

# 2024-2030年中国体育用品 市场前景研究与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国体育用品市场前景研究与市场运营趋势报告》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.chinairr.org/report/R13/R1303/202312/15-585923.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

体育强则中国强，国运兴则体育兴，体育是我国重点发展的产业之一，近年来，国家不断出台各项促进体育事业和产业发展的相关文件政策、深化体育领域供给侧结构性改革、完善体育用品行业标准体系、加速体育用品行业与高新智能技术结合发展。2020年，我国体育用品总产出为12287亿元，增加值3144亿元。

经过多年的发展，我国体育用品行业培育出一批具有较强竞争实力的本土企业，形成了外资和内资共同经营和互相竞争的三足鼎立格局。目前行业内领先企业主要通过加强技术研发、构建销售网络、强化品牌塑造、培养专业人才等形成了一定程度的竞争优势。未来，随着消费者对体育用品综合要求的不断提高，行业整合将不断加强，领先企业的市场份额将逐步提升，体育用品行业壁垒更加明显。

随着2022年全国区域性新冠肺炎疫情恢复后经济的复苏，体育活动及体育赛事逐步恢复，全民健身活动火热展开，预计体育用品行业将迎来快速增长，预计到2028年，体育用品及相关产品制造业总产出将超过1.8万亿元，增加值将超过4800亿元。

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国体育用品市场前景研究与市场运营趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：中国体育用品行业综述及数据来源说明

1.1中国体育用品行业界定

1.1.1 体育用品的界定

1.1.2 《国民经济行业分类与代码》中体育用品行业归属

1.2 体育用品行业行业分类

1.3 体育用品行业监管规范体系

1.3.1 体育用品专业术语说明

1.3.2 体育用品行业监管体系介绍

1、中国体育用品行业主管部门

2、中国体育用品行业自律组织

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

### 1.5.1 本报告权威数据来源

### 1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

## 第2章：中国体育用品行业供需规模及发展痛点分析

### 2.1 中国体育用品行业技术环境（Technology）分析

#### 2.1.1 中国体育用品行业专利申请数量情况

#### 2.1.2 中国体育用品行业专利申请类型情况

#### 2.1.3 中国体育用品行业专利公开情况

#### 2.1.4 中国体育用品行业技术申请人分布

#### 2.1.5 中国体育用品行业热门技术领域

### 2.2 中国体育用品行业发展历程

### 2.3 中国体育用品行业对外贸易状况

#### 2.3.1 中国体育用品行业进出口统计说明

#### 2.3.2 中国体育用品行业进出口贸易概况

#### 2.3.3 中国体育用品行业出口贸易状况

##### 1、行业出口贸易规模

##### 2、行业出口产品结构

#### 2.3.4 体育用品行业进口贸易状况

##### 1、行业进口贸易规模

##### 2、行业进口产品结构

#### 2.3.5 体育用品行业进出口前景及建议

##### 1、中美贸易摩擦情况

##### 2、贸易环境对行业发展的影响分析

##### 3、体育用品行业出口前景及建议

##### 4、体育用品行业进口前景及建议

### 2.4 中国体育用品行业市场主体分析

#### 2.4.1 中国体育用品行业市场主体类型

#### 2.4.2 中国体育用品行业企业入场方式

#### 2.4.3 中国体育用品行业企业注册数量规模

#### 2.4.4 中国体育用品行业企业特征分析

##### 1、体育用品行业企业注册资本分布

##### 2、体育用品行业在业/存续企业类型分布

## 2.5 中国体育用品行业供需平衡分析

### 2.5.1 中国体育用品行业市场供给水平分析

#### 1、体育用品及相关产品制造总产出

#### 2、体育用品及相关产品制造增加值

### 2.5.2 中国体育用品行业需求现状分析

### 2.5.3 中国体育用品行业供需情况分析

## 2.6 体育用品行业上市企业经营效益分析

### 2.6.1 体育用品行业市场规模分析

### 2.6.2 体育用品行业盈利能力分析

### 2.6.3 体育用品行业运营能力分析

### 2.6.4 体育用品行业偿债能力分析

### 2.6.5 体育用品行业发展能力分析

### 2.6.6 体育用品行业主要经济效益影响因素

## 第3章：国内外体育用品行业竞争格局与趋势预测

### 3.1 国际体育用品行业竞争现状与趋势预测

#### 3.1.1 国际体育用品行业竞争格局

#### 3.1.2 跨国公司在华投资布局及动向

##### 1、美国耐克（NIKE）公司

###### （1）公司简介

###### （2）公司在华投资

##### 2、德国阿迪达斯（ADIDAS）公司

###### （1）公司简介

###### （2）在华投资

##### 3、德国彪马（PUMA）集团

###### （1）公司简介

###### （2）在华投资

##### 4、意大利卡帕（KAPPA）公司

###### （1）公司简介

###### （2）在华投资

##### 5、日本美津浓（MIZUNO）株式会社

###### （1）公司简介

(2) 在华投资

#### 6、美国安德玛 ( Under Armour ) 公司

(1) 公司简介

(2) 在华投资

#### 7、美国匡威 ( Converse ) 公司

(1) 公司简介

(2) 在华投资

#### 8、亚玛芬 ( Amer Sports ) 公司

(1) 公司简介

(2) 在华投资

#### 9、日本亚瑟士 ( ASICS ) 公司

(1) 公司简介

(2) 在华投资

### 3.1.3 国际体育用品行业竞争趋势预测

1、积极进行大众体育市场的争夺

2、行业标准树立，市场准入门槛提升

### 3.2 国内体育用品行业竞争格局与趋势预测

#### 3.2.1 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

(1) 体育器材市场总体竞争格局

(2) 户外运动用品市场竞争格局

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、运动鞋服市场竞争格局

#### 3.2.2 国内体育用品行业竞争趋势预测

### 3.3 国内体育用品区域市场竞争格局与趋势

## 第4章：中国体育用品重点细分产品市场现状及潜力

### 4.1 球类产品市场现状及潜力

#### 4.1.1 球类产品分类

1、球类运动种类

## 2、球类产品分类

### 4.1.2 球类产品市场现状及潜力分析

- 1、篮球市场现状及潜力分析
- 2、足球市场现状及潜力分析
- 3、排球市场现状及潜力分析
- 4、台球市场现状及潜力分析
- 5、网球市场现状及潜力分析
- 6、乒乓球市场现状及潜力分析
- 7、羽毛球市场现状及潜力分析
- 8、保龄球市场现状及潜力分析
- 9、高尔夫球市场现状及潜力分析

### 4.1.3 球类产品进出口分析

- 1、行业进出口概况
- 2、行业出口市场分析
- 3、行业进口市场分析

### 4.1.4 球类产品市场发展前景及趋势

## 4.2 体育器材及配件产品市场现状及潜力

### 4.2.1 体育器材及配件产品分类

### 4.2.2 体育器材及配件产品市场现状及潜力分析

- 1、球类器材市场现状及潜力分析
- 2、体操器材市场现状及潜力分析
- 3、田径器材市场现状及潜力分析
- 4、户外运动器材市场现状及潜力分析

### 4.2.3 体育器材及配件产品进出口分析

- 1、行业进出口概况
- 2、行业出口市场分析
- 3、行业进口市场分析

### 4.2.4 体育器材及配件产品市场发展前景及趋势

## 4.3 训练健身器材产品市场现状及潜力

### 4.3.1 训练健身器材产品分类

- 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

#### 4.3.2 训练健身器材产品市场现状及潜力分析

1、训练健身器材行业发展历程及特征分析

2、训练健身器材产品现状

3、训练健身器材消费情况

4、训练健身器材用户画像

#### 4.3.3 训练健身器材行业进出口分析

1、行业进出口概况

2、行业出口市场分析

3、行业进口市场分析

#### 4.3.4 训练健身器材产品市场发展前景及趋势

1、国内健身器材消费市场有望进一步扩大

2、品牌化运营、开拓国内市场将是国内厂家的必然选择

3、健身器材产品将更趋智能化、个性化与时尚性

4、信息化与工业化融合打造智能化的健身器材生产制造体系

#### 4.4 运动防护用具产品市场现状及潜力

##### 4.4.1 运动防护用具产品分类

##### 4.4.2 运动防护用具产品市场现状及潜力分析

1、拳击手套

2、轮滑鞋

3、护膝护腕

##### 4.4.3 运动防护用具产品市场发展前景及趋势

#### 4.5 运动服装市场现状及潜力

##### 4.5.1 运动服装产品分类

##### 4.5.2 运动服装行业规模

##### 4.5.3 运动服装行业竞争格局

##### 4.5.4 运动服装行业销售渠道分析

##### 4.5.5 运动服装市场发展前景及趋势

#### 4.6 运动鞋市场现状及潜力

##### 4.6.1 运动鞋市场产品分类

##### 4.6.2 运动鞋行业规模

#### 4.6.3 运动鞋行业竞争格局

- 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、休闲鞋市场分析

#### 4.6.4 运动鞋销售渠道分析

#### 4.6.5 运动鞋市场前景及趋势

- 1、将更注重科技功能性运动鞋服
- 2、品牌商对产业链的话语权逐步提高
- 3、国产品牌加快提升科技实力

#### 4.7 其他体育用品市场现状及潜力

##### 4.7.1 其他体育用品分类

##### 4.7.2 其他体育用品市场现状及潜力分析

- 1、棋类用品
- 2、渔具

##### 4.7.3 其他体育用品市场前景及趋势

### 第5章：中国体育用品行业集群发展状况及前景

#### 5.1 中国体育用品产业集群总览

#### 5.2 福建省体育用品行业发展分析

##### 5.2.1 福建省体育用品行业发展环境分析

- 1、政策环境
- 2、经济环境
- 3、制造业基础

##### 5.2.2 福建省体育用品行业发展现状分析

- 1、产业链配套现状
  - (1) 基础设施完善
  - (2) 体育产业国家项目新突破
- 2、细分产品布局
- 3、代表企业/品牌建设情况

### 5.2.3 福建省体育用品行业发展前景

## 5.3 广东省体育用品行业发展分析

### 5.3.1 广东省体育用品行业发展环境分析

#### 1、政策环境

#### 2、经济环境

#### 3、制造业基础

### 5.3.2 广东省体育用品行业发展现状分析

#### 1、产业链配套现状

##### (1) 体育产业体系形成

##### (2) 体育基础设施建设情况

#### 2、细分产品布局

#### 3、代表企业/品牌建设情况

### 5.3.3 广东省体育用品行业发展前景

## 5.4 江苏省体育用品行业发展分析

### 5.4.1 江苏省体育用品行业发展环境分析

#### 1、政策环境

#### 2、经济环境

#### 3、制造业基础

### 5.4.2 江苏省体育用品行业发展现状分析

#### 1、产业链配套现状

#### 2、细分产品布局

#### 3、代表企业/品牌建设情况

### 5.4.3 江苏省体育用品行业发展前景

## 5.5 山东省体育用品行业发展分析

### 5.5.1 山东省体育用品行业发展环境分析

#### 1、政策环境

#### 2、经济环境

#### 3、制造业基础

### 5.5.2 山东省体育用品行业发展现状分析

#### 1、产业链配套现状

##### (1) 体育场地设施配套

##### (2) 交通与地理便利

2、细分产品布局

3、代表企业/品牌建设情况

5.5.3 山东省体育用品行业发展前景

5.6 浙江省体育用品行业发展分析

5.6.1 浙江省体育用品行业发展环境分析

1、政策环境

2、经济环境

3、制造业基础

5.6.2 浙江省体育用品行业发展现状分析

1、产业链配套现状

(1) 基层体育场地设施建设进一步完善

(2) 国家体育产业基地创建情况

2、体育用品行业产出情况

3、细分产品布局

4、代表企业/品牌建设情况

5.6.3 浙江省体育用品行业发展前景

第6章：中国重点城市体育用品消费情况及前景分析

6.1 上海市体育用品消费情况及前景分析

6.1.1 上海市体育用品行业发展环境分析

1、政策环境

2、宏观经济运行情况

3、人口规模情况

4、居民收入水平

6.1.2 上海市体育用品行业消费情况

1、院校数量

2、体育公共基础设施建设情况

3、赛事举办情况

4、体育用品消费情况

6.1.3 上海市体育用品行业发展前景分析

6.2 北京市体育用品消费情况及前景分析

6.2.1 北京市体育用品行业发展环境分析

- 1、政策环境
- 2、宏观经济运行情况
- 3、人口规模情况
- 4、居民收入水平

#### 6.2.2 北京市体育用品行业消费情况

- 1、院校数量
- 2、体育基础设施建设情况
- 3、赛事举办情况
- 4、体育用品消费情况

#### 6.2.3 北京市体育用品行业发展前景分析

### 6.3 深圳市体育用品消费情况及前景分析

#### 6.3.1 深圳市体育用品行业发展环境分析

- 1、政策环境
- 2、宏观经济运行情况
- 3、人口规模情况
- 4、居民收入水平

#### 6.3.2 深圳市体育用品行业消费情况

- 1、院校数量
- 2、体育基础设施建设情况
- 3、赛事举办情况
- 4、体育用品消费情况

#### 6.3.3 深圳市体育用品行业发展前景分析

### 6.4 广州市体育用品消费情况及前景分析

#### 6.4.1 广州市体育用品行业发展环境分析

- 1、政策环境
- 2、宏观经济运行情况
- 3、人口规模情况
- 4、居民收入水平

#### 6.4.2 广州市体育用品行业消费情况

- 1、院校数量
- 2、体育基础设施建设情况
- 3、赛事举办情况

#### 4、体育用品消费情况

##### 6.4.3 广州市体育用品行业发展前景分析

#### 6.5 重庆市体育用品消费情况及前景分析

##### 6.5.1 重庆市体育用品行业发展环境分析

###### 1、政策环境

###### 2、宏观经济运行情况

###### 3、人口规模情况

###### 4、居民收入水平

##### 6.5.2 重庆市体育用品行业消费情况

###### 1、院校数量

###### 2、体育基础设施建设情况

###### 3、赛事举办情况

###### 4、体育用品消费情况

##### 6.5.3 重庆市体育用品行业发展前景分析

### 第7章：中国领先体育用品企业经营情况分析

#### 7.1 中国体育用品企业综合分析

#### 7.2 中国体育用品领先企业经营情况分析

##### 7.2.1 李宁有限公司经营情况分析（鞋服类）

###### 1、企业发展简况分析

###### 2、企业经营情况分析

###### （1）主要经济指标分析

###### （2）企业盈利能力分析

###### （3）企业运营能力分析

###### （4）企业偿债能力分析

###### （5）企业发展能力分析

###### 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

##### 7.2.2 安踏体育用品有限公司经营情况分析（鞋服类）

###### 1、企业发展简况分析

## 2、企业经营情况分析

- (1) 主要经济指标分析
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业运营能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业发展能力分析

## 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

### 7.2.3 特步国际控股有限公司经营情况分析（鞋服类）

## 1、企业发展简况分析

## 2、企业经营情况分析

- (1) 主要经济指标分析
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业运营能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业发展能力分析

## 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

### 7.2.4 申洲国际集团控股有限公司经营情况分析（服装类）

## 1、企业发展简况分析

## 2、企业经营情况分析

- (1) 主要经济指标分析
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业运营能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业发展能力分析

## 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

### 7.2.5 江苏金陵体育器材股份有限公司经营情况分析（户外运动类）

#### 1、企业发展简况分析

#### 2、企业经营情况分析

##### （1）主要经济指标分析

##### （2）企业盈利能力分析

##### （3）企业运营能力分析

##### （4）企业偿债能力分析

##### （5）企业发展能力分析

#### 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

### 7.2.6 北京三夫户外用品股份有限公司经营情况分析（鞋服、装备类）

#### 1、企业发展简况分析

#### 2、企业经营情况分析

##### （1）主要经济指标分析

##### （2）企业盈利能力分析

##### （3）企业运营能力分析

##### （4）企业偿债能力分析

##### （5）企业发展能力分析

#### 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

### 7.2.7 牧高笛户外用品股份有限公司经营情况分析（鞋服、装备类）

#### 1、企业发展简况分析

#### 2、企业经营情况分析

##### （1）主要经济指标分析

##### （2）企业盈利能力分析

##### （3）企业运营能力分析

##### （4）企业偿债能力分析

##### （5）企业发展能力分析

#### 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

#### 7.2.8 探路者控股集团股份有限公司经营情况分析（户外运动类）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

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

#### 7.2.9 青岛英派斯健康科技股份有限公司经营情况分析（体育器材、训练健身器材类）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

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

#### 7.2.10 中潜股份有限公司经营情况分析（装备类）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

- 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：中国体育用品行业发展环境洞察

### 8.1 中国体育用品行业经济环境（Economy）分析

#### 8.1.1 中国宏观经济发展现状分析

- 1、GDP增长情况
- 2、工业增加值
- 3、中国居民消费价格（CPI）

#### 8.1.2 中国宏观经济发展展望

#### 8.1.3 经济环境对体育用品行业发展的影响总结

### 8.2 中国体育用品行业社会环境（Society）分析

#### 8.2.1 中国人口规模及增速

#### 8.2.2 中国人口结构

- 1、中国人口年龄结构
- 2、中国人口性别结构

#### 8.2.3 中国居民人均消费支出及结构

- 1、中国居民人均消费支出
- 2、中国居民消费结构变化

#### 8.2.4 中国居民消费习惯变化

- 1、线上渠道成为主要的购物渠道
- 2、体验式消费需求增加
- 3、对国产品牌的倾向性更高
- 4、居民体育用品消费理念分析

#### 8.2.5 社会环境对行业发展的影响分析

### 8.3 中国体育用品行业政策环境（Policy）分析

#### 8.3.1 行业主要法律法规及产业政策

- 1、主要法律法规
- 2、主要产业政策

#### 8.3.2 政策环境对体育用品行业发展的影响总结

## 第9章：中国体育用品行业市场及投资策略建议

### 9.1 体育用品行业发展SWOT分析

#### 9.1.1 体育用品行业发展优势分析

#### 9.1.2 体育用品行业发展劣势分析

#### 9.1.3 体育用品行业发展机遇分析

##### 1、政策扶持

##### 2、体育赛事

##### 3、新兴运动方式

#### 9.1.4 体育用品行业发展威胁分析

### 9.2 中国体育用品行业发展潜力评估

#### 9.2.1 体育用品行业发展现状总结

#### 9.2.2 体育用品行业影响因素总结

##### 1、驱动因素

##### 2、制约因素

#### 9.2.3 体育用品行业发展潜力评估

### 9.3 中国体育用品行业发展趋势分析与前景预测

#### 9.3.1 体育用品行业的发展趋势分析

#### 9.3.2 体育用品行业发展前景预测

##### 1、供给端预测

##### 2、需求端预测

### 9.4 体育用品行业投资特性分析

#### 9.4.1 体育用品行业进入壁垒分析

#### 9.4.2 体育用品行业盈利模式分析

#### 9.4.3 体育用品行业盈利因素分析

#### 9.4.4 体育用品行业投资兼并特征分析

### 9.5 中国体育用品行业投资价值评估

### 9.6 中国体育用品行业投资机会分析

### 9.7 中国体育用品行业投资风险预警

### 9.8 中国体育用品行业投资策略与建议

### 9.9 中国体育用品行业可持续发展建议

## 图表目录

图表1：《国民经济行业分类与代码》中体育用品行业归属

图表2：体育用品行业主要产品分类

图表3：体育用品的分类

图表4：体育用品专业术语说明

图表5：中国体育用品行业主管部门

图表6：中国体育用品行业自律组织

图表7：本报告研究范围界定

图表8：本报告权威数据资料来源汇总

图表9：本报告的主要研究方法 & 统计标准说明

图表10：2003-2022年中国体育用品行业专利申请量（单位：项）

图表11：2022年中国体育用品行业专利申请类型情况（单位：项，%）

图表12：2003-2022年中国体育用品行业专利公开量（单位：项）

图表13：截至2022年12月我国体育用品行业技术专利申请人排行（前十位）（单位：项，%）

图表14：截至2022年12月中国体育用品行业技术相关专利分布领域（前十位）（单位：项，%）

图表15：我国体育用品行业发展历程

图表16：中国体育用品行业进出口产品税则号

图表17：2017-2022年中国体育用品行业进出口状况表（单位：亿美元）

图表18：2017-2022年中国体育用品行业出口额及同比增长（单位：亿美元，%）

图表19：2021-2022年中国体育用品行业主要出口产品结构表（单位：千克，个，支，件，台，副，根，辆，双，套，艘，百个，万美元）

图表20：2021-2022年中国体育用品行业出口产品类型结构比较（单位：亿美元，%）

图表21：2021-2022年中国体育用品行业运动器材出口产品类型结构比较（单位：亿美元）

图表22：2017-2022年中国体育用品行业进口额及同比增长（单位：亿美元，%）

图表23：2021-2022年中国体育用品行业主要进口产品结构表（单位：千克，个，支，件，台，副，根，辆，双，套，艘，百个，万美元）

图表24：2021-2022年中国体育用品行业进口产品类型结构比较（单位：万美元，%）

图表25：2021-2022年中国体育用品行业运动器材进口产品类型结构比较（单位：%）

图表26：中美贸易摩擦各阶段梳理

图表27：中国对美国体育用品加征关税情况

图表28：中国体育用品行业市场主体类型构成

图表29：中国体育用品行业企业入场方式分析

图表30：2003-2022年中国体育用品行业历年新增注册企业数量（单位：家）

图表31：2022年中国体育用品行业企业注册资本分布（单位：家，%）

图表32：2022年中国体育用品行业在业/存续企业类型分布（单位：家，%）

图表33：2015-2022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34：2015-2022年中国体育用品及相关产品制造增加值及同比增长（单位：亿元，%）

图表35：2015-2021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36：2018-2021年中国体育用品行业营业收入（单位：亿元）

图表37：2017-2022年代表性上市公司营业收入增长情况（单位：%）

图表38：2017-2022年代表性上市公司毛利率情况（单位：%）

图表39：2017-2022年代表性上市公司净资产收益率情况（单位：%）

图表40：2017-2022年代表性上市公司总资产报酬率情况（单位：%）

图表41：2017-2022年代表性上市公司存货周转率情况（单位：次）

图表42：2017-2022年代表性上市公司应收账款周转率情况（单位：次）

图表43：2017-2022年代表性上市公司总资产周转率情况（单位：次）

图表44：2017-2022年代表性上市公司资产负债率情况（单位：%）

图表45：2017-2022年代表性上市公司流动比率情况

图表46：2017-2022年代表性上市公司速动比率情况

图表47：2017-2022年代表性上市公司营业收入增长率情况（单位：%）

图表48：2017-2022年代表性上市公司净资产增长率情况（单位：%）

图表49：2017-2022年代表性上市公司总资产增长率情况（单位：%）

图表50：中国体育用品行业主要经济效益影响因素

图表51：2020-2031年全球运动器材和服装市场规模（单位：亿美元，%）

图表52：2021年全球体育用品市场收入结构（单位：亿美元，%）

图表53：2018-2023财年耐克公司营收情况（单位：亿美元）

图表54：耐克公司在华投资情况

图表55：2016-2022年阿迪达斯公司营收情况（单位：百万欧元）

图表56：阿迪达斯公司在华投资情况

图表57：2016-2022年彪马公司营收情况（单位：百万欧元）

图表58：彪马公司在华投资情况

图表59：阿迪达斯公司在华投资情况

图表60：2017-2022财年美津浓公司营收情况（单位：亿日元）

图表61：2016-2022年安德玛公司营收情况（单位：百万美元）

图表62：美国安德玛公司在华投资动态

图表63：亚瑟士（ASICS）公司发展进程

图表64：2015-2022年ASICS公司营收情况（单位：亿日元）

图表65：2022年中国市场十大球类品牌排行榜

图表66：中国市场户外运动品牌金字塔

图表67：健身器材主要生产企业

图表68：2021年中国主要运动鞋服公司市场份额（单位：%）

图表69：截至2022年12月中国体育用品企业区域分布情况（单位：%）

图表70：中国体育用品分类型大致区域分布情况

图表71：三大球类运动简介

图表72：中国篮球迷数量及篮球运动参与程度情况（单位：亿人，%）

图表73：2022年中国篮球十大品牌统计

图表74：球迷进行相关消费的比例（单位：%）

图表75：球迷进行相关消费的平台比例（单位：%）

图表76：2022年中国足球十大品牌统计

图表77：中国足球球迷在不同年龄段中的占比（单位：%）

图表78：中国足球球迷在不同收入者中的占比（单位：%）

图表79：2022年中国排球十大品牌统计

图表80：2022年中国台球十大品牌统计

图表81：2022年中国网球十大品牌统计

图表82：2022年中国乒乓球十大品牌统计

图表83：2022年中国羽毛球十大品牌统计

图表84：2022年中国高尔夫球十大品牌统计

图表85：2018-2022年中国球类制造行业进出口状况表（单位：万美元）

图表86：2021-2022年中国球类制造行业主要出口产品（单位：个，百个，万美元）

图表87：2022年中国球类制造行业出口产品结构（单位：%）

图表88：2021-2022年中国球类制造行业主要进口产品（单位：个，百个，万美元）

图表89：2022年中国球类制造行业进口产品结构（单位：%）

图表90：户外运动用品种类

图表91：2018-2022年中国体育器材及配件产品进出口状况表（单位：亿美元）

图表92：2018-2022年中国体育器材及配件产品出口额变化情况（单位：亿美元）

图表93：2018-2022年中国体育器材及配件产品进口额变化情况（单位：亿美元）

图表94：训练健身器材分类

图表95：训练健身器材分类

图表96：训练健身器材分类

图表97：训练健身器材分类

图表98：中国健身房行业发展历程

图表99：中国训练健身器材主要产品市场发展现状分析

图表100：健身器材热度提升排名榜（单位：%）

图表101：大型健身器械功能搜索词提及率TOP5

图表102：中国运动健身用户年龄分布情况（单位：%）

图表103：2018-2022年中国训练健身器材行业进出口状况表（单位：亿美元）

图表104：2021-2022年中国训练健身器材行业主要出口产品（单位：千克，台，万美元）

图表105：2021-2022年中国训练健身器材行业主要进口产品（单位：千克，台，万美元）

图表106：运动防护用具产品分类

图表107：《体育用品分类标准》中对运动服的分类

图表108：2016-2026年中国运动服装零售额情况（单位：亿元）

图表109：2021年中国运动品牌市场占有率情况（单位：%）

图表110：2017-2022年国内主要运动品牌门店数量（单位：家）

图表111：2013-2021年中国运动鞋服人均支出情况（单位：美元）

图表112：2021年全球部分国家和地区运动鞋服人均支出情况（单位：美元）

图表113：运动鞋定义的分类

图表114：运动鞋的分类

图表115：2016-2026年中国运动鞋零售额情况（单位：亿元）

图表116：中国运动鞋市场竞争格局简析

图表117：中国运动鞋市场前十大品牌统计

图表118：2022年篮球鞋品牌排行情况

图表119：2022年网球鞋品牌排行情况

图表120：2022年跑鞋品牌排行情况

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/202312/15-585923.html>