2026-2031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球市场的竞争力
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13：2016-2025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14：2019-2025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30：2016-2025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41：2025年中国体育用品行业上市公司业务收入（单位：亿元）
图表42：2025年中国体育用品行业市场份额（单位：%）
图表43：2025年中国体育用品行业集中度分析（单位：%）
图表44：2018-2025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46：2019-2025年中国体育用品行业进出口状况表（单位：亿美元）
图表47：2018-2025年中国体育用品行业进口额及同比增长（单位：亿美元，%）
图表48：2023-2025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49：2025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50：2025年中国体育用品行业进口来源国/地区（按照金额）（单位：%）
图表51：2018-2025年中国体育用品行业出口额及同比增长（单位：亿美元，%）
图表52：2023-2025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53：2025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54：2025年中国体育用品的出口目标市场金额占比（单位：%）
图表55：2021-2025年中国体育用品出口贸易方式占比（单位：%）
图表56：2025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58：2023-2025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61：2022-2025年全球体育用品市场贸易结构（单位：%）
图表62：2023-2025年全球体育用品区域发展格局及中国市场地位（单位：%）
图表63：2025年全球体育用品市场竞争格局（单位：%）
图表64：2025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66：2025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70：2020-2025年中国体育用品代表性企业收入增速（单位：%）
图表71：2023-2025年东南亚主要国家运动户外品类GMV趋势（单位：万美元）
图表72：2025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74：2020-2025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76：2016-2025年中国对外直接投资流量和存量（单位：亿美元）
图表77：2017-2025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78：2025年中国对外直接投资区域分布（按照投资流量）（单位：%）
图表79：2025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2025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81：2021-2025年中国及全球粗钢产量（单位：万吨，%）
图表82：2025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年中国体育用品企业出海布局动态
图表88：截至2025年中国体育用品跨境投资并购动态
图表89：2023-2025年中国体育用品企业海外项目建设
图表90：截至2025年中国体育用品企业海外生产情况
图表91：2021-2025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100：2025年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103：2019-2025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119：2023-2025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

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！