2026-2031年全球及中国体育用品行业发展前景展望与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——
第1章：体育用品综述/产业画像/研究说明
1.1 体育用品产业综述
1.1.1 体育用品的界定
1.1.2 体育用品的分类
1.1.3 体育用品所处行业
1.1.4 体育用品市场监管
1.1.5 体育用品标准规范
1.2 体育用品产业画像
1.2.1 体育用品产业链结构示意图
1.2.2 体育用品产业链生态全景图
1.2.3 体育用品产业链区域热力图
1.3 体育用品研究说明
1.3.1 本报告研究范围界定
1.3.2 本报告权威数据来源
1.3.3 本报告研究统计方法
——现状篇——
第2章：全球体育用品行业发展现状分析
2.1 全球体育用品行业发展历程
2.2 全球体育用品市场规模体量
2.3 全球体育用品市场供需现状
2.3.1 全球运动鞋服市场概况
2.3.2 全球球类产品市场概况
2.3.4 全球健身器材市场概况
2.3.5 全球体育用品竞争格局
2.4 全球体育用品区域发展格局
2.4.1 全球体育用品区域发展格局
2.4.2 全球体育用品区域贸易流向
2.4.3 全球体育用品国际贸易规模
2.5 国外体育用品发展经验借鉴
2.6 全球体育用品市场前景预测
2.7 全球体育用品发展趋势洞悉
第3章：中国体育用品行业发展现状分析
3.1 中国体育用品行业发展历程
3.2 中国体育用品市场规模体量
3.3 中国体育用品市场主体类型
3.3.1 中国体育用品市场的参与者
3.3.2 中国体育用品企业入场方式
3.3.3 中国体育用品企业数量名单
3.3.4 中国体育用品企业入场进程
3.4 中国体育用品商业运营模式
3.4.1 体育用品行业“轻资产运营”模式
3.4.2 中国体育用品OEM/ODM概况
3.4.3 中国体育用品自主品牌及OBM
3.5 中国体育用品供给现状/生产
3.5.1 中国体育用品主要企业布局
3.5.2 中国体育用品产能投资热度
3.5.3 中国体育用品产线建设热度
3.5.4 中国体育用品生产能力/产能

3.5.5 中国体育用品生产情况/产量
3.6 中国体育用品对外贸易/顺差
3.6.1 体育用品适用海关HS编码
3.6.2 中国体育用品对外贸易概况
3.6.3 中国体育用品进口贸易概况
3.6.4 中国体育用品出口贸易概况
1、体育用品出口规模变化
2、体育用品出口产品结构
3、体育用品出口省市分布
4、体育用品出口目的地
3.7 中国体育用品需求现状/销售
3.7.1 中国体育用品渗透率/普及率
3.7.2 中国体育用品市场需求量变化
3.7.3 中国体育用品企业销售量对比
3.8 中国体育用品供求关系/价格
3.8.1 中国体育用品库存及产销率
3.8.2 中国体育用品市场供求关系
3.8.3 中国体育用品市场价格水平
3.9 中国体育用品企业的毛利率
3.10 中国体育用品招标投标/采购
3.10.1 体育用品招标投标/模式政策
3.10.2 体育用品招标投标/事件汇总
3.10.3 体育用品招标投标/规模统计
3.10.4 体育用品招标投标/数据解读
3.11 中国体育用品行业发展痛点/挑战
第4章：中国体育用品市场竞争及投融资
4.1 中国体育用品行业竞争对手分析『同业竞争者』
4.1.1 中国体育用品现有直接竞争者的竞争程度
4.1.2 中国体育用品潜在/跨界竞争者的进入威胁
4.2 中国体育用品行业竞争态势矩阵（CPM矩阵）
4.2.1 中国体育用品企业关键成功因素KSF
4.2.2 中国体育用品行业竞争者的竞争势头
4.2.3 中国体育用品行业竞争者的战略集群
4.3 中国体育用品市场竞争结构分析/差异化竞争
4.3.1 中国体育用品行业所处生命周期阶段
4.3.2 中国体育用品行业市场集中度『CRn』
4.3.3 中国体育用品行业产品差异化程度
4.4 中国体育用品市场竞争梯队分布
4.5 中国体育用品市场竞争格局分析
4.6 中国体育用品企业投资并购态势
4.6.1 中国体育用品企业投资布局
4.6.2 中国体育用品企业兼并重组
4.7 中国体育用品企业融资情况解读
4.7.1 中国体育用品企业融资渠道
4.7.2 中国体育用品企业IPO动态
4.7.3 中国体育用品企业融资事件
4.7.4 中国体育用品企业融资规模
4.7.5 中国体育用品热门融资赛道
4.8 中国体育用品企业国内外竞争力
4.8.1 中国市场：体育用品企业VS外资企业
4.8.2 海外市场：中国体育用品企业全球化
第5章：中国体育用品细分市场发展分析
5.1 体育用品细分市场发展现状
5.2 体育用品细分市场结构分析
5.3 体育用品细分市场：运动服
5.3.1 运动服概述
5.3.2 运动服企业及其产品
5.3.3 运动服市场发展现状
1、运动服装零售额

2、运动服装销售渠道
5.3.4 运动服竞争格局分析
5.3.5 运动服发展趋势前景
1、运动服市场增长空间
2、运动服市场发展趋势
5.4 体育用品细分市场：运动鞋
5.4.1 运动鞋概述
5.4.2 运动鞋企业及其产品
5.4.3 运动鞋市场发展现状
1、运动鞋零售额
2、运动鞋销售渠道
5.4.4 运动鞋竞争格局分析
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、休闲鞋市场分析
5.4.5 运动鞋发展趋势前景
1、运动鞋市场增长空间
2、运动鞋市场发展趋势
5.5 体育用品细分市场：球类产品
5.5.1 球类产品概述
1、球类运动种类
2、球类产品分类
5.5.2 球类产品市场发展现状
1、球类产品市场规模
2、球类产品进出口数据
5.5.3 球类产品——乒乓球市场
1、乒乓球用品发展现状
2、乒乓球用品市场格局
3、乒乓球用品发展潜力
5.5.4 球类产品——篮球市场
1、篮球用品发展现状
2、篮球用品市场格局
3、篮球用品消费画像
4、篮球用品发展潜力
5.5.5 球类产品——足球市场
1、足球用品发展现状
2、足球用品市场格局
3、中国足球球迷画像
4、足球用品发展潜力
5.5.6 球类产品——排球市场
1、排球用品发展现状
2、排球用品市场格局
3、排球用品发展潜力
5.5.7 球类产品——台球市场
1、台球用品发展现状
2、台球用品市场格局
3、台球用品发展潜力
5.5.8 球类产品——网球市场
1、网球用品发展现状
2、网球用品市场格局
3、网球用品发展潜力
5.5.9 球类产品——羽毛球市场
1、羽毛球用品发展现状
2、羽毛球用品市场格局
3、羽毛球用品发展潜力
5.5.10 球类产品——高尔夫球市场

1、高尔夫球用品发展现状
2、高尔夫球用品市场格局
3、高尔夫球用品发展潜力
5.5.11 球类产品发展趋势前景
1、球类产品市场增长空间
2、球类产品市场发展趋势
5.6 体育用品细分市场：健身器材
5.6.1 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
5.6.2 健身器材企业及其产品
5.6.3 健身器材市场发展现状
1、健身器材消费情况
2、健身器材用户画像
3、健身器材进出口——跑步机
4、健身器材进出口——其他
5.6.4 健身器材竞争格局分析
5.6.5 健身器材发展趋势前景
1、健身器材市场增长空间
2、健身器材市场发展趋势
5.7 体育用品细分市场：其他
5.7.1 水上运动器械
5.7.2 冰雪器材装备
5.7.3 户外运动用品
1、户外运动器材市场现状
2、户外运动用品竞争格局
3、户外运动器材市场潜力
5.7.4 运动防护用品
1、运动防护用具产品分类
2、运动防护用具产品现状
（1）拳击手套
（2）轮滑鞋
（3）护膝护腕
3、运动防护用品竞争格局
5.8 体育用品细分市场战略地位分析
第6章：中国体育用品细分区域市场分析
6.1 中国体育用品产业资源区域分布
6.2 中国体育用品产业供给区域分布
6.3 中国体育用品产业需求区域格局
6.4 中国体育用品产业集群发展现状
6.5 体育用品重点区域：福建省
6.5.1 福建省体育用品发展环境
1、政策环境
2、经济环境
3、制造业基础
6.5.2 福建省体育用品发展现状
1、产业链配套现状
2、细分产品布局
6.5.3 福建省体育用品企业格局
6.5.4 福建省体育用品发展规划
6.6 体育用品重点区域：广东省
6.6.1 广东省体育用品发展环境
6.6.2 广东省体育用品发展现状
6.6.3 广东省体育用品企业格局
6.6.4 广东省体育用品发展规划
6.7 体育用品重点区域：江苏省
6.7.1 江苏省体育用品发展环境

6.7.2 江苏省体育用品发展现状
6.7.3 江苏省体育用品企业格局
6.7.4 江苏省体育用品发展规划
6.8 体育用品重点区域：山东省
6.8.1 山东省体育用品发展环境
6.8.2 山东省体育用品发展现状
6.8.3 山东省体育用品企业格局
6.8.4 山东省体育用品发展规划
6.9 体育用品重点区域：浙江省
6.9.1 浙江省体育用品发展环境
6.9.2 浙江省体育用品发展现状
6.9.3 浙江省体育用品企业格局
6.9.4 浙江省体育用品发展规划
第7章：中国体育用品细分销售渠道分析
7.1 体育用品用户属性/用户基本画像
7.2 体育用品用户偏好/消费行为特征
7.3 体育用品用户场景/消费场景分布
7.4 体育用品目标市场定位策略选择
7.5 体育用品行业市场营销策略制定
7.6 体育用品行业销售模式/销售渠道
7.6.1 中国体育用品市场流通渠道
7.6.2 体育用品行业销售渠道分布
7.6.3 中国体育用品企业销售渠道
7.7 体育用品电子商务/线上渠道布局
7.7.1 体育用品电商发展概况
7.7.2 体育用品主要电商渠道：天猫
7.7.3 体育用品主要电商渠道：京东
7.8 体育用品终端零售/线下渠道布局
7.8.1 体育用品终端零售市场概况
7.8.2 体育用品终端零售渠道：品牌实体店
7.8.3 体育用品终端零售渠道：大型商超
7.8.4 体育用品终端零售渠道：体育用品集合店
7.9 体育用品细分消费市场战略地位分析
第8章：全球及中国体育用品企业案例解析
8.1 全球及中国体育用品企业梳理对比
8.2 全球体育用品企业案例分析【不分先后，可指定】
8.2.1 美国耐克（NIKE）
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业体育用品业务布局
4、企业体育用品在华布局
8.2.2 德国阿迪达斯（ADIDAS）
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业体育用品业务布局
4、企业体育用品在华布局
8.2.3 德国彪马（PUMA）
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业体育用品业务布局
4、企业体育用品在华布局
8.2.4 意大利卡帕（KAPPA）
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业体育用品业务布局
4、企业体育用品在华布局
8.2.5 日本亚瑟士（ASICS）
1、企业基本信息
2、企业经营情况

3、企业体育用品业务布局
4、企业体育用品在华布局
8.3 中国体育用品企业案例分析【不分先后，可指定】
8.3.1 安踏体育用品有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
（3）销售区域/空间布局
（4）融资历程/对外投资
3、企业经营资质/能力资质
4、企业研发投入/专利技术
5、企业体育用品产品/业务布局
6、企业体育用品营销/销售布局
7、企业发展战略&优劣势
8.3.2 李宁有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
（3）销售区域/空间布局
（4）融资历程/对外投资
3、企业经营资质/能力资质
4、企业研发投入/专利技术
5、企业体育用品产品/业务布局
6、企业体育用品营销/销售布局
7、企业发展战略&优劣势
8.3.3 福建匹克集团有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
（3）销售区域/空间布局
（4）融资历程/对外投资
3、企业经营资质/能力资质
4、企业研发投入/专利技术
5、企业体育用品产品/业务布局
6、企业体育用品营销/销售布局
7、企业发展战略&优劣势
8.3.4 特步集团有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
（3）销售区域/空间布局
（4）融资历程/对外投资
3、企业经营资质/能力资质
4、企业研发投入/专利技术
5、企业体育用品产品/业务布局
6、企业体育用品营销/销售布局
7、企业发展战略&优劣势
8.3.5 申洲国际集团控股有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
（3）销售区域/空间布局
（4）融资历程/对外投资
3、企业经营资质/能力资质

4、企业研发投入/专利技术
5、企业体育用品产品/业务布局
6、企业体育用品营销/销售布局
7、企业发展战略&优劣势
8.3.6 三六一度（中国）有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
（3）销售区域/空间布局
（4）融资历程/对外投资
3、企业经营资质/能力资质
4、企业研发投入/专利技术
5、企业体育用品产品/业务布局
6、企业体育用品营销/销售布局
7、企业发展战略&优劣势
8.3.7 江苏金陵体育器材股份有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
（3）销售区域/空间布局
（4）融资历程/对外投资
3、企业经营资质/能力资质
4、企业研发投入/专利技术
5、企业体育用品产品/业务布局
6、企业体育用品营销/销售布局
7、企业发展战略&优劣势
8.3.8 牧高笛户外用品股份有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
（3）销售区域/空间布局
（4）融资历程/对外投资
3、企业经营资质/能力资质
4、企业研发投入/专利技术
5、企业体育用品产品/业务布局
6、企业体育用品营销/销售布局
7、企业发展战略&优劣势
8.3.9 探路者控股集团股份有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
（3）销售区域/空间布局
（4）融资历程/对外投资
3、企业经营资质/能力资质
4、企业研发投入/专利技术
5、企业体育用品产品/业务布局
6、企业体育用品营销/销售布局
7、企业发展战略&优劣势
8.3.10 北京卡宾滑雪体育发展集团股份有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
3、企业经营资质/能力资质
4、企业研发投入/专利技术
5、企业体育用品产品/业务布局
6、企业体育用品营销/销售布局

7、企业发展战略&优劣势
——展望篇——
第9章：中国体育用品行业政策环境/PEST/SWOT
9.1 中国体育用品行业政策汇总解读『P』
9.1.1 中国体育用品行业政策汇总
9.1.2 中国体育用品行业发展规划
9.1.3 中国体育用品重点政策解读
9.1.4 各地体育用品政策规划汇总
9.1.5 各地体育用品的政策热力图
9.1.6 各地体育用品发展目标解读
9.2 中国体育用品行业经济社会环境
9.2.1 中国体育用品经济环境分析『E』
1、中国GDP及增长情况
2、中国三次产业结构
3、中国工业经济增长情况
4、中国固定资产投资情况
5、中国宏观经济发展展望
9.2.2 中国体育用品社会环境分析『S』
1、中国人口规模增速
2、中国人口年龄结构
3、中国人口性别结构
4、中国人均可支配收入
5、中国居民人均消费支出
6、中国居民消费结构变化
9.3 中国体育用品行业PEST环境总结
9.3.1 P政策环境对体育用品行业发展的影响总结
9.3.2 E经济环境对体育用品行业发展的影响总结
9.3.3 S中国体育用品行业PEST环境总结
9.4 中国体育用品行业SWOT分析图
第10章：中国体育用品行业发展潜力及前景展望
10.1 中国体育用品行业发展潜力评估
10.1.1 体育用品行业发展现状总结
10.1.2 体育用品行业影响因素总结
1、驱动因素
2、制约因素
10.1.3 体育用品行业发展潜力评估
10.2 中国体育用品行业未来关键增长点
10.3 中国体育用品行业发展前景预测
10.4 中国体育用品行业发展趋势洞悉
10.4.1 中国体育用品行业整体发展趋势
10.4.2 中国体育用品行业细分市场趋势
10.4.3 中国体育用品行业技术创新趋势
10.4.4 中国体育用品行业市场竞争趋势
10.4.5 中国体育用品行业市场供需趋势
第11章：中国体育用品行业发展机遇及策略建议
11.1 中国体育用品行业投资风险预警
11.1.1 中国体育用品行业投资风险预警
11.1.2 中国体育用品行业投资风险应对
11.2 中国体育用品行业投资机遇分析——全产业链配套
11.2.1 不足：体育用品产业链薄弱点投资机会
11.2.2 欠缺：体育用品产业链空白点投资机会
11.3 中国体育用品行业投资机遇分析——细分领域布局
11.3.1 中游：体育用品细分产品生产/服务布局机会
11.3.2 下游：体育用品细分应用领域/场景布局机会
11.4 中国体育用品行业投资机遇分析——优势区域布局
11.4.1 国内：体育用品行业优势区域投资机会
11.4.2 海外：体育用品海外投资布局/出海机会
11.5 中国体育用品行业投资价值评估
11.6 中国体育用品行业投资策略建议

11.7 中国体育用品行业可持续发展建议

图表目录

图表1：体育用品的定义
图表2：体育用品的分类
图表3：体育用品分类-1
图表4：体育用品分类-2
图表5：体育用品所处行业
图表6：体育用品监管体系
图表7：体育用品监管机构
图表8：体育用品标准体系
图表9：体育用品标准汇总
图表10：体育用品产业链结构示意图
图表11：体育用品产业链生态全景图
图表12：体育用品产业链区域热力图
图表13：本报告研究范围界定
图表14：本报告权威数据来源
图表15：本报告研究统计方法
图表16：全球体育用品行业发展历程
图表17：全球体育用品市场规模体量
图表18：全球运动鞋服市场概况
图表19：全球球类产品市场概况
图表20：全球健身器材市场概况
图表21：全球体育用品竞争格局
图表22：全球体育用品区域发展格局
图表23：全球体育用品区域贸易流向
图表24：国外体育用品发展经验借鉴
图表25：全球体育用品市场前景预测（2026-2031年）
图表26：全球体育用品发展趋势洞悉
图表27：中国体育用品行业发展历程
图表28：我国体育用品行业发展历程
图表29：中国体育用品市场规模体量
图表30：2016-2025年中国体育用品零售商品销售额及同比增长（单位：亿元，%）
图表31：2019-2025年中国体育用品行业营业收入（单位：亿元）
图表32：中国体育用品市场参与者类型
图表33：中国体育用品企业入场方式
图表34：中国体育用品企业数量变化
图表35：中国体育用品企业入场进程
图表36：体育用品行业“轻资产运营”模式核心内容
图表37：中国体育用品自主品牌及OBM
图表38：中国体育用品主要企业布局
图表39：中国体育用品产能投资热度
图表40：中国体育用品产线建设热度
图表41：中国体育用品生产能力/产能
图表42：中国体育用品生产情况/产量
图表43：中国体育用品适用海关编码
图表44：中国体育用品行业进出口产品税则号
图表45：中国体育用品对外贸易概况
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：中国体育用品进口贸易概况
图表48：中国体育用品行业进口额及同比增长（单位：亿美元，%）
图表49：中国体育用品行业主要进口产品结构表
图表50：中国体育用品行业主要进口产品结构表
图表51：中国体育用品行业进口产品类型结构比较-1（单位：万美元，%）
图表52：中国体育用品行业运动器材进口产品类型结构比较-2（单位：%）

图表53：中国体育用品出口贸易概况
图表54：2018-2025年中国体育用品行业出口额及同比增长（单位：亿美元，%）
图表55：中国体育用品行业出口产品类型结构比较-1（单位：亿美元，%）
图表56：中国体育用品行业运动器材出口产品类型结构比较-2（单位：亿美元）
图表57：中国体育用品渗透率/普及率
图表58：中国体育用品市场需求量变化
图表59：中国体育用品企业销售量对比
图表60：中国体育用品库存及产销率
图表61：中国体育用品市场供求关系
图表62：中国体育用品供需平衡表
图表63：中国体育用品市场价格走势
图表64：中国体育用品企业的毛利率
图表65：中国体育用品招标投标/模式政策
图表66：中国体育用品招标投标/事件汇总
图表67：中国体育用品招标投标/规模统计
图表68：中国体育用品招标投标/数据解读
图表69：中国体育用品行业发展痛点/挑战
图表70：中国体育用品现有直接竞争者的竞争程度
图表71：中国体育用品潜在竞争者的进入威胁
图表72：中国体育用品关键成功因素KSF
图表73：中国体育用品行业竞争者的竞争势头
图表74：中国体育用品行业竞争者的战略集群
图表75：中国体育用品行业所处生命周期阶段
图表76：中国体育用品行业市场集中度『CRn』
图表77：中国体育用品行业产品差异化程度
图表78：中国体育用品市场竞争梯队分布
图表79：中国体育用品市场竞争格局分析
图表80：中国体育用品企业投资布局
图表81：中国体育用品企业兼并重组
图表82：中国体育用品企业融资渠道
图表83：中国体育用品企业IPO动态
图表84：中国体育用品企业融资事件
图表85：中国体育用品企业融资规模
图表86：中国体育用品热门融资赛道
图表87：体育用品外企在华市场份额
图表88：体育用品外企在华布局动态
图表89：体育用品细分市场发展现状
图表90：体育用品细分市场结构分析
图表91：运动服概述
图表92：《体育用品分类标准》中对运动服的分类
图表93：运动服企业及其产品
图表94：运动服市场发展现状
图表95：2026-2031年中国运动服装零售额情况及预测（单位：亿元）
图表96：国内主要运动品牌门店数量（单位：家）
图表97：运动服竞争格局分析
图表98：运动服发展趋势前景
图表99：运动鞋概述
图表100：运动鞋定义的分类
图表101：运动鞋的分类
图表102：运动鞋企业及其产品
图表103：运动鞋市场发展现状
图表104：运动鞋竞争格局分析
图表105：运动鞋发展趋势前景
图表106：2026-2031年中国运动鞋零售额情况（单位：亿元）
图表107：中国运动鞋服市场用户购买渠道情况（单位：%）
图表108：中国运动鞋市场竞争格局简析
图表109：中国运动鞋市场前十大品牌统计
图表110：篮球鞋品牌排行情况
图表111：网球鞋品牌排行情况

图表112：跑鞋品牌排行情况
图表113：帆布鞋品牌排行情况
图表114：休闲鞋品牌排行情况
图表115：球类产品概述
图表116：三大球类运动简介
图表117：球类产品市场发展现状
图表118：球类产品竞争格局分析
图表119：球类产品发展趋势前景
图表120：中国球类制造行业进出口状况表（单位：万美元）
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！