

2024-2030年中国运动品牌 连锁市场评估与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国运动品牌连锁市场评估与市场前景预测报告》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.cction.com/report/202310/415093.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国运动品牌连锁市场评估与市场前景预测报告》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，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 中国运动品牌连锁运行状况浅析 第一节 中国运动品牌连锁运行环境分析 一、美国次贷危机对运动品牌连锁行业的影响 二、经济中国化进程加快 三、经济中国化背景下的城市化 四、连锁运营模式发展成熟 第二节 中国运动品牌市场现状综述 一、中国运动品牌市场规模分析 二、中国运动品牌市场发展特征 三、中国运动品牌综述 第三节 中国运动品牌连锁运行综述 一、连锁模式在运动品牌行业发展中的地位 二、中国运动品牌连锁行业集中度分析 三、中国运动品牌连锁行业分析 第四节 中国运动品牌连锁行业竞争格局分析 一、运动品牌连锁行业的国际竞争格局 二、运动品牌连锁公司的规模扩张动态 三、运动品牌连锁的竞争格局变化趋势 第五节 中国运动品牌连锁行业发展趋势分析 一、跨国公司向中国扩张 二、运动品牌连锁行业规模优势将凸显 三、国际整合趋势将愈加显著 四、电子商务和catalogshop逐渐盛行 五、运营模式日渐细分 第二章 世界部分国家运动品牌连锁行业市场运行探析 第一节 美国运动品牌连锁行业市场分析 一、美国运动品牌连锁行业发展环境pest分析 1、美国经济运行分析 2、美国居民收支情况 3、美国人口人文统计 4、美国电子商务发展趋势 5、美国运动品牌相关行业政策 6、美国连锁经营模式发展状况 二、美国运动品牌市场综述 三、美国运动品牌连锁行业运行现状 四、美国运动品牌连锁行业进军海外市场 第二节 德国运动品牌连锁行业市场分析 第三节 英国运动品牌连锁行业市场分析 第四节 义大利运动品牌连锁行业市场分析 第五节 日本运动品牌连锁行业市场分析 第三章 中国运动品牌连锁行业运行环境研究 第一节 中国宏观经济环境分析 一、国民经济运行情况gdp（季度更新） 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、社会消费品零售总额 八、对外贸易&进出口 九、经济环境对运动品牌连锁企业的影响 第二节 中国运动品牌连锁行业政策环境分析 一、中国特许经营连锁行业发展政策 二、纺织服装纺织业出口压力日趋严峻 三、纺织工业“十一五”发展规划 四、标准渐高运动品牌业洗牌加速 五、美欧日的服装进出口政策 六、政策环境对运动品牌连锁企业的影响 第三节 中国运动品牌连锁行业社会环境分析 一、运动品牌消费理念不断升级换代 二、中国中产阶级数量迅速增多 三、中国掀起个人创业热潮 四、观点：社会环境对运动品牌连锁企业的影响 第四节 中国运动品牌连锁相关产业环境分析 一、中国运动品牌制造业发展现状 二、中国运动品牌的品牌格局 三、中国运动品牌主要原材料市场状况 四、产业环境对运动品牌连锁企业的

影响 第四章 中国运动品牌连锁行业市场深度剖析 第一节 中国运动品牌连锁行业运营模式分析 一、百货商场 1、百货连锁中运动品牌的市场定位 2、百货连锁经营运动品牌的竞争力swot分析 3、百货连锁与运动品牌企业的契合点分析 4、百货连锁经营运动品牌用品的发展趋势 二、综合型超市连锁 三、大型服装批发市场 四、连锁专卖店、专业店 五、连锁精品店、折扣店 六、电子商务 第二节 中国运动品牌连锁行业市场透析 一、中国运动品牌行业发展历程 二、中国户外运动品牌市场规模分析 三、国际品牌占据市场领导地位 四、中国运动品牌市场消费层次明显 五、专卖连锁成为市场主流 六、目标客户群体细分成为行业关注热点 七、厂商背景的连锁加盟体系占据主导地位 第三节 中国运动品牌市场销售管道现状 一、中国运动品牌市场管道的发展阶段 二、中国运动品牌市场管道的变革状况 三、各类销售管道的市场定位对比 四、运动品牌管道的复合多元化 五、运动品牌管道的品牌运营化 六、运动品牌产业的一体化经营 七、运动品牌管道的资讯网路化 第四节 中国运动品牌连锁行业存在的问题 一、行业存在盲目性投资问题 二、消费者的品牌忠诚度低 三、行业经营管理能力良莠不齐 四、运动品牌连锁领域的跨行业发展问题 五、重扩张轻管理 第五章 中国运动品牌市场消费者消费调研 第一节 中国运动品牌消费者基本情况 一、消费者年龄分布 二、运动休闲鞋性别比例 三、对户外运动喜好程度及运动频率 第二节 中国运动品牌消费行为调查分析 一、消费者购买运动休闲鞋价格分析 二、消费者购买运动休闲鞋渠道调查分析 三、消费者对已购买运动休闲鞋满意度调查分析 四、运动休闲鞋前五大品牌购成 第三节 影响消费者购买运动品牌的因素分析 第六章 中国运动品牌连锁行业的竞争情况研究 第一节 中国运动品牌连锁行业竞争现状分析 一、市场定位 二、品牌定位 三、连锁网路的布局及店址的选择 四、规模扩张竞争 五、行销方式竞争 六、品质和技术竞争 七、总部支援服务竞争 八、管理效率及员工素质竞争 第二节 中国运动品牌连锁行业竞争格局分析 一、运动品牌连锁业态在大中城市占据优势 二、外资运动品牌连锁企业在华发展规模现状 三、中资运动品牌连锁企业在华发展规模现状 第三节 中国运动品牌连锁行业竞争行为分析 一、店面数量及规模 二、产品竞争 三、价格促销 四、服务方式 五、物流竞争 六、行销手段 七、运动品牌渠道之争 第四节 中国运动品牌连锁行业竞争趋势分析 第七章 国际运动品牌连锁行业主体企业竞争力分析 第一节 耐克nike 第二节 阿迪达斯adidas 第三节 锐步reebok 第四节 匡威conVERSE 第五节 纽巴伦new—banlence 第六节 美津浓mizuno 第七节 彪马puma 第八节 茵宝umbro 第九节 迪亚多纳diadora 第八章 国内运动品牌连锁行业主体企业竞争力对比分析 第一节 安踏（中国）有限公司（安踏） 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业盈利能力分析 四、企业偿债能力分析 五、企业运营能力分析 六、企业成长能力分析 第二节 广东李宁体育发展有限公司（李宁） 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业盈利能力分析 四、企业偿债能力分析 五、企业运营能力分析 六、企业成长能力分析 第三节 三六一

度（福建）体育用品有限公司（361度） 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业盈利能力分析 四、企业偿债能力分析 五、企业运营能力分析 六、企业成长能力分析 第四节 泉州鸿星尔克体育用品有限公司（鸿星尔克） 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业盈利能力分析 四、企业偿债能力分析 五、企业运营能力分析 六、企业成长能力分析 第五节 福建乔丹体育用品有限公司（乔丹） 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业盈利能力分析 四、企业偿债能力分析 五、企业运营能力分析 六、企业成长能力分析 第六节 双星集团有限责任公司（双星） 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业盈利能力分析 四、企业偿债能力分析 五、企业运营能力分析 六、企业成长能力分析 第七节 泉州匹克鞋业有限公司（匹克） 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业盈利能力分析 四、企业偿债能力分析 五、企业运营能力分析 六、企业成长能力分析 第八节 第九章 中国运动品牌连锁业前景展望 第一节 中国连锁经营前景预测分析 一、连锁经营或成中国华人经济发展方向 二、我国连锁经营发展的主要趋势分析 三、连锁经营的未来十大趋势预测 第二节 中国运动品牌连锁业前景预测分析 一、运动品牌连锁成利润新增增长点 二、品牌建设占据运动品牌连锁的核心地位 三、直营加盟体系更加系统化 四、弱化“运动”强调“艺术” 五、运动品牌的专业化趋势 第九章 中国运动品牌连锁行业投资战略分析 第一节 中国运动品牌连锁业投资概况 一、中国运动品牌连锁业投资特性分析 二、中国运动品牌连锁投资价值分析 三、中国连锁经营投资政策分析 第二节 中国运动品牌连锁行业投资机会分析 一、区域投资潜力分析 二、运动品牌连锁投资吸引力分析 第三节 中国运动品牌连锁行业投资风险预警 一、市场风险 二、政策风险 三、管理风险 四、区域经济风险 五、物流配送风险 第四节 威专家投资建议 略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/415093.html>