体育用品行业出口市场调研

(1) 行业出口总体情况

(2) 行业出口产品结构

(3) 行业内外销比例分析

2.3.3 体育用品行业进口市场调研

(1) 行业进口总体情况

(2) 行业进口产品结构

(3) 国内市场内外供应比例分析

2.3.4 体育用品行业进出口前景及建议

(1) 体育用品行业出口前景及建议

(2) 体育用品行业进口前景及建议

2.4 中国体育用品行业趋势预测分析

2.4.1 体育用品行业发展的驱动因素分析

2.4.2 体育用品行业发展的障碍因素分析

2.4.3 体育用品行业的发展趋势分析

2.4.4 体育用品行业趋势预测分析

(1) 行业规模预测

(2) 行业经营情况预测

(3) 行业进出口情况预测

第3章：中国体育用品行业集群发展状况及前景

3.1 广东省体育用品行业发展分析

3.1.1 广东省体育用品行业发展环境分析

- (1) 宏观经济运行情况
- (2) 体育用品行业配套政策
- (3) 体育设施建设情况
- (4) 居民收入水平
- (5) 居民体育消费支出

3.1.2 广东省体育用品行业发展状况

- (1) 广东省体育用品行业规模分析
- (2) 广东省体育用品行业品牌建设情况

3.1.3 广东省体育用品行业趋势预测

- (1) 体育用品自主研发能力大幅提升
- (2) 健身娱乐类体育用品将受到市场青睐

3.2 浙江省体育用品行业发展分析

3.2.1 浙江省体育用品行业发展环境分析

- (1) 宏观经济运行情况
- (2) 体育用品行业配套政策
- (3) 体育设施建设情况
- (4) 居民收入水平
- (5) 居民体育消费支出

3.2.2 浙江省体育用品行业发展状况

- (1) 浙江省体育用品行业规模分析
- (2) 浙江省体育用品行业品牌建设情况
- (3) 浙江省“黄龙体育文化创意产业园”

3.2.3 浙江省体育用品行业趋势预测

3.2.4 浙江、广东两省体育用品产业集群比较

- (1) 两省体育用品产业集群相同点
- (2) 两省体育用品产业集群差异点
- (3) 两省体育用品产业集群发展启示

3.3 晋江市体育用品行业发展分析

3.3.1 晋江市体育用品行业发展环境分析

- (1) 宏观经济运行情况
- (2) 体育用品行业配套政策
- (3) 体育设施建设情况

- (4) 居民收入水平
- (5) 居民体育消费支出

3.3.2 晋江市体育用品行业发展状况

- (1) 晋江市体育用品行业规模分析
- (2) 晋江市体育用品行业品牌建设情况
- (3) 晋江市国家体育产业基地建设情况

3.3.3 晋江市体育用品行业趋势预测

3.4 厦门市体育用品行业发展分析

3.4.1 厦门市体育用品行业发展环境分析

- (1) 宏观经济运行情况
- (2) 体育用品行业配套政策
- (3) 体育设施建设情况
- (4) 居民收入水平
- (5) 居民体育消费支出

3.4.2 厦门市体育用品行业发展状况

- (1) 厦门市体育用品行业规模分析
- (2) 厦门市体育用品行业品牌建设情况
- (3) 厦门市体育用品出口情况

3.4.3 厦门市体育用品行业创新能力分析

- (1) 体育用品行业潜在创新资源概况
- (2) 体育用品行业创新活动能力概况
- (3) 体育用品行业创新产出能力概况
- (4) 体育用品行业创新环境概况
- (5) 影响体育用品行业发展和创新能力的因素

3.4.4 厦门市体育用品行业趋势预测

3.5 成都市体育用品行业发展分析

3.5.1 成都市体育用品行业发展环境分析

- (1) 宏观经济运行情况
- (2) 体育用品行业配套政策
- (3) 体育设施建设情况
- (4) 居民收入水平
- (5) 居民体育消费支出

3.5.2 成都市体育用品行业发展状况

- (1) 成都市体育用品行业规模分析
- (2) 成都市体育用品行业品牌建设情况
- (3) 成都市国家体育产业基地建设情况

3.5.3 成都市体育用品行业趋势预测

第4章：中国重点城市体育用品消费情况及前景

4.1 北部地区体育用品消费情况及前景

4.1.1 北京市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.1.2 天津市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.1.3 郑州市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.1.4 长春市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.1.5 沈阳市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.1.6 石家庄市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.1.7 太原市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.1.8 西安市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.2 华东地区体育用品消费情况分析

4.2.1 上海市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.2.2 济南市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.2.3 南京市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.2.4 杭州市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.2.5 南昌市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.2.6 合肥市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局

(3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.3 华南地区体育用品消费情况及前景

4.3.1 广州市体育用品消费情况及前景

(1) 体育用品消费环境分析

(2) 体育用品市场竞争格局

(3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.3.2 深圳市体育用品消费情况及前景

(1) 体育用品消费环境分析

(2) 体育用品市场竞争格局

(3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.3.3 福州市体育用品消费情况及前景

(1) 体育用品消费环境分析

(2) 体育用品市场竞争格局

(3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.3.4 南宁市体育用品消费情况及前景

(1) 体育用品消费环境分析

(2) 体育用品市场竞争格局

(3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.3.5 昆明市体育用品消费情况及前景

(1) 体育用品消费环境分析

(2) 体育用品市场竞争格局

(3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.3.6 海口市体育用品消费情况及前景

(1) 体育用品消费环境分析

(2) 体育用品市场竞争格局

(3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.4 中西部地区体育用品消费情况及前景

4.4.1 武汉市体育用品消费情况及前景

(1) 体育用品消费环境分析

(2) 体育用品市场竞争格局

(3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.4.2 长沙市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.4.3 重庆市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

4.4.4 贵阳市体育用品消费情况及前景

- (1) 体育用品消费环境分析
- (2) 体育用品市场竞争格局
- (3) 体育用品消费需求及趋势分析

第5章：国内外体育用品行业竞争格局与趋势预测

5.1 国际体育用品行业竞争现状与趋势预测

5.1.1 国际体育用品行业竞争格局

5.1.2 跨国公司在华投资布局及动向

- (1) 美国耐克（NIKE）公司
- (2) 德国阿迪达斯（ADIDAS）公司
- (3) 英国锐步（REEBOK）公司
- (4) 德国彪马（PUMA）集团
- (5) 意大利卡帕（KAPPA）公司
- (6) 日本美津浓（MIZUNO）株式会社
- (7) 美国哥伦比亚（Columbia）公司
- (8) 美国匡威（Converse）公司
- (9) 美国爱康（ICON）公司
- (10) 德国JACK WOLFSKIN公司

5.1.3 国际体育用品行业竞争趋势预测

5.2 国内体育用品行业竞争格局与趋势预测

5.2.1 国内体育用品行业竞争格局

- (1) 球类产品市场竞争格局
- (2) 体育器材及配件市场竞争格局
- (3) 训练健身器材市场竞争格局

(4) 运动防护用品市场竞争格局

(5) 钓具用品市场竞争格局

5.2.2 国内体育用品行业竞争趋势预测

5.3 国内体育用品区域市场竞争格局与趋势

5.3.1 一线城市体育用品企业竞争力分析

(1) 一线城市体育用品市场发展概况

(2) 一线城市体育用品市场规模分析

(3) 一线城市体育用品市场竞争格局

(4) 一线城市体育用品市场竞争趋势预测

5.3.2 二三线城市体育用品企业竞争力分析

(1) 二三线城市体育用品市场发展概况

(2) 二三线城市体育用品市场规模分析

(3) 二三线城市体育用品市场竞争格局

(4) 二三线城市体育用品市场竞争趋势预测

第6章：中国体育用品细分产品市场现状及潜力

6.1 运动鞋市场现状及潜力

6.1.1 运动鞋市场运营情况

(1) 行业规模

(2) 运动鞋市场竞争格局

6.1.2 运动鞋市场主要产品

(1) 运动鞋产品分类

(2) 篮球鞋市场调研

(3) 足球鞋市场调研

(4) 网球鞋市场调研

(5) 慢跑鞋市场调研

(6) 帆布鞋市场调研

(7) 休闲鞋市场调研

6.1.3 运动鞋市场品牌格局

6.1.4 运动鞋销售渠道分析

6.1.5 运动鞋市场发展趋势

6.2 球类产品市场现状及潜力

6.2.1 球类产品市场运营情况

- (1) 球类产品市场资产规模
- (2) 球类产品市场规模
- (3) 球类产品市场盈利情况

6.2.2 篮球市场调研

- (1) 篮球用品市场规模
- (2) 篮球用品市场格局
- (3) 篮球用品发展潜力

6.2.3 足球市场调研

- (1) 足球用品市场规模
- (2) 足球用品市场格局
- (3) 足球用品发展潜力

6.2.4 排球市场调研

- (1) 排球用品市场规模
- (2) 排球用品市场格局
- (3) 排球用品发展潜力

6.2.5 台球市场调研

- (1) 台球用品市场规模
- (2) 台球用品市场格局
- (3) 台球用品发展潜力

6.2.6 网球市场调研

- (1) 网球用品市场规模
- (2) 网球用品市场格局
- (3) 网球用品发展潜力

6.2.7 乒乓球市场调研

- (1) 乒乓球用品市场规模
- (2) 乒乓球用品市场格局
- (3) 乒乓球用品发展潜力

6.2.8 羽毛球市场调研

- (1) 羽毛球市场规模
- (2) 羽毛球市场格局
- (3) 羽毛球用品发展潜力

6.2.9 保龄球市场调研

6.2.10 高尔夫球市场调研

6.2.11 球类产品进出口分析

(1) 行业出口市场调研

(2) 行业进口市场调研

6.2.12 球类产品市场前景预测分析

6.3 体育器材及配件市场现状及潜力

6.3.1 体育器材及配件市场运营情况

(1) 体育器材及配件市场资产规模

(2) 体育器材及配件市场产销规模

(3) 体育器材及配件市场盈利情况

6.3.2 竞技比赛器材市场调研

(1) 球类器材市场调研

(2) 体操器材市场调研

(3) 田径器材市场调研

6.3.3 运动服市场调研

(1) 运动服市场发展概况

(2) 运动服市场竞争格局

6.3.4 滑雪服市场调研

(1) 滑雪服市场现状分析

(2) 滑雪服市场发展对策

(3) 滑雪服产品设计趋势

(4) 滑雪装备的流行趋势

6.3.5 户外运动产品市场调研

(1) 户外运动用品市场现状

(2) 户外运动用品消费群体

(3) 户外运动用品市场格局

(4) 户外运动用品市场发展趋势

6.3.6 残疾人体育用品市场调研

(1) 残疾人体育用品市场发展现状

(2) 残疾人体育用品市场发展潜力

6.4 训练健身器材市场现状及潜力

6.4.1 训练健身器材市场运营情况

- (1) 训练健身器材市场资产规模
- (2) 训练健身器材市场产销规模
- (3) 训练健身器材市场盈利情况
- (4) 训练健身器材市场品牌格局

6.4.2 跑步机市场调研

- (1) 跑步机产品分类
- (2) 跑步机市场规模分析
- (3) 跑步机市场发展潜力

6.4.3 个人健身器材市场调研

- (1) 跳绳市场调研
- (2) 毽子市场调研
- (3) 哑铃市场调研
- (4) 臂力棒市场调研
- (5) 腕力器市场调研
- (6) 瑜伽服市场调研

6.4.4 训练健身器材行业进出口分析

- (1) 行业出口市场调研
- (2) 行业进口市场调研

6.4.5 训练健身器材行业趋势预测与趋势

- (1) 行业趋势预测
- (2) 行业发展趋势

6.5 运动防护用具产品市场现状及潜力

6.5.1 运动防护用具市场运营情况

- (1) 运动防护用具市场资产规模
- (2) 运动防护用具市场产销规模
- (3) 运动防护用具市场盈利情况
- (4) 运动防护用具市场品牌格局
- (5) 运动防护用具市场前景预测

6.5.2 拳击手套市场调研

6.5.3 旱冰用品市场调研

6.5.4 轮滑鞋市场调研

6.5.5 棒球帽市场调研

6.5.6 护膝护腕市场调研

6.6 游泳用品市场现状及潜力分析

6.6.1 游泳用品市场运营情况

(1) 市场规模分析

(2) 市场格局分析

6.6.2 游泳用品主要产品分析

(1) 泳衣市场调研

(2) 泳镜市场调研

(3) 泳帽市场调研

6.6.3 游泳用品市场品牌格局

(1) 泳衣品牌格局

(2) 泳镜品牌格局

(3) 泳帽品牌格局

6.6.4 游泳用品进出口状况分析

(1) 出口分析

(2) 进口分析

6.6.5 游泳用品市场前景与趋势分析

6.7 其他体育用品市场现状及潜力

6.7.1 其他体育用品市场资产规模

6.7.2 其他体育用品市场产销规模

6.7.3 其他体育用品市场盈利情况

第7章：中国领先体育用品企业经营情况分析

7.1 体育用品企业排名分析

7.1.1 体育用品企业销售收入排名

7.1.2 体育用品企业利润总额排名

7.2 体育用品领先企业生产经营分析

7.2.1 李宁有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

7.2.2 安踏体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

7.2.3 中国动向（集团）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

7.2.4 特步国际控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析

- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

7.2.5 匹克体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向分析

7.2.6 三六一度国际有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业品牌风格及主要消费群
- (10) 企业销售渠道与网络
- (11) 企业经营状况优劣势分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.2.7 福建鸿星尔克体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

7.2.8 探路者控股集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构与新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营模式分析

(10) 企业经营状况优劣势分析

(11) 企业最新发展动向分析

7.2.9 邵氏兄弟控股有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

7.2.10 飞克国际控股有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

7.2.11 上海美津浓有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

7.2.12 国辉（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.13 乔丹体育股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.14 上海红双喜股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

7.2.15 广州双鱼体育用品集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

第8章：中国体育用品行业投资分析及建议

8.1 体育用品行业发展SWOT分析
8.1.1 体育用品行业发展优势分析
8.1.2 体育用品行业发展劣势分析
8.1.3 体育用品行业发展机遇分析
8.1.4 体育用品行业发展威胁分析
8.2 体育用品行业投资特性分析
8.2.1 体育用品行业进入壁垒分析
8.2.2 体育用品行业盈利模式分析
8.2.3 体育用品行业盈利因素分析
8.2.4 安踏体育投资兼并动态分析
8.2.5 体育用品行业投资兼并特征分析
8.3 体育用品行业行业前景调研及建议
8.3.1 体育用品行业行业前景调研分析
(1) 青少年体育用品市场需求增大
(2) 老年体育用品市场潜力巨大
(3) 街头运动体育用品市场待发掘
(4) 儿童体育用品成重要增长点
8.3.2 体育用品行业投资价值分析
8.3.3 体育用品行业主要投资建议

图表目录

图表1：体育用品行业下子行业定义

图表2：体育用品行业主要产品分类

图表3：2017-2019年中国体育用品行业增加值占GDP比重（单位：%）

图表4：2017-2019年中国体育用品行业增加值占体育产业增加值的比重（单位：%）

图表5：中国企业的市场主体分类

图表6：中国不同所有制性质企业的划分

图表7：体育用品行业主管部门与管理职责

图表8：体育用品行业主要法律法规

图表9：我国体育用品行业发展相关政策

图表10：2017-2019年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表11：2017-2019年全国规模以上工业增加值同比增速（单位：%）

图表12：2017-2019年全国居民人均消费支出情况（单位：元）

图表13：2017-2019年我国进出口总额及增长情况（单位：万亿元，%）

图表14：“十三五”时期中国经济所面临的趋势性变化

图表15：2019年国内主要宏观经济指标增长率预测（单位：%）

图表16：2017-2019年中国居民人均可支配收入及其实际增长速度（单位：元，%）

图表17：2019年全国居民人均消费性支出结构（单位：%）

图表18：我国城市居民的体育消费观念情况

图表19：2017-2019年美元人民币汇率变化情况（单位：美元/元）

图表20：截至2019年末中国人口数及其构成（单位：万人，%）

图表21：2017-2019年中国体育用品行业专利申请量（单位：件）

图表22：2017-2019年中国体育用品行业专利公开量（单位：件）

图表23：截至2019年中国体育用品行业相关专利类型构成（单位：件，%）

图表24：截至2019年我国体育用品行业热门专利分布领域（单位：件）

图表25：2017-2019年中国体育用品行业增加值及其增长率（单位：亿元，%）

图表26：2017-2019年中国体育用品行业细分市场销售收入情况（单位：亿元）

图表27：2017-2019年中国体育用品行业经营效益分析（单位：家，万元）

图表28：2017-2019年中国体育用品行业盈利能力分析（单位：%）

图表29：2017-2019年中国体育用品行业运营能力分析（单位：次）

图表30：2017-2019年中国体育用品行业偿债能力分析（单位：%、倍）

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/H92716Z1DT.html>