2022-2027年中国运动品牌连锁行业发展监测及发展战略规划报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国运动品牌连锁行业发展监测及发展战略规划报告》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：https://www.huaon.com//channel/chain/839309.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

报告目录：

第一章 2021年全球运动品牌连锁运行状况浅析
第一节 2021年全球运动品牌连锁运行环境分析
第二节 2021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 2021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 2021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预测分析
第五节 2022-2027年全球运动品牌连锁行业发展趋势预测
第二章 2021年世界部分国家运动品牌连锁行业市运行探析
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
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分析
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 2021年中国运动品牌连锁行业运行环境分析
第一节 国内宏观经济环境分析
一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、2022年中国宏观经济发展预测分析
第二节 2021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 2021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、社会环境对运动品牌连锁企业的影响
第四节 2021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分析
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情况分析
四、产业环境对运动品牌连锁企业的影响
第四章 2021年中国运动品牌连锁行业市场深度剖析
第一节 2021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预测分析
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 2021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 2021年中国运动品牌市场销售管道现状分析
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情况分析
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 2021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 2021年中国运动品牌市场消费者消费分析
第一节 2021年中国运动品牌消费者基本状况分析
第二节 2021年中国运动品牌消费行为分析
第三节 影响消费者购买运动品牌的因素分析
第六章 2021年中国运动品牌连锁行业的竞争情况研究
第一节 2021年中国运动品牌连锁行业竞争现状分析
第二节 2021年中国运动品牌连锁行业竞争格局分析
第三节 2021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、运动品牌渠道之争
第四节 2022-2027年中国运动品牌连锁行业竞争趋势预测
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 李宁体育（深圳）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 福建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 中乔体育股份有限公司（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
第九章 2022-2027年中国运动品牌连锁业前景展望分析
第一节 2022-2027年中国连锁经营前景预测分析
第二节 2022-2027年中国运动品牌连锁业前景预测分析
第十章 2022-2027年中国运动品牌连锁行业投资战略分析
第一节 2021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 2022-2027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 2022-2027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 行业投资建议

详细请访问：https://www.huaon.com//channel/chain/839309.html