2017-2022年中国体育用品市场专项调研及投资方向研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国体育用品市场专项调研及投资方向研究报告》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.chyxx.com/research/201704/511398.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

体育用品行业是体育产业的重要组成部分，具体包括体育器材及配件制造、训练健身器材制造、球类制造、运动防护用具制造以及其他体育用品制造等。

随着国内居民收入水平的提高，国内体育用品市场需求快速增长；同时，国内体育用品出口规模继续保持稳定增长，带动国内体育用品行业规模不断扩大。

根据《中国体育用品产业发展白皮书》统计数据显示，2007 年至 2015 年，体育用品业年增加值从 1,009.00 亿元增长到 2,755.50 亿元，年复合增长率为 13.38%，体育用品行业发展迅速。

2007-2015 年中国体育用品行业增加值情况

数据来源：公开数据整理

智研咨询发布的《2017-2022年中国体育用品市场专项调研及投资方向研究报告》共八章。首先介绍了体育用品行业市场发展环境、体育用品整体运行态势等，接着分析了体育用品行业市场运行的现状，然后介绍了体育用品市场竞争格局。随后，报告对体育用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了体育用品行业发展趋势与投资预测。您若想对体育用品产业有个系统的了解或者想投资体育用品行业，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1章：中国体育用品行业发展综述
1.1 体育用品行业定义及分类
1.1.1 体育用品行业定义
1.1.2 体育用品行业主要产品大类
1.1.3 体育用品行业地位分析
（1）在国民经济中的地位分析
（2）在体育产业中的地位分析
1.2 体育用品行业数据统计标准
1.2.1 体育用品行业统计部门和统计口径
1.2.2 体育用品行业统计方法
1.2.3 体育用品行业数据种类
1.3 体育用品行业发展环境分析
1.3.1 体育用品行业经济环境分析

（1）经济增长分析
（2）城市化进程分析
（3）产业结构调整分析
（4）人民币升值预期分析
1.3.2 体育用品行业政策环境分析
（1）行业主管部门与监管体制
（2）行业主要法律法规及产业政策
1.3.3 体育用品行业消费环境分析
（1）居民收入分析
（2）居民消费结构升级分析
（3）居民健身意识分析
（4）居民体育用品消费理念分析
1.3.4 体育用品行业贸易环境分析
（1）行业贸易壁垒分析
（2）人民币汇率调整分析
第2章：国内外体育用品行业发展现状及前景预测
2.1 国际体育用品行业发展现状分析
2.1.1 国际体育用品行业发展概况
2.1.2 美国体育用品行业发展状况
2015年美国体育产业增加值占比

2.1.3 欧洲体育用品行业发展状况
2.1.4 日本体育用品行业发展状况
2.1.5 加拿大体育用品行业发展状况
2.1.6 国际体育用品行业前景预测
2.2 中国体育用品行业总体发展状况
2.2.1 体育用品行业发展总体概况
2007-2015 年中国体育用品行业增加值情况

数据来源：公开数据整理
2.2.2 体育用品行业发展主要特点
2.2.3 2012-2016年体育用品行业规模及财务指标分析
（1）2012-2016年体育用品行业市场规模分析
（2）2012-2016年体育用品行业盈利能力分析
（3）2012-2016年体育用品行业运营能力分析

（4）2012-2016年体育用品行业偿债能力分析
（5）2012-2016年体育用品行业发展能力分析
2.3 2012-2016年中国体育用品行业经济指标分析
2.3.1 体育用品行业主要经济效益影响因素
2.3.2 2012-2016年体育用品行业经济指标分析
2.3.3 2009-2016年不同规模企业经济指标分析
2.3.4 2009-2016年不同性质企业经济指标分析
2.4 2012-2016年中国体育用品行业供需平衡分析
2.4.1 2012-2016年全国体育用品行业供给情况分析
（1）2012-2016年全国体育用品行业总产值分析
（2）2012-2016年全国体育用品行业产成品分析
2.4.2 2012-2016年全国体育用品行业需求情况分析
（1）2012-2016年全国体育用品行业销售产值分析
（2）2012-2016年全国体育用品行业销售收入分析
2015 年体育用品制造行业细分行业主营业务收入占比状况

数据来源：公开数据整理
2.4.3 2004-2016年全国体育用品行业产销率分析
2.5 2012-2016年中国体育用品行业进出口市场分析
2.5.1 2012-2016年体育用品行业进出口状况综述
2.5.2 2012-2016年体育用品行业出口市场分析
（1）行业出口总体情况
（2）行业出口产品结构
（3）行业内外销比例分析
2.5.3 2012-2016年体育用品行业进口市场分析
（1）行业进口总体情况
（2）行业进口产品结构
（3）国内市场内外供应比例分析
2.5.4 体育用品行业进出口前景及建议
（1）体育用品行业出口前景及建议
（2）体育用品行业进口前景及建议
2.6 2016-2021年中国体育用品行业发展前景预测
2.6.1 体育用品行业发展的驱动因素分析
2.6.2 体育用品行业发展的障碍因素分析
2.6.3 体育用品行业的发展趋势分析

2.6.4 2016-2021年体育用品行业发展前景预测
（1）行业规模预测
（2）行业经营情况预测
（3）行业进出口情况预测
第3章：中国体育用品行业集群发展分析及预测
3.1 广东省体育用品行业发展分析
3.1.1 广东省体育用品行业发展环境分析
（1）总体经济发展情况
（2）体育用品行业发展政策
（3）体育设施建设情况
（4）居民收入水平
（5）居民教育文化娱乐服务支出
3.1.2 广东省体育用品行业发展状况
（1）广东省体育用品行业规模分析
（2）广东省体育用品行业品牌建设情况
（3）广东省体育用品出口情况
3.1.3 广东省体育用品行业发展趋势
3.2 浙江省体育用品行业发展分析
3.2.1 浙江省体育用品行业发展环境分析
（1）总体经济发展情况
（2）体育用品行业发展政策
（3）体育设施建设情况
（4）居民收入水平
（5）居民教育文化娱乐服务支出
3.2.2 浙江省体育用品行业发展状况
（1）浙江省体育用品行业规模分析
（2）浙江省体育用品行业品牌建设情况
（3）浙江省“黄龙体育文化创意产业园”
3.2.3 浙江、广东两省体育用品产业集群比较分析
（1）浙江、广东两省体育用品产业集群的相同点
（2）浙江、广东两省体育用品产业集群的差异点
（3）浙江、广东两省体育用品产业集群发展的启示
3.2.4 浙江省体育产业发展规划（2012-2016年）（征求意见稿）
（1）发展目标
（2）工作任务

（3）保障措施
3.3 晋江市体育用品行业发展分析
3.3.1 晋江市体育用品行业发展环境分析
（1）总体经济发展情况
（2）体育用品行业发展政策
（3）体育设施建设情况
（4）居民收入水平
（5）居民教育文化娱乐服务支出
3.3.2 晋江市体育用品行业发展状况
（1）晋江市体育用品行业规模分析
（2）晋江市体育用品行业品牌建设情况
（3）晋江市国家体育产业基地建设情况
3.3.3 晋江市体育用品行业发展趋势
（1）向一线城市进军
（2）二线品牌崛起
（3）向技术密集型企业过渡
3.4 厦门市体育用品行业发展分析
3.4.1 厦门市体育用品行业发展环境分析
（1）总体经济发展情况
（2）体育用品行业发展政策
（3）体育设施建设情况
（4）居民收入水平
（5）居民教育文化娱乐服务支出
3.4.2 厦门市体育用品行业发展状况
（1）厦门市体育用品行业规模分析
（2）厦门市体育用品行业品牌建设情况
（3）厦门市体育用品出口情况
3.4.3 厦门市体育用品行业创新能力分析
（1）厦门市体育用品行业潜在创新资源概况
（2）厦门市体育用品行业创新活动能力概况
（3）厦门市体育用品行业创新产出能力概况
（4）厦门市体育用品行业创新环境概况
（5）影响厦门市体育用品行业进一步发展和增强创新能力的因素分析
3.4.4 厦门市体育用品行业发展趋势
（1）由制造向创造转型

（2）厦门市体育用品协会将发挥积极作用
3.5 成都市体育用品行业发展分析
3.5.1 成都市体育用品行业发展环境分析
（1）总体经济发展情况
（2）体育用品行业发展政策
（3）体育设施建设情况
（4）居民收入水平
（5）居民教育文化娱乐服务支出
3.5.2 成都市体育用品行业发展状况
（1）成都市体育用品行业规模分析
（2）成都市体育用品行业品牌建设情况
（3）成都市国家体育产业基地建设情况
3.5.3 成都市体育用品行业发展趋势

第4章：中国重点城市体育用品消费情况调研分析
4.1 体育用品行业各地区经济指标分析
4.1.1 体育用品行业各地区资产及负债情况分析
（1）资产情况分析
（2）负债情况分析
4.1.2 体育用品行业各地区供需分析
（1）供给情况分析
（2）需求情况分析
4.1.3 各地区经营情况分析
（1）收入及利润情况分析
（2）亏损情况分析
4.2 北京市体育用品消费情况分析
4.2.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.2.2 体育用品市场竞争格局
4.2.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.3 上海市体育用品消费情况分析
4.3.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况

（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.3.2 体育用品市场竞争格局
4.3.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.4 广州市体育用品消费情况分析
4.4.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.4.2 体育用品市场竞争格局
4.4.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.5 深圳市体育用品消费情况分析
4.5.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.5.2 体育用品市场竞争格局
4.5.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.6 南京市体育用品消费情况分析
4.6.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.6.2 体育用品市场竞争格局
4.6.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.7 重庆市体育用品消费情况分析
4.7.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.7.2 体育用品市场竞争格局
4.7.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.8 武汉市体育用品消费情况分析
4.8.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况

（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.8.2 体育用品市场竞争格局
4.8.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.9 郑州市体育用品消费情况分析
4.9.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.9.2 体育用品市场竞争格局
4.9.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.10 西安市体育用品消费情况分析
4.10.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.10.2 体育用品市场竞争格局
4.10.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.11 天津市体育用品消费情况分析
4.11.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.11.2 体育用品市场竞争格局
4.11.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.12 杭州市体育用品消费情况分析
4.12.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.12.2 体育用品市场竞争格局
4.12.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.13 呼和浩特市体育用品消费情况分析
4.13.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况

（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.13.2 体育用品市场竞争格局
4.13.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.14 长沙市体育用品消费情况分析
4.14.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.14.2 体育用品市场竞争格局
4.14.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.15 南宁市体育用品消费情况分析
4.15.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.15.2 体育用品市场竞争格局
4.15.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.16 福州市体育用品消费情况分析
4.16.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.16.2 体育用品市场竞争格局
4.16.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.17 贵阳市体育用品消费情况分析
4.17.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.17.2 体育用品市场竞争格局
4.17.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.18 昆明市体育用品消费情况分析
4.18.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况

（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.18.2 体育用品市场竞争格局
4.18.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.19 济南市体育用品消费情况分析
4.19.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.19.2 体育用品市场竞争格局
4.19.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.20 长春市体育用品消费情况分析
4.20.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.20.2 体育用品市场竞争格局
4.20.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.21 沈阳市体育用品消费情况分析
4.21.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.21.2 体育用品市场竞争格局
4.21.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.22 太原市体育用品消费情况分析
4.22.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.22.2 体育用品市场竞争格局
4.22.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.23 石家庄市体育用品消费情况分析
4.23.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况

（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.23.2 体育用品市场竞争格局
4.23.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.24 南昌市体育用品消费情况分析
4.24.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.24.2 体育用品市场竞争格局
4.24.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.25 海口市体育用品消费情况分析
4.25.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.25.2 体育用品市场竞争格局
4.25.3 体育用品消费需求及趋势分析
4.26 合肥市体育用品消费情况分析
4.26.1 体育用品消费环境分析
（1）经济发展情况
（2）人口规模情况
（3）居民收入及消费水平
4.26.2 体育用品市场竞争格局
4.26.3 体育用品消费需求及趋势分析

第5章：国内外体育用品行业竞争格局与趋势分析
5.1 国际体育用品行业竞争现状与趋势分析
5.1.1 国际体育用品行业竞争格局
5.1.2 跨国公司在华投资布局及发展动态
（1）美国耐克（NIKE）公司
（2）德国阿迪达斯（ADIDAS）公司
（3）英国锐步（REEBOK）公司
（4）德国彪马（PUMA）集团
（5）意大利卡帕（KAPPA）公司

（6）日本美津浓（MIZUNO）株式会社
（7）美国哥伦比亚（Columbia）公司
（8）美国匡威（Converse）公司
（9）美国爱康（ICON）公司
（10）德国JACK WOLFSKIN公司
5.1.3 国际体育用品行业竞争趋势
5.2 国内体育用品行业竞争格局
5.2.1 国内体育用品行业竞争格局
（1）球类产品市场竞争格局
（2）体育器材及配件市场竞争格局
（3）训练健身器材市场竞争格局
（4）运动防护用品市场竞争格局
（5）钓具用品市场竞争格局
5.2.2 国内体育用品行业竞争趋势
（1）行业竞争日益加剧
（2）行业进入转型期
（3）品牌重塑和创新显现
5.3 国内体育用品区域市场竞争分析
5.3.1 一线城市体育用品企业竞争态势
（1）一线城市体育用品市场发展概况
（2）一线城市体育用品市场规模分析
（3）一线城市体育用品市场竞争格局
（4）一线城市体育用品市场竞争动态
（5）一线城市体育用品经营布局及策略
（6）一线城市体育用品市场未来竞争情况预测
5.3.2 二三线城市体育用品企业竞争态势
（1）二三线城市体育用品市场发展概况
（2）二三线城市体育用品市场规模分析
（3）二三线城市体育用品市场竞争格局
（4）二三线城市体育用品市场竞争动态
（5）二三线城市体育用品经营布局及策略
（6）二三线城市体育用品市场未来竞争情况预测

第6章：中国体育用品消费者心理及行为研究
6.1 体育消费概况

6.1.1 体育消费及体育消费行为的内涵
（1）体育消费
（2）体育消费行为
6.1.2 居民体育消费现状研究
（1）体育消费现状分析
（2）影响体育消费的因素分析
（3）体育消费水平低下的原因分析
6.1.3 电子商务中体育消费者行为分析
（1）体育电子商务发展现状
（2）体育电子商务环境对消费行为的影响
（3）电子商务环境下体育消费行为新特性
（4）体育电子商务环境下消费者购买过程
（5）电子商务环境下体育企业营销的对策
6.2 消费者心理研究
6.2.1 消费者心理研究综述
（1）消费者心理内涵
（2）消费者心理预期研究
（3）消费心理文化研究
6.2.2 定价策略与消费心理研究
（1）尾数定价和折扣定价与实用实惠型心理
（2）声望定价策略与炫耀、显贵型心理
（3）撇脂定价策略与获奇、求新型心理
（4）竞争导向定价策略与追求时尚消费心理
6.2.3 追求名牌的消费者心理研究
（1）消费者购买名牌的动机
（2）消费者购买名牌的态度
（3）企业创造满足消费者心理需求的名牌的建议
6.3 体育用品消费者购买行为研究
6.3.1 影响体育用品消费者购买行为的主要因素
（1）文化因素
（2）社会因素
（3）个人因素
（4）心理因素
6.3.2 体育用品消费者购买行为过程分析
（1）确认对体育用品的需要

（2）搜集已被确认的体育用品的相关信息
（3）对收集的信息进行评估选择
（4）决定购买，实施购买行为
（5）购买后行为
6.3.3 体育用品消费者购买行为模式
（1）体育用品消费者购买行为总模式
（2）体育用品消费者购买行为详细模式
（3）关于体育用品消费者购买行为模式的几点说明
6.4 不同群体消费者研究
6.4.1 “80后”消费群体分析
（1）“80后”消费群体介绍
（2）“80后”消费群消费收入来源
（3）“80后”消费心理研究
（4）“80后”消费行为研究
（5）针对“80后”的营销策略
6.4.2 “90后”消费群体分析
（1）“90后”消费群体介绍
（2）“90后”消费群消费收入来源
（3）“90后”消费心理研究
（4）“90后”消费行为研究
（5）针对“90后”的营销策略
第7章：中国体育用品细分产品市场分析
7.1 运动鞋市场分析
7.1.1 运动鞋市场运营情况
（1）运动鞋市场规模分析
（2）运动鞋市场生产情况
（3）运动鞋市场需求情况
7.1.2 运动鞋市场主要产品分析
（1）运动鞋产品分类
（2）篮球鞋市场分析
（3）足球鞋市场分析
（4）网球鞋市场分析
（5）慢跑鞋市场分析
（6）帆布鞋市场分析
（7）休闲鞋市场分析

7.1.3 运动鞋市场发展趋势分析
7.2 球类产品市场分析
7.2.1 球类产品市场运营情况
（1）球类产品市场规模分析
（2）球类产品市场生产情况
（3）球类产品市场需求情况
7.2.2 篮球市场分析
（1）篮球用品市场规模
（2）篮球用品市场格局
（3）篮球用品发展潜力
7.2.3 足球市场分析
（1）足球用品市场规模
（2）足球用品市场格局
（3）足球用品发展潜力
7.2.4 排球市场分析
（1）排球用品市场规模
（2）排球用品市场格局
（3）排球用品发展潜力
7.2.5 台球市场分析
（1）台球用品市场规模
（2）台球用品市场格局
（3）台球市场发展模式
（4）台球市场发展瓶颈
（5）台球用品发展潜力
7.2.6 网球市场分析
（1）网球用品市场规模
（2）网球用品市场格局
（3）网球用品发展潜力
7.2.7 乒乓球市场分析
（1）乒乓球用品市场规模
（2）乒乓球用品市场格局
（3）乒乓球用品发展潜力
7.2.8 羽毛球市场分析
（1）羽毛球市场规模
（2）羽毛球市场格局

（3）羽毛球用品发展潜力
7.2.9 保龄球市场分析
7.2.10 高尔夫球市场分析
7.3 体育器材及配件市场分析
7.3.1 体育器材及配件市场运营情况
（1）体育器材及配件市场规模分析
（2）体育器材及配件市场生产情况
（3）体育器材及配件市场需求情况
7.3.2 竞技比赛器材市场分析
（1）球类器材市场分析
（2）体操器材市场分析
（3）田径器材市场分析
7.3.3 运动服市场分析
（1）运动服市场发展概况
（2）运动服品牌赞助策略
7.3.4 滑雪服市场分析
（1）滑雪服市场现状分析
（2）滑雪服市场发展对策
（3）滑雪服产品设计趋势
（4）滑雪装备的流行趋势
7.3.5 户外运动产品市场分析
（1）户外运动用品市场现状
（2）市场消费群体分析
（3）户外运动主要产品分析
（4）户外运动市场发展潜力
7.3.6 残疾人体育用品市场分析
（1）残疾人体育用品市场发展现状
（2）残疾人体育用品市场发展潜力
7.4 训练健身器材市场分析
7.4.1 训练健身器材市场运营情况
（1）训练健身器材市场规模分析
（2）训练健身器材市场生产情况
（3）训练健身器材市场需求情况
7.4.2 跑步机市场分析
（1）跑步机产品分类

（2）跑步机市场规模分析
（3）跑步机市场发展趋势
7.4.3 个人健身器材市场分析
（1）跳绳市场分析
（2）毽子市场分析
（3）哑铃市场分析
（4）臂力棒市场分析
（5）腕力器市场分析
（6）瑜伽服市场分析
7.5 运动防护用具产品市场分析
7.5.1 运动防护用具市场运营情况
（1）运动防护用具市场规模分析
（2）运动防护用具市场生产情况
（3）运动防护用具市场需求情况
7.5.2 拳击手套市场分析
7.5.3 旱冰用品市场分析
7.5.4 轮滑鞋市场分析
7.5.5 棒球帽市场分析
7.5.6 护膝护腕市场分析
7.6 其他体育用品市场分析
7.6.1 其他体育用品市场运营情况
（1）其他体育用品市场规模分析
（2）其他体育用品市场生产情况
（3）其他体育用品市场需求情况
7.6.2 钓具市场分析
（1）钓具市场总体特征
（2）钓具市场发展规模
（3）钓具市场进出口分析
（4）钓具市场发展前景

第8章：中国体育用品行业销售模式及营销分析（ZY GXH）
8.1 体育用品行业销售体系分析
8.1.1 体育用品专业批发市场
8.1.2 大型商场超市体育用品专柜
8.1.3 体育用品专业店

8.1.4 体育用品专卖店
8.1.5 体育用品博览会
8.2 体育用品行业销售模式分析
8.2.1 传统实体终端销售模式分析
（1）传统实体终端销售模式简介
（2）经营和扩张模式
（3）面临的挑战
8.2.2 体育用品网络销售模式分析
（1）网络购物市场的发展概况
（2）体育用品网购市场的发展
（3）领先体育用品网购商城发展分析
（4）体育用品网络销售前景分析
8.2.3 国美体育连锁卖场销售模式分析
（1）国美体育投资布局及市场定位
（2）国美体育资金来源
（3）国美体育运营模式
（4）国美体育发展预期
（5）国美体育连锁卖场销售模式结果
8.2.4 体育用品销售模式未来展望
8.3 体育用品企业销售渠道分析
8.3.1 销售渠道建立的影响因素分析
（1）产品属性因素
（2）产品市场分布因素
（3）消费者购买渠道因素
8.3.2 体育用品销售渠道分析
（1）销售渠道发展历程
（2）销售渠道中零售商分析
（3）销售渠道发展趋势分析
8.4 体育用品企业营销发展分析
8.4.1 体育用品企业营销现状分析
（1）体育用品企业发展状况
（2）体育用品企业营销状况
（3）体育用品营销中存在的问题
（4）体育用品企业品牌营销策略
8.4.2 体育用品营销策略分析

（1）定位营销
（2）指数营销
（3）赛事营销
（4）网络营销
（5）整合营销
（6）碎片化营销

8.4.3 体育用品企业营销创新分析

（1）营销创新的灵魂——理念创新
（2）营销创新的基础——产品创新
（3）营销创新的核心——管理创新
（4）营销创新的关键——方式创新
（5）营销创新的根本——市场创新 （ZY GXH）

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201704/511398.html