



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2016年中国运动品牌连锁 市场调查与未来前景预测研究报 告

一、调研说明

《2011-2016年中国运动品牌连锁市场调查与未来前景预测研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/192538.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

运动品牌是品牌依据品牌的行为划分而产生的。其国际代表的是耐克（NIKE）、阿迪达斯（adidas），而中国国内的比较成功的代表是李宁（LI-NING）、安踏（ANTA）、特步（XTEP）。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2016年中国运动品牌连锁市场调查与未来前景预测研究报告》共九章。首先介绍了中国运动品牌连锁行业运行环境、全球运动品牌连锁运行状况等，接着分析了中国运动品牌连锁行业市场的现状，然后介绍了中国运动品牌连锁行业竞争格局。随后，报告对国内外运动品牌连锁行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国运动品牌连锁行业发展前景与投资预测。您若想对运动品牌连锁产业有个系统的了解或者想投资运动品牌连锁行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

第一章 2011年中国运动品牌连锁行业运行环境分析

第一节 2011年中国宏观经济环境分析

- 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、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011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 2011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 2011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

第二章 2011年全球运动品牌连锁运行状况分析

第一节 2011年全球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 2011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 2011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 2011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 2011-2016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

第三章 2011年世界部分国家运动品牌连锁行业市场运行分析

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

第四章 2011年中国运动品牌连锁行业市场深度分析

第一节 2011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 2011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 2011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 2011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 2011年中国运动品牌市场消费者消费调研分析

第一节 2011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 2011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、2011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 2011年中国运动品牌连锁行业竞争格局分析

第一节 2011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 2011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 2011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2008年渠道之争

第四节 2011-2016年中国运动品牌连锁行业竞争趋势分析

第七章 2011年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 2011年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

第九章 2011-2016年中国运动品牌连锁行业发展前景与投资预测分析

第一节 2011-2016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 2011-2016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

第三节 2011-2016年中国运动品牌连锁行业投资机会分析

第四节 2011-2016年中国运动品牌连锁行业投资风险分析

第五节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：安踏（中国）有限公司主要经济指标走势图

图表：安踏（中国）有限公司经营收入走势图

图表：安踏（中国）有限公司盈利指标走势图

图表：安踏（中国）有限公司负债情况图

图表：安踏（中国）有限公司负债指标走势图

图表：安踏（中国）有限公司运营能力指标走势图

图表：安踏（中国）有限公司成长能力指标走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司主要经济指标走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司经营收入走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司盈利指标走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司负债情况图

图表：广东李宁体育发展有限公司负债指标走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司运营能力指标走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司成长能力指标走势图

图表：三六一度(福建)体育用品有限公司主要经济指标走势图

图表：三六一度(福建)体育用品有限公司经营收入走势图

图表：三六一度(福建)体育用品有限公司盈利指标走势图

图表：三六一度(福建)体育用品有限公司负债情况图

图表：三六一度(福建)体育用品有限公司负债指标走势图

图表：三六一度(福建)体育用品有限公司运营能力指标走势图

图表：三六一度(福建)体育用品有限公司成长能力指标走势图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司主要经济指标走势图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司经营收入走势图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司盈利指标走势图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司负债情况图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司负债指标走势图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司运营能力指标走势图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司成长能力指标走势图

图表：福建乔丹体育用品有限公司主要经济指标走势图

图表：福建乔丹体育用品有限公司经营收入走势图

图表：福建乔丹体育用品有限公司盈利指标走势图

图表：福建乔丹体育用品有限公司负债情况图

图表：福建乔丹体育用品有限公司负债指标走势图

图表：福建乔丹体育用品有限公司运营能力指标走势图

图表：福建乔丹体育用品有限公司成长能力指标走势图

图表：双星集团有限责任公司主要经济指标走势图

图表：双星集团有限责任公司经营收入走势图

图表：双星集团有限责任公司盈利指标走势图

图表：双星集团有限责任公司负债情况图

图表：双星集团有限责任公司负债指标走势图

图表：双星集团有限责任公司运营能力指标走势图

图表：双星集团有限责任公司成长能力指标走势图

图表：泉州匹克鞋业有限公司主要经济指标走势图

图表：泉州匹克鞋业有限公司经营收入走势图

图表：泉州匹克鞋业有限公司盈利指标走势图

图表：泉州匹克鞋业有限公司负债情况图

图表：泉州匹克鞋业有限公司负债指标走势图

图表：泉州匹克鞋业有限公司运营能力指标走势图

图表：泉州匹克鞋业有限公司成长能力指标走势图

通过《2011-2016年中国运动品牌连锁市场调查与未来前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/192538.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。