

内容目录

第一章 前言	3
第二章 2023-2028 年体育用品市场前景及趋势预测	4
第一节 体育用品行业监管情况及主要政策法规	4
一、体育用品概念及分类	4
二、体育用品行业主管部门	4
三、行业监管体制	5
四、行业主要法律法规和政策	5
第二节 我国体育用品行业主要发展特征	9
一、主要行业壁垒	9
(1) 产品设计研发壁垒	9
(2) 营销网络壁垒	10
(3) 产品认证壁垒	10
(4) 企业管理水平及行业人才的壁垒	10
(5) 供应链壁垒	10
二、衡量核心竞争力的关键指标	11
(1) 利润率	11
(2) 研发投入和创新成果	11
(3) 人才结构	11
(4) 产品的多样化	11
(5) 营销渠道的全面性	11
三、行业普遍的经营模式	11
四、行业的周期性、季节性或区域性特征	13
(1) 周期性	13
(2) 季节性	13
(3) 区域性	13
第三节 2023-2024 年中国体育用品行业发展情况分析	13
一、世界体育用品行业发展概况	13
二、2023 年体育用品行业出口数据	14
三、2024 年体育用品行业发展趋势	28
第四节 体育用品行业内的主要企业	29
一、国际企业	29
(1) 斯伯丁体育用品集团有限公司	30
(2) 来福太塑胶制品有限公司	30
二、国内企业	30
(1) 江苏金陵体育器材股份有限公司	30
(2) 舒华体育股份有限公司	30
(3) 青岛英派斯健康科技股份有限公司	31
(4) 南通尤力体育科技股份有限公司	31
(5) 广州双鱼体育用品集团有限公司	31
第五节 企业案例分析：康莱股份	32

一、康莱股份的市场地位	32
二、康莱股份竞争优势	32
三、康莱股份竞争劣势	36
四、康莱股份与同行业可比公司的比较情况	36
第六节 2023-2028 年我国体育用品行业发展前景及趋势预测	38
一、行业发展态势	38
二、行业技术的发展趋势	39
第七节 2023-2028 年我国体育用品行业面临的机遇与挑战	39
一、行业发展面临的机遇	39
(1) 国家政策支持, 为行业发展创造了有利环境	39
(2) 新冠疫情为体育产业消费需求爆发奠定了意识基础	40
(3) 以“直播带货”为典型的全民电商时代的到来, 带动了体育产业消费的热潮, 为行业 发展提供了服务配套	40
(4) “一带一路”的战略决策, 为对外贸易创造了良好的贸易环境	40
二、行业发展面临的挑战	40
(1) 内循环: 供给结构有待优化, 需求潜力亟待进一步挖掘	40
(2) 外循环: 深陷“低端锁定”困境, 传统全球价值链存在重组可能	41
(3) 联动: 国内循环与国际循环良性互动有待形成	41
第三章 体育用品企业采购中存在的问题及成本控制策略	41
第一节 体育用品企业采购存在的问题、应对的方法和措施	41
一、采购存在的问题	42
二、应对的方法和措施	42
第二节 体育用品企业采购成本控制中存在的问题	42
一、采购成本控制不力	42
二、仓库管理水平较低	43
第三节 采购成本控制问题的改进措施	43
一、原材料采购标准化	43
二、建立完善的原材料采购信息系统	43
三、对采购流程作进一步优化, 严格落实材料采购制度	43
四、强化市场调查, 构建完善的采购询价报价机制	43
五、强化材料入库, 严格逼近材料验收	44
六、强化库存量的控制, 严格落实仓储制度	44
七、制定完善的材料领用制度	44
八、强化人工成本控制	45
第四节 制定严格规范的采购制度和监督机制以控制采购成本	45
一、建立原材料采购计划和审批流程	45
二、建立严格的采购询价报价体系	45
三、确立明确的验收标准	45
四、建立严格的报损报丢制度	46
五、严格控制采购物资的库存量	46
六、建立严格的出入库及领用制度	46
第四章 体育用品企业《采购成本控制策略》制定手册	46
第一节 动员与组织	46
一、动员	46

二、组织	47
第二节 学习与研究	48
一、学习方案	48
二、研究方案	48
第三节 制定前准备	49
一、制定原则	49
二、注意事项	50
三、有效战略的关键点	51
第四节 战略组成与制定流程	54
一、战略结构组成	54
二、战略制定流程	54
第五节 具体方案制定	55
一、具体方案制定	55
二、配套方案制定	57
第五章 体育用品企业《采购成本控制策略》实施手册	58
第一节 培训与实施准备	58
第二节 试运行与正式实施	58
一、试运行与正式实施	59
二、实施方案	59
第三节 构建执行与推进体系	60
第四节 增强实施保障能力	61
第五节 动态管理与完善	61
第六节 战略评估、考核与审计	62
第六章 总结：商业自是有胜算	62

第一章 前言

要想长期稳定的发展，企业必须拥有稳定的采购系统，从根本上控制采购成本，这样才能从整体上降低企业的经营成本。然而，部分体育用品的采购成本控制力度不是非常大，管理者无法从根本上控制采购成本，只能听之任之。

那么，如何改进采购成本控制问题的措施都有哪些？

如何通过制定严格规范的采购制度和监督机制以控制采购成本？

对采购管理部门的职责如何确定？

等等

下面，我们先从体育用品行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这也将为您经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力

的保证。

第二章 2023-2028 年体育用品市场前景及趋势预测

第一节 体育用品行业监管情况及主要政策法规

一、体育用品概念及分类

体育用品，是在进行体育教育、竞技运动和身体锻炼的过程中所使用到的所有物品的统称。一般来说，按照其应用场景及用途的不同，体育用品可以分为运动服饰、体育器械、体育运动产品、运动护具、户外运动休闲用品、体育场馆、家用系列、其他体育用品等八大类产品。

品类	产品举例
运动服饰	运动手套、运动鞋、袜；运动服装、运动帽；运动饰品等。
体育器械	健身器材、器械；跑步机、踏步机、康体器材、握力器、臂力器等。
体育运动产品	足球、篮球、排球、乒乓球、网球、棒球、垒球、壁球、保龄球、台球、高尔夫球、实心球；鞍马、铅球、标枪；围棋、象棋、扑克等各种项目用品。
运动护具	滑雪镜、护腕护膝、防护眼镜、骑行镜、篮球眼镜等。
户外运动休闲用品	帐篷、睡袋、折椅、登山包、运动手表、望远镜等。
体育场馆	场地设施、场馆设施、游乐场设施、场馆音响、灯光等。
家用系列	跑步机、简易篮球、踏步机、仰卧起坐器等。
其他体育用品	运动营养品、运动饮料、纪念品、奖杯、奖牌等。

数据来源：网上公开资料整理

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），体育用品所属行业为“制造业（代码：C）—文教、工美、体育和娱乐用品制造业（代码：C24）”；根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），体育用品所属行业为“制造业（代码：C）—文教、工美、体育和娱乐用品制造业（代码：C24）—体育用品制造（代码：C244）—健身器材制造（代码：C2443）”。

二、体育用品行业主管部门

体育产业基本遵循市场化的发展模式，各企业面向市场自主经营，国家各有关部门进行政策指导、支持及监督管理，行业协会负责行业内的自律规范。该行业的主管部门为国家发展和改革委员会及国家体育总局。

国家发展和改革委员会，负责拟订并组织实施国民经济和社会发展战略、中长期规划和年度计划，统筹协调经济社会发展，研究分析国内外经济形势，提出国民经济发展、价格总水平调控和优

化重大经济结构的目标、政策，提出综合运用各种经济手段和政策的建议。

国家体育总局，负责研究体育发展战略，协调区域性体育发展；拟定体育事业（产业）发展规划和政策，规范体育服务管理，负责体育彩票发行管理；统筹规划群众体育发展、竞技体育发展、青少年体育发展；组织开展体育领域重大科技研究、技术攻关和成果推广；其他相关工作及承办国务院交办的其他事项。

中国体育用品业联合会、中国文教体育用品协会和中国轻工业联合会为行业自律组织。

中国体育用品业联合会，成立于1993年，组织宗旨主要包括：推动中国体育用品行业健康发展，为行业企业和政府搭建沟通桥梁。贯彻国家产业政策，协助政府部门加强行业管理；按照市场化原则，建立和完善行业自律机制；促进我国体育用品行业健康发展，为体育事业的发展服务等。

中国文教体育用品协会，成立于1989年，协会宗旨主要包括：维护行业共同利益，维护会员合法权益，维护公平竞争与市场秩序，为会员、行业和政府服务，促进文教用品和体育用品产业的健康和持续发展。

中国轻工业联合会，成立于2001年，其主要职能是：开展行业调查研究，组织开展行业统计；参与制订行业规划，组织贯彻实施并进行监督；加强行业自律、规范行业行为、培育专业市场、维护公平竞争；组织重大科研项目的推荐、科技成果的鉴定和推广应用等；承担政府和有关部门委托的其他任务等。

三、行业监管体制

体育产业是国家大力引导、培育、支持的绿色朝阳产业。国家各有关部门对行业发展进行政策指导、支持及监督管理，并由行业协会负责行业内的自律管理。

国家体育总局及各地方分支机构是我国体育产业的政府主管部门之一，主要负责制定与组织实施行业发展规划、监测分析行业运行动态、统计发布行业相关信息，并负责系统类全民健身器材的采购工作。同时，国家发展改革委员会及各地方分支机构主要负责管理本行业的项目备案审批；商务部及其下属各级机构、海关主要负责管理我国体育产品的进出口业务等。

四、行业主要法律法规和政策

体育用品行业所涉及的法律法规、产业政策和指导意见主要包括下述几类内容：

(1) 行业主要法律法规

法律法规	发布机构	备注
------	------	----

体育用品企业采购成本控制策略研究报告

《中华人民共和国体育法》 (2016年修订)	全国人民代表大会常务委员会	我国体育事业基础性法律
《中华人民共和国对外贸易法》 (2016年修订)	全国人民代表大会常务委员会	我国对外贸易方面的基础性法律
《中华人民共和国海关法》 (2016年修订)	全国人民代表大会常务委员会	我国对外经济贸易, 货物进出关 境的基础性法律
《中华人民共和国产品质量法》 (2018年修订)	全国人民代表大会常务委员会	我国产品质量监管方面的基础性 法律

(2) 行业主要产业政策和指导意见

时间	产业政策、指导意见	发布机构	有关内容
指导纲要			
2021.03.12	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	第十三届全国人大四次会议	第五节、建设体育强国。完善全民健身公共服务体系, 推进社会体育场地设施建设和学校场馆开放共享, 提高健身步道等便民健身场所覆盖面, 因地制宜发展体育公园, 支持在不妨碍防洪安全前提下利用河滩地等建设公共体育设施。探索中国特色足球篮球排球发展路径, 持续推进冰雪运动发展。扩大体育消费, 发展健身休闲、户外运动等体育产业。
国家颁布的体育行业相关政策及指导意见			
2021.11.06	《浙江省全民健身实施计划(2021-2025)》 浙政发[2021]33号	浙江省人民政府	到2025年, 全省经常参加体育锻炼人数比例达到43.5%, 人均体育场地面积达到2.8平方米以上, 城乡居民达到《国民体质测定标准》合格以上人数比例达到94.5%, 创成体育现代化县(市、区)30个以上, 城市社区“10分钟健身圈”基本建成, 高质量实现行政村体育设施全覆盖。
2021.03.23	《关于高水平建设现代化体育强省的实施意见》 浙政办发[2021]16号	浙江省政府办公厅	到2035年, 建成现代化体育强省。人均体育场地面积达到3.5平方米, 经常参加体育锻炼人数比例达到50%, 国民体质监测合格率稳定在96%以上。形成现代化赛事体系, 建成体育赛事强省。体育产业总产出突破1万亿元, 体育产业增加值占GDP比重达到3%以上, 成为国民经济重要产业。
2019	《产业结构调整指导目录》 (2019年本)	国家发改委	将体育健身休闲活动、体育场地和设施管理、体育用品及相关产品研发及制造、体育用品及相关产品销售/出租与贸易代理、体育场地设施建设等体育相关产业纳入第一类鼓励类产业。
2019.09.04	《国务院办公厅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》 国办发[2019]43号	国务院办公厅	以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导, 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。

2019.08.10	《体育强国建设纲要》 国办发[2019]40号	国务院办公厅	<p>①到 2035 年，全民健身更亲民、更便利、更普及，经常参加体育锻炼人数比例达到 45%以上，人均体育场地面积达到 2.5 平方米，城乡居民达到《国民体质测定标准》合格以上的人数比例超过 92%；青少年体育服务体系更加健全，身体素养显著提升，健康状况明显改善；“三大球”与基础大项等实现均衡发展，综合实力和国际影响力大幅提升；体育产业更大、更活、更优，成为国民经济支柱性产业。</p> <p>②重大工程——体育场地设施建设工程：合理做好城乡空间二次利用，积极推广多功能、季节性、可移动、可拆卸、绿色环保的健身设施。</p> <p>建设一批小型足球篮球场地，提高学校足球篮球场地利用率。</p> <p>推动建设公共体育场地设施管理服务网络平台。</p> <p>研究制定、完善社会力量参与体育场地设施建设及运营管理的扶持政策。</p>
2019.07.15	《国务院关于实施健康中国行动的意见》 国发[2019]13号	国务院	<p>实施全民健身行动。为不同人群提供针对性的运动健身方案或运动指导服务。努力打造百姓身边健身组织和“15 分钟健身圈”。推进公共体育设施免费或低收费开放。</p>
2019.07.15	《健康中国行动（2019-2030 年）》	国家卫生健康委	<p>到 2030 年，城乡居民达到《国民体质测定标准》合格以上的人数比例≥92.17%，经常参加体育锻炼人数比例≥40%，农村行政村体育设施覆盖率 100%。</p>
2019.03.31	《关于以 2022 年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》	中共中央办公厅、国务院办公厅	<p>普及冰雪运动，发展冰雪产业，落实条件保障，努力实现我国冰雪运动跨越式发展。</p> <p>支持企业开发科技含量高、拥有自主知识产权的冰雪运动产品。</p> <p>围绕花样滑冰、冰球、冰壶单板滑雪和短道速滑等观赏性强的冰雪运动，支持社会力量打造精品赛事和活动。</p>
2018.09.20	《中共中央国务院关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》	中共中央办公厅、国务院办公厅	<p>建立现代体育产业体系，推动体育与旅游、健康、养老等融合发展，积极培育潜在需求大的体育消费新业态。支持社会力量举办国际国内高水平体育赛事，积极创建地方、民间自主品牌体育赛事活动，大力发展体育职业联赛。鼓励支持社会力量参与文化、旅游、体育、健康、养老、家政、教育等领域基础设施建设。</p>
2017.12.24	《关于进一步加强农民体育工作的指导意见》 农办发[2017]11号	农业部、国家体育总局	<p>必须按照十九大提出的农业农村优先发展的要求，将农民体育工作置于重要地位，把推动基本公共体育服务向农村延伸作为全民健身发展重点，进一步健全农民身边</p>

			的体育社会组织服务网络，完善农村体育健身场地设施，广泛开展农民体育健身活动，保障广大农民得到更多更好的全民健身公共服务，切实提高农民群众的获得感和幸福感。
2016.12.30	《健康中国“2030”规划纲要》	国务院	第六章 提高全民身体素质。第一节 完善全民健身公共服务体系；第二节 广泛开展全民健身运动；第三节 加强体医融合和非医疗健康干预；第四节 促进重点人群体育活动。到 2030 年具体实现目标有：健康服务能力大幅提升。优质高效的整合型医疗卫生服务体系和完善的全民健身公共服务体系全面建立，健康保障体系进一步完善，健康科技创新整体实力位居世界前列，健康服务质量和水平明显提高。
2016.10.28	《国务院办公厅关于加快发展健身休闲产业的指导意见》 国办发[2016]77号	国务院办公厅	加快发展健身休闲产业是推动体育产业向纵深发展的强劲引擎，是增强人民体质、实现全民健身和全民健康深度融合的必然要求，是建设“健康中国”的重要内容，对挖掘和释放消费潜力、保障和改善民生、培育新的经济增长点、增强经济增长新动能具有重要意义。
2016.12.21	《台州市人民政府关于加快发展体育产业促进体育消费的的实施意见》	台州市人民政府	到 2025 年，全市体育产业总规模达 280 亿元以上，年增长率达 10%左右，占 GDP 的比重达到 1.6%以上。
2015.06.25	《浙江省人民政府关于加快发展体育产业促进体育消费的实施意见》 浙政发[2015]19号	浙江省人民政府	到 2025 年，体育设施供给明显增加，人均体育场地面积超过 2.25 平方米；新建足球场地 500 片以上；新建或改建社区中小型多功能运动场馆 2000 个；公共体育设施和符合条件的公办学校体育场地向社会开放率达到 100%。
国家及地方行业主管部门制定的相关行业发展规划			
2021.10.25	《“十四五”体育发展规划》	国家体育总局	构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局以及对高质量发展和高品质生活的追求，将为体育事业提供更有利的发展环境；全面建设文化强国、教育强国、人才强国、体育强国和健康中国，将为体育发展提供更有力的政策支持；创新驱动战略引领的科技革命，将为体育发展提供更强大的科技支撑；新的生活理念、教育观念、消费模式、技术应用、传播方式以及乡村振兴、新型城镇化战略的实施，将为体育事业拓展更广阔的发展空间。
2021.10.21	《福建省“十四五”体育产业规划》 闽体[2021]244号	福建省体育局	体育产业增加值 3000 亿元，增加值占全省 GDP 的比重保持在 4%以上；体育服务业增加值占体育产业增加值 30%以上，体育消费规模超过 1000 亿元，体育产业从业人员突破 100 万人。
2021.10.19	《福建省“十四五”体育	福建省体	到 2035 年，建立与基本实现社会主义现

	发展规划》 闽体[2021]241号	育局	代化相适应的体育发展格局，建成体育强省，体育成为我省社会主义现代化的显著标志。
2021.03.29	《浙江省体育改革发展“十四五”规划》	浙江省发改委、浙江省体育局	聚焦体育产业倍增提效，体育产业总规模、增加值年均增长 12%以上，体育产业总产出达到 5000 亿元以上，体育产业增加值占 GDP 比重达到 2%以上，体育服务业占体育产业增加值比重达到 60%以上。创建国家体育产业基地 30 个以上，培育体育上市公司、省级运动休闲基地和体育示范企业 120 个以上。
2019.05.06	《福建省关于促进体育产业高质量发展的若干措施》 闽体[2019]154号	福建省体育局	一、推动体育用品制造业转型升级；二、促进体育服务业全产业链发展；三、创新体育场馆投资和运营模式；四、深入挖掘融合创新功能；五、推进体育消费提质扩容；六、着力拓宽投融资渠道；七、优化产业发展良好环境。

第二节 我国体育用品行业主要发展特征

我国体育用品制造业经历了近 40 年的发展历程，但目前仍然面临着“大而不强”的问题，行业整体以传统制造业为主。国内行业整体技术水平和研发创新能力与国际企业相比仍存在较大差距。国际先进企业规模大、研发投入高、创新能力强、品牌效应强，在产品设计、品牌知名度、产品寿命、产品品质等方面具有一定的优势。而境内企业大多数规模较小，研发投入较低，创新能力不足。只有少数先进企业，在部分产品领域具备与国际企业竞争的能力。

其主要行业壁垒和衡量核心竞争力的关键指标如下：

一、主要行业壁垒

(1) 产品设计研发壁垒

随着消费者生活水平的提升，其对体育用品的综合要求也随之提升。产品设计者需要考虑产品使用场景、体育文化、产品功能、安全性、外观、生产成本等因素，应用材料学、结构学、力学等多方理论学科基础，对产品进行开发设计。

以上均需要研发者具备强大的产品设计研发能力，具备丰富的行业产品经验，了解产品各项性能，了解不同区域运动文化，以消费者的需求、体验为导向，不断对产品做出升级和改造；需要企业建设专业化的产品设计团队并持续投入；亦需要丰富的生产制造经验以及销售终端对于市场需求的及时感知与反馈。行业新进入者需要较长的时间摸索和积累才能具备上述能力。

（2）营销网络壁垒

体育用品的营销渠道目前分为境外线下、境内线下、境外线上和境内线上四类。

目前，境外线下客户为公司大型订单的主要来源，其客户以大型商超、运动品牌运营商、运动体育用品连锁机构等 B 端客户为主。此类客户的开拓渠道目前以参加各类跨境展会为主，其中较大型的也即获客率较高的展会往往会为参会的企业设置相应的阶梯式门槛，例如对企业出口额规模、品牌影响力、行业地位等各方面设置相应的指标要求作为参会条件。

境外优质 B 端客户对供应商的遴选以及产品的检验有着严苛的标准和要求，想要与其建立起长期稳定的合作关系，依赖于企业自身全方位的实力。

线上营销网络的搭建往往需要公司具有一定的电商运营经验，同时也要求公司有将消费者喜好和产品设计相结合的能力。

搭建“境内境外+线上线下”全面高效的营销网络，对企业生产规模、管理水平、行业经验、营销理念等综合能力有着较高要求。对于行业新进入者，上述营销网络的搭建，往往需要一定的资金实力，并经过较长时间的摸索和积累。

（3）产品认证壁垒

虽然目前康莱股份所处细分行业尚无明确的行业标准，但产品的升级改造往往要求企业必须具备长期的生产经验积累，持续的技术工艺改进能力。境外大型 B 端客户在寻找境内合作伙伴时亦会在企业管理方面和产品认证方面设置准入门槛。产品认证及管理体系认证需要企业多个部门的协同配合。跨行业新进入者难以在短期内获得相关认证。

（4）企业管理水平及行业人才的壁垒

企业管理水平和管理精细化程度决定了企业运营效率，进而影响企业的市场竞争力和经营效益。管理水平的高低体现在材料采购、产品设计、生产销售、内部管理等业务全过程的有效控制与高效整合上，企业需要较长时间的摸索、试错及改进才能形成既能适应企业自身特点，又符合行业发展要求的管理体系。行业新进入者很难在短期内形成有效的管理体系，而建设一支专业化的人才队伍亦需较长时间的沉淀和摸索。

（5）供应链壁垒

康莱股份所处的行业其上游原材料主要包括钢材、塑料、包装物。虽然上述原材料均属于传统行业，但如何建立起稳定、高效且价格可控的供应商管理体系直接考量企业的供应链管理能力和供应链的搭建需要建立在企业较大规模的生产需求、长期且稳定的供需关系、对行业上游行业市场的深度了解等方面的基础上，行业新入者很难在短期内搭建优质供应链体系，以致出现产品原材

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/926124215131010133>