

2020年中国运动品牌连锁市场调研报告- 产业现状与发展动向研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国运动品牌连锁市场调研报告-产业现状与发展动向研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiema/525855525855.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章 2020年全球运动品牌连锁运行状况浅析

第一节 2020年全球运动品牌连锁运行环境分析

- 一、美国危机对运动品牌连锁行业的影响
- 二、经济全球化进程加快
- 三、经济全球化背景下的城市化
- 四、连锁运营模式发展成熟

第二节 2020年全球运动品牌市场现状综述

- 一、全球运动品牌市场规模分析
- 二、全球运动品牌市场发展特征
- 三、全球运动品牌综述

第三节 2020年全球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、全球运动品牌连锁行业集中度分析
- 三、全球运动品牌连锁行业分析

第四节 2020年全球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 2021-2026年全球运动品牌连锁行业发展趋势分析

- 一、跨国公司向全球扩张
- 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 2020年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 2020年中国运动品牌连锁行业运行环境研究

第一节 2020年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收支分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

七、中国物价水准持续上涨

八、经济环境对运动品牌连锁企业的影响

第二节 2020年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“十四五”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 2020年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、三胜：社会环境对运动品牌连锁企业的影响

第四节 2020年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 2020年中国运动品牌连锁行业市场深度剖析

第一节 2020年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 2020年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 2020年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 2020年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 2020年中国运动品牌市场消费者消费调研

第一节 2020年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 2020年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、2020年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 2020年中国运动品牌连锁行业的竞争情况研究

第一节 2020年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 2020年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 2020年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

第四节 2021-2026年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企业分析（随数据更新有调整）

第一节 耐克Nike

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 阿迪达斯Adidas

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 锐步Reebok

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 匡威Converse

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 纽巴伦new—banlence

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第八章 中国运动品牌连锁行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 安踏（中国）有限公司（安踏）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 广东李宁体育发展有限公司（李宁）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 三六一度(福建)体育用品有限公司（361度）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 泉州鸿星尔克体育用品有限公司（鸿星尔克）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 福建乔丹体育用品有限公司（乔丹）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第六节 双星集团有限责任公司（双星）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七节 泉州匹克鞋业有限公司（匹克）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第九章 2021-2026年中国运动品牌连锁业前景展望

第一节 2021-2026年中国连锁经营前景预测分析

- 一、连锁经营或成全球华人经济发展方向
- 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 2021-2026年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

第十章 2021-2026年中国运动品牌连锁行业投资战略分析

第一节 2020年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 2021-2026年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 2021-2026年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 专家投资建议

图表详见报告正文 (GYYJ)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国运动品牌连锁市场调研报告-产业现状与发展动向研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业

竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiema/525855525855.html>