

# 2019-2025年中国体育用品 行业市场监测与未来发展策略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2019-2025年中国体育用品行业市场监测与未来发展策略咨询报告》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.abaogao.com/b/wenhuatiyu/883827Kl2E.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

伴随着一系列对体育产业及赛事的指导意见陆续出台及逐步落地，我国大众体育和健身运动诉求也在出现爆发式的增长，作为体育产业重要子行业之一的国内体育用品行业亦因此迎来急剧裂变。目前，我国体育用品的需求量很大程度上是由上游的竞技体育业和大众健身业的发展来决定的，二者是一个相互依存依次发展的过程。

中国体育鞋服企业很多是做国际品牌代工起家，在早期的发展过程中，通过经营品牌和快速发展经销体系，这些公司中的大多数都顺利把握住了体育运动用品行业发展的第一次掘金时代。不过，在经历了快速的外延增长周期后，产品导向的经营模式及粗放式经销批发模式的弊端让整个行业陷入了冰谷，经营持续恶化的例子比比皆是。

事实上，过去几年中体育用品行业“去库存”、“关店潮”等案例屡见不鲜也正是基于此的策略调整。总的来说，我国体育用品市场正步入稳定增长阶段。行业内的部分领军品牌开始转向体验消费导向的经营模式，甚至加大了对上游体育产业链资源的整合布局。体育用品行业掘金时代再次到来。

报告目录：

### 第一章 体育用品行业综述分析

#### 第一节 体育用品定义

#### 第二节 体育用品行业发展历程

#### 第三节 体育用品分类情况

#### 第四节 体育用品产业链分析

##### 一、产业链模型介绍

##### 二、体育用品产业链模型分析

#### 第五节 行业发展成熟度分析

##### 一、行业发展周期分析

##### 二、行业中外市场成熟度对比

##### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

### 第二章 2017体育用品业发展环境分析

#### 第一节 2017年体育用品业全球经济环境分析

##### 一、全球经济总体情况

##### 二、经济全球化现状

## 第二节 2014-2017年体育用品业国内宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、居民消费水平分析
- 三、恩格尔系数
- 四、工业发展形势分析
- 五、存贷款利率变化
- 六、财政收支状况

## 第三节 2017年体育用品业国内政策环境分析

- 一、产业相关政策及动向分析
- 二、相关法律法规解读
- 三、行业相关标准解析
- 四、行业监管部门及监管体制分析

## 第四节 2017年体育用品业国内社会环境分析

- 一、人口结构
- 二、就业率情况
- 三、人均收入水平

## 第五节 2017年体育用品业国内技术环境分析

- 一、国内体育用品技术发展现状
- 二、国内体育用品技术发展趋势
- 三、国内外行业技术差距对比分析

## 第三章 2014-2017年中国体育用品市场供需调查分析

### 第一节 2014-2017年中国体育用品市场供需分析

- 一、产品市场供给
- 二、产品市场需求
- 三、产品价格分析
- 四、主要渠道分析

### 第二节 2014-2017年中国体育用品市场特征分析

- 一、2014-2017年中国体育用品产品特征分析
- 二、2014-2017年中国体育用品价格特征分析
- 三、2014-2017年中国体育用品渠道特征
- 四、2014-2017年中国体育用品购买特征

## 第四章 中国体育用品行业区域市场分析

### 第一节 华北地区体育用品行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、2019-2025年行业发展前景预测
- 五、2019-2025年行业投资风险预测

### 第二节 东北地区体育用品行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、2019-2025年行业发展前景预测
- 五、2019-2025年行业投资风险预测

### 第三节 华东地区体育用品行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、2019-2025年行业发展前景预测
- 五、2019-2025年行业投资风险预测

### 第四节 华南地区体育用品行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、2019-2025年行业发展前景预测
- 五、2019-2025年行业投资风险预测

### 第五节 华中地区体育用品行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、2019-2025年行业发展前景预测
- 五、2019-2025年行业投资风险预测

## 第六节 西南地区体育用品行业分析

### 一、行业发展现状分析

### 二、市场规模情况分析

### 三、市场需求情况分析

### 四、2019-2025年行业发展前景预测

### 五、2019-2025年行业投资风险预测

## 第七节 西北地区体育用品行业分析

### 一、行业发展现状分析

### 二、市场规模情况分析

### 三、市场需求情况分析

### 四、2019-2025年行业发展前景预测

### 五、2019-2025年行业投资风险预测

## 第五章 体育用品行业市场竞争策略分析

### 第一节 行业竞争状况分析

### 第二节 行业竞争结构分析

#### 1. 现有企业（品牌）间竞争

#### 2. 潜在进入者分析

#### 3. 替代品威胁分析

#### 4. 产品/服务质量

#### 5. 价格

### 第三节 行业集中度分析

### 第四节 体育用品行业市场竞争策略分析

#### 1. 体育用品行业市场增长潜力分析

#### 2. 体育用品行业产品竞争策略分析

#### 3. 体育用品行业竞争格局展望

### 第五节 体育用品行业国际竞争力比较

#### 1. 生产要素

#### 2. 需求条件

#### 3. 支援与相关产业

#### 4. 企业战略、结构与竞争状态

#### 5. 政府的作用

## 第六章 2014-2017年中国体育用品品牌消费者偏好深度调查

### 第一节 中国体育用品产品目标客户群体调查

#### 一、不同收入水平消费者偏好调查

#### 二、不同年龄的消费者偏好调查

#### 三、不同地区的消费者偏好调查

### 第二节 中国体育用品产品的品牌市场调查

#### 一、消费者对体育用品品牌认知度宏观调查

#### 二、消费者对体育用品产品的品牌偏好调查

#### 三、消费者对体育用品品牌的首要认知渠道

#### 四、消费者经常购买的风格

#### 五、体育用品品牌忠诚度调查

### 第三节 不同客户购买消费行为分析

## 第七章 体育用品行业产品价格分析

### 第一节 价格特征分析

### 第二节 主要品牌企业产品价位

### 第三节 价格与成本的关系

### 第四节 行业价格策略分析

### 第五节 国内外经济形势对体育用品行业产品价格的影响

## 第八章 体育用品行业用户分析

### 第一节 体育用品行业用户认知程度

### 第二节 体育用品行业用户关注因素

#### 1. 功能

#### 2. 质量

#### 3. 价格

#### 4. 外观

#### 5. 服务

### 第三节 用户的其它特性

## 第九章 体育用品行业技术工艺发展分析

## 第一节 当前体育用品行业技术应用情况分析

## 第二节 2015-2017年国内体育用品行业主要研发成果分析

## 第三节 国内体育用品行业相关专利分析

## 第四节 国内体育用品行业技术成熟度分析

## 第五节 国内主要企业技术工艺应用及研发情况

## 第六节 国内外体育用品行业技术工艺比较

## 第十章 体育用品国内重点生产厂家分析

### 第一节 企业

#### 一、企业发展概况简述

#### 二、企业产品分析

#### 三、企业优势劣势分析

#### 四、企业经营状况分析

#### 五、企业经营指标分析

#### 六、企业发展战略规划

### 第二节 企业

#### 一、企业发展概况简述

#### 二、企业产品分析

#### 三、企业优势劣势分析

#### 四、企业经营状况分析

#### 五、企业经营特色分析

#### 六、企业发展战略规划

### 第三节 企业

#### 一、企业发展概况简述

#### 二、企业产品分析

#### 三、企业优势劣势分析

#### 四、企业经营状况分析

#### 五、企业经营指标分析

#### 六、企业发展战略规划

### 第四节 企业

#### 一、企业发展概况简述

#### 二、企业产品分析



- 三、企业优势劣势分析
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业经营指标分析
- 六、企业发展战略规划

#### 第五节 企业

- 一、企业发展概况简述
- 二、企业产品分析
- 三、企业优势劣势分析
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业经营指标分析
- 六、企业发展战略规划

### 第十一章 体育用品行业市场分析

#### 第一节 市场规模分析

- 1. 2015-2017年体育用品行业市场规模及增速
- 2. 体育用品行业市场饱和度
- 3. 国内外经济形势对体育用品行业市场规模的影响
- 4. 2019-2025年体育用品行业市场规模及增速预测

#### 第二节 市场结构分析

#### 第三节 市场特点分析

- 1. 体育用品行业所处生命周期
- 2. 技术变革与行业革新对体育用品行业的影响
- 3. 差异化分析

### 第十二章 2019-2025年中国体育用品行业发展趋势分析

#### 第一节 2019-2025年中国体育用品市场趋势分析

- 一、我国体育用品市场趋势总结
- 二、2019-2025年我国体育用品发展趋势分析

#### 第二节 2019-2025年体育用品发展趋势分析

- 一、2019-2025年体育用品技术趋势分析
- 二、2019-2025年体育用品价格趋势分析

#### 第三节 2019-2025年中国体育用品行业供需预测

一、2019-2025年中国体育用品供给预测

二、2019-2025年中国体育用品需求预测

三、2019-2025年中国体育用品价格预测

#### 第四节 2019-2025年体育用品行业规划建议

一、2019-2025年体育用品行业整体规划

二、2019-2025年体育用品行业发展预测

三、2019-2025年体育用品行业规划建议

### 第十三章 体育用品企业管理策略建议

#### 第一节 市场策略分析

一、体育用品价格策略分析

二、体育用品渠道策略分析

#### 第二节 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 提高体育用品企业竞争力的策略

一、提高中国体育用品企业核心竞争力的对策

二、体育用品企业提升竞争力的主要方向

三、影响体育用品企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高体育用品企业竞争力的策略

#### 第四节 对我国体育用品品牌的战略思考

一、体育用品实施品牌战略的意义

二、体育用品企业品牌的现状分析

三、我国体育用品企业的品牌战略

四、体育用品品牌战略管理的策略

#### 第五节 建议

### 图表目录

图表：体育用品产业链分析

图表：体育用品上游供应分布

图表：体育用品下游需求领域

图表：体育用品行业生命周期  
图表：2014-2017年体育用品行业市场规模分析  
图表：2019-2025年体育用品行业市场规模预测  
图表：2014-2017年中国体育用品行业供给规模分析  
图表：2019-2025年中国体育用品行业供给规模预测  
图表：2014-2017年中国体育用品行业需求规模分析  
图表：2019-2025年中国体育用品行业需求规模预测  
图表：2014-2017年中国体育用品行业企业数量情况  
图表：2014-2017年中国体育用品行业企业竞争结构  
图表：2015-2017年国内生产总值及其增长速度  
图表：2015-2017年居民消费价格涨跌幅度  
图表：2017年居民消费价格比2016年涨跌幅度  
图表：2015-2017年固定资产投资及其增长速度  
图表：2015-2017年社会消费品零售总额及其增长速度  
图表：2017年人口数及其构成  
图表：2015-2017年农村居民收入及其增长速度  
图表：2015-2017年城镇居民可支配收入及其增长速度  
图表：中国体育用品行业投资风险分析  
图表：中国体育用品行业发展趋势预测  
略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/883827Kl2E.html>