

2022-2028年中国体育消费 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2022-2028年中国体育消费市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/383827DSZO.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2022-06-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2022-2028年中国体育消费市场分析与投资前景研究报告》介绍了体育消费行业相关概述、中国体育消费产业运行环境、分析了中国体育消费行业的现状、中国体育消费行业竞争格局、对中国体育消费行业做了重点企业经营状况分析及中国体育消费产业发展前景与投资预测。您若想对体育消费产业有个系统的了解或者想投资体育消费行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2019年9月4日，国务院办公厅印发《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》指出：体育产业在满足人民日益增长的美好生活需要方面发挥着不可替代的作用。《意见》强调，要强化体育产业要素保障，激发市场活力和消费热情，推动体育产业成为国民经济支柱性产业，积极实施全民健身行动，让经常参加体育锻炼成为一种生活方式。

相比以往中国民众更多地只能从电视转播，或者说竞技体育层面去认识体育，了解体育，如今的体育内容更多，渠道也更丰富，也意识到体育锻炼的重要性，民众主动将体育纳入日常生活的需求更为强烈，也更愿意为自己的运动爱好和健康消费买单。

近几年大众对体育消费品类的需求，也有明显的变化。逐渐从以往仅仅局限在运动鞋服等基础体育品类的消费，逐渐扩展到跑步鞋、篮球鞋、冲浪板、智能手环、瑜伽垫、甩脂机等愈发多元化，涉及更多细分专业体育领域的产品需求。

与此同时，用户除了在体育用品等实物类的消费行为发生变化，对于体育培训（羽毛球、潜水、网球、足球、击剑等）等服务类型产品的需求也愈发旺盛，并且更为重视体育消费产品的品质与体验感。

2015-2018年，中国体育消费市场稳步增长,2018年我国体育消费市场规模达到9105.3亿元。数据显示，预计2020年中国体育消费市场将达到1.5万亿元。未来随着中国居民人均体育消费支出的不断增加，体育消费市场将有更大增长空间。

报告目录：

第一章 体育消费行业产品定义及行业概述发展分析

第一节 体育消费行业产品定义

- 一、体育消费行业产品定义及分类
- 二、体育消费行业产品应用范围分析
- 三、体育消费行业发展历程
- 四、体育消费行业发展地位及影响分析

第二节 体育消费行业产业链发展环境简析

- 一、体育消费行业产业链模型理论
- 二、体育消费行业产业链示意图及相关概述

第三节 经济环境

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、2020年我国宏观经济发展预测

第四节 体育消费行业税收及进出口关税

第五节 社会环境

- 一、人口数量及老龄化分析
- 二、网民规模情况
- 三、90后消费群体特点分析

第六节 体育消费技术发展现状

- 一、体育消费行业技术发展
- 二、体育消费生产工艺
- 一、体育消费技术发展趋势

第二章 2015-2019年体育消费所属行业国内外市场发展概述

第一节 2015-2019年体育消费行业发展分析

- 一、体育消费经济发展现状及预测
- 二、体育消费行业技术发展现状
- 三、体育消费行业发展概述

第二节 2015-2019年体育消费所属行业供需及规模分析

- 一、体育消费行业市场供需情况
- 二、体育消费行业市场规模及区域分布情况
- 三、体育消费行业重点国家市场调研
- 四、体育消费行业发展热点分析
- 五、2021-2027年体育消费行业市场规模预测

第三节2015-2019年中国及体育消费所属行业对比分析

一、中国体育消费行业生命周期分析

各级城市蕴藏着的体育人口增量红利，为体育消费相关联的上、下游产业都提供了持续增长的市场基础。从一线城市、新一线城市以及二、三、四线城市的体育消费数据分析得出，全国各级城市的体育消费都呈现出良好的增长趋势，尽管各地区在消费总量上存在着差异，但新兴城市表现出来的市场潜力，对于拉动我国体育消费总量新一轮的增长具有重要作用。一线城市北京、上海、广州、深圳依然在体育消费的总量上保持领先。但值得一提的是，新一线城市中的成都、杭州、重庆等地，体育消费总量正在以高速的增长追赶着一线城市。其中成都在瑜伽领域的消费总量位居第三，在足球、篮球、羽毛球、健身、棋牌领域的消费总量位居新一线城市第一。各二线城市在体育消费总量也表现出较快增长。其中，一线城市2017年、2018年体育消费市场总量分别增长49%，23%，新一线城市同比分别增长71%，22%，二线城市同比分别增长79%，19%。

2018年全国各区域体育消费总量市场占比情况

二、中国体育消费行业市场成熟度情况

三、中国和国外体育消费行业对比SWTO

第四节2015-2019年体育消费所属行业相关产品进出口情况

第三章 2015-2019年我国体育消费行业发展现状

第一节 中国体育消费行业发展概述

一、中国体育消费行业发展现状

二、中国体育消费发展面临的问题

三、2015-2019年中国体育消费行业市场规模

四、中国体育消费行业需求客户结构

第二节 我国体育消费行业发展状况

一、2015-2019年中国体育消费行业产值情况

二、2019年我国体育消费产值区域分布分析

第三节 2015-2019年中国体育消费行业产量分析

第四节 2019年体育消费行业需求分析

一、2015-2019年我国体育消费行业需求分析

二、2015-2019年我国体育消费市场价格走势分析

第四章 体育消费行业竞争力分析

第一节 体育消费行业集中度分析

- 一、体育消费市场集中度分析
- 二、体育消费企业分布区域集中度分析
- 三、体育消费区域消费集中度分析

第二节 体育消费行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 体育消费行业竞争格局分析

- 一、2019年体育消费行业竞争分析
- 二、2019年中外体育消费产品竞争分析
- 三、2019年我国体育消费市场竞争分析
- 四、近年国内体育消费行业重点企业发展动向

第五章 2015-2019年中国体育消费所属行业运行及进出口分析

第一节 2015-2019年中国体育消费所属行业总体运行情况

- 一、体育消费企业数量及分布
- 二、体育消费行业从业人员统计

第二节 2015-2019年中国体育消费所属行业运行数据

- 一、行业资产情况分析
- 二、行业销售情况分析
- 三、行业利润情况分析

第三节 2015-2019年中国体育消费所属行业成本费用结构分析

第四节 2015-2019年中国体育消费所属行业经营成本情况

第五节 2015-2019年中国体育消费所属行业管理费用情况

第六节 中国体育消费所属行业或相关行业进出口分析

- 1、2015-2019年所属行业进出口数量及金额
- 2、行业进口分国家
- 3、行业出口分国家

第六章 体育消费重点企业发展分析

第一节长龙体育集团股份有限公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第二节陕西省体育产业集团有限公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第三节群升集团有限公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第四节永浪集团有限公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第五节来明工业（厦门）有限公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第七章 2021-2027年中国体育消费行业发展预测分析

第一节2021-2027年中国体育消费行业产量预测

第二节2021-2027年中国体育消费行业需求量预测

第三节2021-2027年中国体育消费行业规模预测

第四节 2021-2027年中国产业的前景及趋势

一、中国体育消费市场前景预测乐观

二、2020年中国体育消费市场消费趋势分析

第五节2021-2027年中国体育消费行业发展趋势

一、中国体育消费行业的趋势预测

二、2021-2027年中国体育消费产业规划分析

三、我国体育消费行业的标准化发展趋势

第六节2021-2027年中国体育消费行业“走出去”发展分析

第八章 体育消费行业投资建议研究及销售战略分析

第一节 影响体育消费行业发展的主要因素

一、影响体育消费行业运行的有利因素

二、影响体育消费行业运行的稳定因素

三、影响体育消费行业运行的不利因素

四、我国体育消费行业发展面临的挑战

五、我国体育消费行业发展面临的机遇

第二节 行业投资形势分析

一、2015-2019年中国行业投资规模

二、行业投资壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 2021-2027年体育消费行业投资效益分析

第四节 2021-2027年体育消费行业投资建议研究

图表目录：

图表：体育消费行业历程

图表：体育消费行业生命周期

图表：体育消费行业产业链分析

图表：2022-2028年体育消费行业产能分析

图表：2022-2028年体育消费行业市场规模分析

图表：2022-2028年体育消费行业产量分析

图表：2022-2028年体育消费行业需求量分析

图表：2020年体育消费行业需求领域分布格局

图表：2021-2027年体育消费行业市场规模预测

图表：中国体育消费行业盈利能力分析

图表：中国体育消费行业运营能力分析

图表：中国体育消费行业偿债能力分析

图表：中国体育消费行业发展能力分析

图表：中国体育消费行业经营效益分析

图表：2021-2027年体育消费行业市场规模预测

图表：2021-2027年体育消费行业产量预测

图表：2021-2027年体育消费行业需求量预测

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/383827DSZO.html>