

## 2025-2030年中国体育用品出海现状深度调研与投资机遇展望分析报告

## 目 录

## CONTENTS

## ——综述篇——

## 第1章：体育用品全球分工/产业画像/监管环境

## 1.1 体育用品产业界定及产品分类

- 1.1.1 体育用品的界定
- 1.1.2 体育用品的分类

## 1.2 体育用品产业画像及全球分工

- 1.2.1 全球体育用品产业分工及产业链条
- 1.2.2 全球体育用品产业链生态全景图谱
- 1.2.3 全球体育用品产业链区域热力地图

## 1.3 体育用品国内外市场监管环境

- 1.3.1 国内外体育用品市场监管体系概况
- 1.3.2 国内外体育用品产业市场准入制度
- 1.3.3 国内外体育用品技术标准
  - 1、国外体育用品技术标准
  - 2、国内体育用品技术标准
- 1.3.4 中国体育用品出口技术性贸易壁垒

## ——现状篇——

## 第2章：中国体育用品行业发展现状及出口现状

## 2.1 中国体育用品行业发展历程

## 2.2 中国体育用品市场规模/体量

## 2.3 中国体育用品企业数量/产品

- 2.3.1 中国体育用品市场的参与者
- 2.3.2 中国体育用品企业数量
- 2.3.3 中国体育用品主要企业产品布局
- 2.3.4 中国体育用品上市产品数量
  - 1、中国体育用品上市数量
  - 2、中国体育用品新品发布动态

## 2.4 中国体育用品供给现状/生产

- 2.4.1 中国体育用品OEM/ODM概况
- 2.4.2 中国体育用品自主品牌及OBM
- 2.4.3 中国体育用品产能建设项目
- 2.4.4 中国体育用品生产能力/产能
- 2.4.5 中国体育用品生产情况/产量
  - 1、中国体育用品行业总产出
  - 2、代表性企业产量情况

## 2.5 中国体育用品需求现状/销售

- 2.5.1 中国体育用品市场流通/渠道
  - 1、中国体育用品市场流通渠道
  - 2、中国体育用品企业销售渠道
- 2.5.2 中国体育用品渗透率/普及率
- 2.5.3 中国体育用品市场需求量变化
- 2.5.4 中国体育用品库存情况
- 2.5.5 中国体育用品市场供求关系
- 2.5.6 中国体育用品市场价格水平

## 2.6 中国体育用品市场竞争/利润

- 2.6.1 中国体育用品同业竞争程度
- 2.6.2 中国体育用品竞争梯队分布
- 2.6.3 中国体育用品市场竞争格局
  - 1、上市公司营收排名
  - 2、市场份额
- 2.6.4 中国体育用品市场集中度

2.6.5 中国体育用品企业的毛利率

## 2.7 中国体育用品的出口数据解析

2.7.1 体育用品适用海关HS编码

2.7.2 中国体育用品对外贸易概况

2.7.3 中国体育用品进口贸易概况

1、体育用品进口贸易规模

2、体育用品进口产品结构

3、体育用品进口来源国/地区

2.7.4 中国体育用品出口贸易规模

2.7.5 中国体育用品出口产品结构

2.7.6 中国体育用品出口目标市场

2.7.7 中国体育用品出口贸易方式

2.7.8 中国体育用品出口基地/省市

## 第3章：全球及中国体育用品行业发展综合对比

3.1 全球及中国体育用品行业发展程度/阶段对比

3.2 全球及中国体育用品行业市场规模/体量对比

3.3 全球及中国体育用品行业市场供给/生产对比

3.4 全球及中国体育用品典型企业对比

3.5 全球体育用品区域贸易现状及中国所处位置

3.6 全球体育用品区域发展格局及中国市场地位

3.7 全球体育用品市场竞争态势及中企的竞争力

3.7.1 全球体育用品市场竞争格局

3.7.2 全球体育用品市场集中度

3.7.3 全球体育用品并购交易态势

3.7.4 中国体育用品企业在全市场的竞争力

## 第4章：中国体育用品产业出海契机及优势分析

4.1 中国体育用品企业出海布局动因

4.2 中国体育用品出海驱动因素调研

4.3 中国体育用品出海核心驱动因素：需求驱动

4.3.1 国内体育用品市场竞争加剧（寻求海外机会）

4.3.2 国外体育用品市场需求空间（市场扩张机会）

4.4 中国体育用品出海核心驱动因素：降本升级

4.4.1 利用海外原材料及劳动力“降本”（全球资源）

1、中国体育用品生产成本结构

2、中国体育用品企业生产成本

3、中国体育用品生产转移区域

4.4.2 产品结构、创新升级（升级）

4.5 中国体育用品出海核心驱动因素：政策驱动

4.5.1 中国体育用品出海税收及政策支持

4.5.2 海外体育用品政策影响

4.6 中国体育用品出海核心驱动因素：海外投资热潮

4.6.1 中国对外投资热度/投资总额变化

4.6.2 中国对外直接投资区域分布

4.6.3 中国对外直接投资行业分布

4.7 中国体育用品出口贸易优势

4.7.1 中国体育用品生产原料成本

4.7.2 中国体育用品制造人力成本

4.7.3 中国体育用品运输物流成本

4.7.4 中国体育用品技术优势

4.7.5 中国体育用品质量优势

## 第5章：中国体育用品出海现状调研及路径模式

5.1 中国体育用品出海模式分析

5.2 中国体育用品出海路径/方式分析

5.3 中国体育用品海外布局企业汇总

5.4 中国体育用品企业海外布局进程

5.5 中国体育用品企业出海布局动态

5.6 中国体育用品跨境投资并购动态

5.7 中国体育用品企业海外投资自建

5.8 中国体育用品企业海外生产情况

- 5.9 中国体育用品企业海外市场收入
  - 5.9.1 中国体育用品行业海外收入及占比情况
  - 5.9.2 中国体育用品行业代表性企业海外收入占比
- 5.10 中国体育用品企业海外战略合作
- 5.11 体育用品企业出海面临挑战分析
- 第6章：中国体育用品企业出海核心竞争力构建
  - 6.1 中国体育用品企业海外市场拓展步骤
  - 6.2 体育用品企业出海核心竞争力构建综述
  - 6.3 体育用品出海核心竞争力：供应链能力（原料&物流）
    - 6.3.1 体育用品供应链能力概述
    - 6.3.2 体育用品海外物流仓储体系的建设
      - 1、海外物流仓概述
      - 2、企业案例
    - 6.3.3 体育用品全球化数字化供应链管理
      - 1、数字化供应链概述
      - 2、代表性案例
  - 6.4 体育用品出海核心竞争力：渠道渗透力（线上&线下）
    - 6.4.1 中国体育用品企业海外销售模式分析
    - 6.4.2 中国体育用品企业海外销售渠道分布
    - 6.4.3 中国体育用品企业海外线上销售情况
    - 6.4.4 中国体育用品企业海外线下渠道情况
  - 6.5 体育用品出海核心竞争力：产品创新力（本土化产品）
    - 6.5.1 体育用品产品创新能力概述
    - 6.5.2 中国体育用品企业出海产品创新现状
    - 6.5.3 中国体育用品企业出海的本土化产品
  - 6.6 体育用品出海核心竞争力：品牌建设力（营销&推广）
    - 6.6.1 体育用品品牌建设能力概述
    - 6.6.2 体育用品企业出海品牌形象建设方式
    - 6.6.3 体育用品企业出海品牌形象建设情况
      - 1、传统运动品牌形象建设情况
      - 2、新兴品牌形象建设情况
  - 6.7 体育用品出海核心竞争力：合规经营能力（用工&经营）
    - 6.7.1 体育用品企业海外用工情况
      - 1、海外主要用工方式
      - 2、海外福利结构分析
      - 3、海外职场文化综述
      - 4、中国体育用品海外员工情况
    - 6.7.2 体育用品企业出海合规经营
      - 1、中企出海合规经营重要性
      - 2、中企出海的合规经营要点
      - 3、中企出海的数据合规挑战
- 第7章：中国体育用品出海地区分布及目标市场
  - 7.1 中国体育用品企业海外布局区域
  - 7.2 中国体育用品企业海外营商环境
  - 7.3 中国体育用品企业海外发展格局
  - 7.4 中国体育用品出海目标市场：美国
    - 7.4.1 美国体育用品营商环境
    - 7.4.2 美国体育用品市场概况
      - 1、美国体育用品消费者特点
      - 2、美国体育用品市场规模
    - 7.4.3 美国体育用品竞争态势
    - 7.4.4 美国体育用品市场潜力
  - 7.5 中国体育用品出海目标市场：日本
    - 7.5.1 日本体育用品营商环境
    - 7.5.2 日本体育用品市场概况
      - 1、日本体育用品消费者特点
      - 2、日本体育用品市场规模
    - 7.5.3 日本体育用品竞争态势
    - 7.5.4 日本体育用品市场潜力

## 7.6 中国体育用品出海目标市场：俄罗斯

- 7.6.1 俄罗斯体育用品营商环境
- 7.6.2 俄罗斯体育用品市场概况
  - 1、俄罗斯体育用品消费者特点
  - 2、俄罗斯体育用品市场规模
- 7.6.3 俄罗斯体育用品竞争格局
- 7.6.4 俄罗斯体育用品市场潜力

## 7.7 中国体育用品出海目标市场：英国

- 7.7.1 英国体育用品营商环境
- 7.7.2 英国体育用品市场概况
  - 1、英国体育用品消费者特点
  - 2、英国体育用品市场规模
- 7.7.3 英国体育用品竞争格局
- 7.7.4 英国体育用品市场潜力

## 7.8 中国体育用品企业出海目标市场战略地位分析

## 第8章：中国体育用品出海品类分布及重点产品

### 8.1 海外体育用品市场细分品类需求特征分析

### 8.2 中国体育用品企业海外布局细分市场概况

### 8.3 中国体育用品企业海外布局细分市场结构

### 8.4 中国体育用品出海细分品类：运动鞋服

- 8.4.1 运动鞋服概述
  - 1、运动鞋市场产品分类
  - 2、运动服装产品分类
- 8.4.2 运动鞋服发展现状
  - 1、运动鞋
  - 2、运动服
- 8.4.3 运动鞋服竞争格局
  - 1、运动鞋竞争格局
  - 2、篮球鞋市场分析
  - 3、网球鞋市场分析
  - 4、慢跑鞋市场分析
  - 5、帆布鞋市场分析
  - 6、运动鞋服竞争格局
- 8.4.4 运动鞋服出口数据
  - 1、出口规模
  - 2、出口国别
- 8.4.5 运动鞋服出海现状
- 8.4.6 运动鞋服出海品牌

### 8.5 中国体育用品出海细分品类：健身器材（跑步机等）

- 8.5.1 健身器材概述
  - 1、健身器材的使用区域
  - 2、产品规格大小和用途
  - 3、产品的体积和承重大小
  - 4、产品使用的性质和效果
- 8.5.2 健身器材发展现状
- 8.5.3 健身器材竞争格局
- 8.5.4 健身器材出口数据
  - 1、出口规模
  - 2、出口国别
- 8.5.5 健身器材出海现状
- 8.5.6 健身器材出海品牌

### 8.6 中国体育用品出海细分品类：球类产品（高尔夫球、乒羽网球、足篮排球）

- 8.6.1 球类产品概述
  - 1、球类运动种类
  - 2、球类产品分类
- 8.6.2 球类产品发展现状
  - 1、企业单位数量
  - 2、营收规模
- 8.6.3 球类产品竞争格局

- 8.6.4 球类产品出口数据
    - 1、足球、篮球、排球
      - (1) 出口规模
      - (2) 出口国别
    - 2、乒乓球、羽毛球、网球及相关用品
      - (1) 出口规模
      - (2) 出口国别
  - 8.6.5 球类产品出海现状
  - 8.6.6 球类产品出海品牌
  - 8.7 中国体育用品出海细分品类：水上运动产品**
    - 8.7.1 水上运动产品概述
    - 8.7.2 水上运动产品发展现状
    - 8.7.3 水上运动产品竞争格局
    - 8.7.4 水上运动产品出口数据
      - 1、出口规模
      - 2、出口国别
    - 8.7.5 水上运动产品出海现状
    - 8.7.6 水上运动产品出海品牌
  - 8.8 中国体育用品出海细分品类：其他**
    - 8.8.1 冰雪器材装备
      - 1、出口金额
      - 2、出口国别
    - 8.8.2 人造草坪（仿真草坪）
      - 1、出口金额
      - 2、出口国别
  - 8.9 中国体育用品细分品类出海市场战略地位分析**
- 第9章：中国体育用品出海省市分布及重点省市**
- 9.1 中国体育用品产业发展区域格局**
  - 9.2 中国体育用品出海企业区域分布**
  - 9.3 中国体育用品产业集群/园区建设**
  - 9.4 中国各省市体育用品出海政策梳理**
  - 9.5 中国体育用品出海重点省市：福建省**
    - 9.5.1 福建省体育用品行业发展现状
      - 1、产业集群建设情况
      - 2、代表企业/品牌建设情况
    - 9.5.2 福建省体育用品出口贸易情况
    - 9.5.3 福建省体育用品企业出海汇总
    - 9.5.4 福建省体育用品出海政策规划
  - 9.6 中国体育用品出海重点省市：广东省**
    - 9.6.1 广东省体育用品行业发展现状
      - 1、广东省体育产业现状
      - 2、细分产品布局
      - 3、代表企业/品牌建设情况
    - 9.6.2 广东省体育用品出口贸易情况
    - 9.6.3 广东省体育用品企业出海汇总
    - 9.6.4 广东省体育用品出海政策规划
  - 9.7 中国体育用品出海重点省市：浙江省**
    - 9.7.1 浙江省体育用品行业发展现状
      - 1、体育用品行业产出情况
      - 2、细分产品布局
      - 3、代表企业/品牌建设情况
    - 9.7.2 浙江省体育用品出口贸易情况
    - 9.7.3 浙江省体育用品企业出海汇总
    - 9.7.4 浙江省体育用品出海政策规划
- 第10章：中国体育用品出海品牌案例及经验借鉴**
- 10.1 海外体育用品企业跨国经营经验借鉴**
    - 10.1.1 美国耐克（NIKE）
      - 1、NIKE基本信息
      - 2、NIKE经营情况

- 3、NIKE全球化布局现状
- 4、NIKE全球化经验借鉴
- 10.1.2 德国阿迪达斯 (ADIDAS)
  - 1、ADIDAS基本信息
  - 2、ADIDAS经营情况
  - 3、ADIDAS全球化经验借鉴
- 10.1.3 德国彪马 (PUMA)
  - 1、PUMA基本信息
  - 2、PUMA经营情况
  - 3、PUMA全球化经验借鉴
- 10.2 中国体育用品出海企业布局现状对比**
- 10.3 中国体育用品企业出海布局案例分析**
  - 10.3.1 安踏体育用品集团有限公司
    - 1、企业发展历程/基本信息/产品结构/经营状况
      - (1) 发展历程
      - (2) 基本信息
      - (3) 产品结构
      - (4) 经营情况
    - 2、企业体育用品出海品牌形象建设/产品本土化
      - (1) 海外品牌形象建设
      - (2) 产品本土化
    - 3、企业体育用品出口认证情况
    - 4、企业体育用品全球供应链/仓储物流
    - 5、企业体育用品目标市场/出海布局路径
      - (1) 出海目标市场及路径
      - (2) 海外销售渠道布局
    - 6、企业体育用品出海布局的战略/规划/优劣势分析
  - 10.3.2 李宁有限公司
    - 1、企业发展历程/基本信息/产品结构/经营状况
      - (1) 发展历程
      - (2) 基本信息
      - (3) 产品结构
      - (4) 经营情况
    - 2、企业体育用品品牌形象建设
    - 3、企业海外收购情况
    - 4、企业体育用品出海布局路径
    - 5、企业体育用品出海布局的战略/规划/优劣势分析
  - 10.3.3 福建匹克集团有限公司
    - 1、企业发展历程/基本信息/产品结构/经营状况
      - (1) 发展历程
      - (2) 基本信息
      - (3) 产品结构
      - (4) 经营情况
    - 2、企业体育用品出海品牌形象建设
    - 3、企业体育用品出口认证/合规经营/海外员工管理
    - 4、企业体育用品目标市场/出海布局路径/销售渠道
    - 5、企业体育用品出海布局的战略/规划/优劣势分析
  - 10.3.4 特步 (中国) 有限公司
    - 1、企业发展历程/基本信息/产品结构/经营状况
      - (1) 发展历程
      - (2) 基本信息
      - (3) 产品结构
      - (4) 经营情况
    - 2、企业体育用品品牌形象建设/产品本土化
      - (1) 品牌形象建设
      - (2) 产品本土化
    - 3、企业体育用品海外并购情况
    - 4、企业体育用品出海布局路径/销售渠道
    - 5、企业体育用品出海布局的战略/规划/优劣势分析

- 10.3.5 广州双鱼体育用品集团有限公司
  - 1、企业发展历程/基本信息/产品结构/经营状况
    - (1) 发展历程
    - (2) 基本信息
    - (3) 产品结构
    - (4) 经营情况
  - 2、企业体育用品出海品牌形象建设
  - 3、企业体育用品出口业务情况
  - 4、企业体育用品目标市场/出海布局路径/销售渠道
  - 5、企业体育用品出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 10.3.6 上海红双喜股份有限公司
  - 1、企业发展历程/基本信息/产品结构/经营状况
    - (1) 发展历程
    - (2) 基本信息
    - (3) 产品结构
    - (4) 经营情况
  - 2、企业体育用品出海产品/品牌形象建设/产品本土化
    - (1) 出海产品
    - (2) 出海品牌形象建设
    - (3) 本土化情况
  - 3、企业体育用品出口认证情况
  - 4、企业体育用品目标市场/销售渠道
  - 5、企业体育用品出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 10.3.7 青岛英派斯健康科技股份有限公司
  - 1、企业发展历程/基本信息/产品结构/经营状况
    - (1) 发展历程
    - (2) 基本信息
    - (3) 产品结构
    - (4) 经营情况
  - 2、企业体育用品出海产品/品牌形象建设/产品本土化
    - (1) 出海产品
    - (2) 出海品牌形象建设
    - (3) 产品本土化
  - 3、企业体育用品出口认证
  - 4、企业体育用品海外基地/仓储物流/全球化供应链
  - 5、企业体育用品目标市场/出海销售渠道
    - (1) 目标市场
    - (2) 出海渠道
  - 6、企业体育用品出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 10.3.8 浙江健盛集团股份有限公司
  - 1、企业发展历程/基本信息/产品结构/经营状况
    - (1) 发展历程
    - (2) 基本信息
    - (3) 产品结构
    - (4) 经营情况
  - 2、企业体育用品出海产品/产品本土化
    - (1) 出海产品
    - (2) 产品本土化
  - 3、企业体育用品出口认证/合规经营/海外员工管理
  - 4、企业体育用品海外基地
  - 5、企业体育用品目标市场/销售渠道
  - 6、企业体育用品出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 10.3.9 三六一度(中国)有限公司
  - 1、企业发展历程/基本信息/产品结构/经营状况
    - (1) 发展历程
    - (2) 基本信息
    - (3) 产品结构
    - (4) 经营情况
  - 2、企业体育用品出海产品/品牌形象建设/产品本土化

- (1) 出海产品
- (2) 品牌形象建设
- (3) 产品本土化
- 3、企业体育用品出口认证
- 4、企业体育用品目标市场/销售渠道
- 5、企业体育用品出海布局的战略/规划/优劣势分析
- 10.3.10 中山华利实业集团股份有限公司
  - 1、企业发展历程/基本信息/产品结构/经营状况
    - (1) 发展历程
    - (2) 基本信息
    - (3) 产品结构
    - (4) 经营情况
  - 2、企业体育用品出海产品/本土化
  - 3、企业体育用品海外基地建设情况
  - 4、企业体育用品目标市场
  - 5、企业体育用品出海布局的战略/规划/优劣势分析

### ——机遇篇——

#### 第11章：海外体育用品行业宏观环境/PEST/SWOT

##### 11.1 海外体育用品行业宏观环境分析

###### 11.1.1 海外体育用品行业经济环境分析

- 1、美国经济环境概况
- 2、日本经济环境概况
- 3、欧洲经济环境概况

###### 11.1.2 海外体育用品行业社会环境分析

###### 11.1.3 海外体育用品行业技术环境分析

##### 11.2 海外体育用品行业PEST环境总结

##### 11.3 海外体育用品行业SWOT分析图

#### 第12章：中国体育用品出海市场潜力及发展趋势

##### 12.1 中国体育用品企业出海布局市场潜力评估

##### 12.2 中国体育用品企业出海布局市场前景预测

##### 12.3 中国体育用品企业出海布局发展趋势洞悉

###### 12.3.1 中国体育用品企业出海布局整体趋势

###### 12.3.2 中国体育用品企业出海监管规范趋势

###### 12.3.3 中国体育用品企业出海产品创新趋势

###### 12.3.4 中国体育用品企业出海模式创新趋势

#### 第13章：中国体育用品出海投资机遇及进入建议

##### 13.1 中国体育用品企业出海潜在风险因素分析

###### 13.1.1 贸易政策风险

###### 13.1.2 市场竞争风险

###### 13.1.3 技术风险

###### 13.1.4 汇率波动风险

###### 13.1.5 供应链风险

##### 13.2 中国体育用品企业出海投资机遇分析——全产业链配套

###### 13.2.1 不足：海外体育用品产业链薄弱点投资机会

###### 13.2.2 欠缺：海外体育用品产业链空白点投资机会

##### 13.3 中国体育用品企业出海投资机遇分析——细分领域布局

###### 13.3.1 中游：海外体育用品细分产品生产/服务布局机会

###### 13.3.2 下游：海外体育用品细分应用领域/场景布局机会

##### 13.4 中国体育用品企业出海投资机遇分析——优势区域布局

###### 13.4.1 发达国家投资机会

###### 13.4.2 发展中国家投资机会

##### 13.5 基于营商环境的体育用品海外市场进入建议

###### 13.5.1 海外营商环境分析

###### 13.5.2 基于营商环境的体育用品海外市场进入

##### 13.6 中国体育用品企业出海布局投资策略建议

## 图表目录

- 图表1: 体育用品分类-1  
图表2: 体育用品分类-2  
图表3: 体育用品分类-3  
图表4: 全球体育用品产业分工及产业链条  
图表5: 全球体育用品产业链生态全景图谱  
图表6: 全球体育用品产业链区域热力地图  
图表7: 国内外体育用品市场监管体系概况  
图表8: 国内外体育用品产业市场准入制度  
图表9: 国内外体育用品技术标准  
图表10: 中国体育用品代表性技术标准汇总  
图表11: 国内外体育用品标差异分析  
图表12: 我国体育用品行业发展历程  
图表13: 2015-2024年中国规模以上体育用品零售商品销售额及同比增长（单位：亿元，%）  
图表14: 2018-2024年中国体育用品制造增加值（单位：亿元）  
图表15: 中国体育用品行业市场主体类型构成  
图表16: 中国体育用品出海参与者类型  
图表17: 2015-2025年中国体育用品行业历年新增注册企业数量（单位：家）  
图表18: 中国体育用品主要企业布局  
图表19: 中国体育用品行业新势力产品布局情况  
图表20: 截至2025年中国体育用品上市产品数量-线上渠道（单位：个）  
图表21: 截至2025年中国体育用品代表性企业产品数量（单位：个）  
图表22: CSS TRENDS中国体博会新品趋势发布及展示入选企业及产品名单-健身器材类  
图表23: CSS TRENDS中国体博会新品趋势发布及展示入选企业及产品名单-个人体育用品、装备、消费类  
图表24: 中国体育用品代表性企业新产品发布动态  
图表25: 中国体育用品代表性企业OEM/ODM业务概况  
图表26: 中国体育用品代表性企业内自主品牌收入占比（单位：%）  
图表27: 中国体育用品代表性出海品类自主品牌及OBM占比（单位：%）  
图表28: 中国体育用品产线建设项目汇总  
图表29: 中国体育用品行业代表性企业生产能力  
图表30: 2015-2024年中国体育用品及相关产品制造总产出及同比增长（单位：亿元，%）  
图表31: 中国体育用品生产情况/产量（单位：万个，万台，万件，万副）  
图表32: 中国体育用品市场流通渠道  
图表33: 中国体育用品企业销售渠道布局情况汇总  
图表34: 中国体育用品渗透率/普及率  
图表35: 中国体育用品行业代表性企业产品销售情况（单位：万个，万台，万件，万副）  
图表36: 中国体育用品库存情况（单位：万个，万台，万件，万副）  
图表37: 中国体育用品行业代表性上市公司产销率（单位：%）  
图表38: 2025年中国体育用品市场价格情况（单位：元）  
图表39: 中国体育用品同业竞争程度  
图表40: 中国体育用品竞争梯队分布  
图表41: 2024年上半年中国体育用品行业上市公司业务收入（单位：亿元）  
图表42: 2023年中国体育用品行业市场份额（单位：%）  
图表43: 2023年中国体育用品行业集中度分析（单位：%）  
图表44: 2017-2024年代表性上市公司毛利率情况（单位：%）  
图表45: 中国体育用品行业进出口产品税则号  
图表46: 2018-2024年中国体育用品行业进出口状况表（单位：亿美元）  
图表47: 2017-2024年中国体育用品行业进口额及同比增长（单位：亿美元，%）  
图表48: 2023-2024年中国体育用品行业主要进口产品结构表（按照数量）（单位：千克，个，支，件，台，副，根，辆，双，套，艘，百个）  
图表49: 2024年中国体育用品行业进口产品类型结构（按照金额）（单位：%）  
图表50: 2024年中国体育用品行业进口来源国/地区（按照金额）（单位：%）  
图表51: 2017-2024年中国体育用品行业出口额及同比增长（单位：亿美元，%）  
图表52: 2023-2024年中国体育用品行业主要出口产品结构表（按照数量）（单位：千克，个，支，件，台，副，根，辆，双，套，艘，百个）  
图表53: 2024年中国体育用品行业出口产品类型结构（按照金额）（单位：%）

- 图表54: 2024年中国体育用品的出口目标市场金额占比(单位: %)
- 图表55: 2020-2024年中国体育用品出口贸易方式占比(单位: %)
- 图表56: 2024年中国体育用品出口贸易额TOP10省市(单位: 亿美元)
- 图表57: 全球及中国体育用品行业发展历程对比
- 图表58: 2023-2024年全球及中国体育用品行业市场规模/体量对比(单位: %)
- 图表59: 全球及中国体育用品行业市场供给/生产对比
- 图表60: 全球及中国体育用品典型企业/产品布局对比(单位: 亿美元, 亿欧元, 亿日元, 亿元)
- 图表61: 2022-2024年全球体育用品市场贸易结构(单位: %)
- 图表62: 2023-2024全球体育用品区域发展格局及中国市场地位(单位: %)
- 图表63: 2024年全球体育用品市场竞争格局(单位: %)
- 图表64: 2024年全球体育用品市场集中度(单位: %)
- 图表65: 全球体育用品并购交易态势
- 图表66: 2024年中国体育用品行业三大领先企业全球市场份额(%)
- 图表67: 中国体育用品企业出海布局动因
- 图表68: 中国体育用品企业国际化发展的动因分析
- 图表69: 中国企业出海驱动因素调研(单位: %)
- 图表70: 2019-2024年中国体育用品代表性企业收入增速(单位: %)
- 图表71: 2023-2024年东南亚主要国家运动户外品类GMV趋势(单位: 万美元)
- 图表72: 2023年中国代表性体育用品上市公司成本结构(单位: %)
- 图表73: 劳动密集型国家制造业单位劳动力成本(单位: 美元/小时)
- 图表74: 2019-2024年中国体育用品出海税收及政策支持
- 图表75: 全球贸易政策汇总
- 图表76: 2015-2024年中国对外直接投资流量和存量(单位: 亿美元)
- 图表77: 2015-2023年中国对外直接投资流量占全球对外投资额的比例(单位: %)
- 图表78: 2023年中国对外直接投资区域分布(按照投资流量)(单位: %)
- 图表79: 2023年中国对外直接投资区域分布(按照投资存量)(单位: %)
- 图表80: 截至2023年中国对外直接投资行业构成(按照投资存量)(单位: 亿美元)
- 图表81: 2021-2024年中国及全球粗钢产量(单位: 万吨, %)
- 图表82: 2023年全球主要国家/地区平均/最低时薪(单位: 美元)
- 图表83: 中国体育用品企业出海模式分析
- 图表84: 中国体育用品出海方式分析
- 图表85: 截至2025年2月中国体育用品海外布局代表性企业汇总
- 图表86: 中国体育用品行业代表性企业海外布局进程
- 图表87: 截至2025年2月中国体育用品企业出海布局动态
- 图表88: 截至2025年2月中国体育用品跨境投资并购动态
- 图表89: 2023-2024年中国体育用品企业海外项目建设
- 图表90: 截至2025年2月中国体育用品企业海外生产情况
- 图表91: 2020-2024年中国体育用品企业海外市场收入及占比情况(单位: 亿美元, %)
- 图表92: 中国体育用品企业海外销售比重(单位: %)
- 图表93: 中国体育用品企业海外战略合作
- 图表94: 体育用品企业出海面临挑战分析
- 图表95: 中国体育用品企业海外市场拓展步骤
- 图表96: 体育用品企业出海核心竞争力构建综述
- 图表97: 不同类型海外仓优缺点分析
- 图表98: 中国体育用品企业海外销售模式分析
- 图表99: 中国体育用品出海企业渠道布局情况
- 图表100: 2024年6月东南亚电商平台户外运动/运动健身TOP10品牌
- 图表101: 中国体育用品企业海外线下渠道情况
- 图表102: 中国体育用品创新能力概述
- 图表103: 2018-2024年中国体育用品代表性出海企业研发投入(单位: 亿元)
- 图表104: 中国体育用品企业出海产品创新现状
- 图表105: 中国体育用品企业出海的本土化布局
- 图表106: 体育用品品牌建设能力概述
- 图表107: 中国体育用品代表性出海企业出海品牌形象建设布局情况
- 图表108: 李宁海外品牌形象建设重点事件
- 图表109: 海外主要用工方式
- 图表110: 海外主要用工方式要素对比
- 图表111: 亚洲主要国家社保成本及福利
- 图表112: 亚洲主要国家年假制度

图表113: 欧洲主要国家年假制度  
图表114: 体育用品企业出海合规经营要点  
图表115: 体育用品企业出海数据合规重要性  
图表116: 体育用品企业出海数据合规措施  
图表117: 中国体育用品企业海外布局区域  
图表118: 中国体育用品企业海外营商环境  
图表119: 2023-2024年中国体育用品出口国别情况 (单位: %)  
图表120: 美国营商环境优化举措  
略 . . . . 完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: [service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!