

2018-2024年中国体育器材 市场前景研究与发展前景报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国体育器材市场前景研究与发展前景报告》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.abaogao.com/b/wenhuatiyu/G35327S545.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

随着居民体育健身需求的增加及体育赛事举办增多，国内体育器材行业市场规模不断扩大。根据中国文教体育用品协会统计，2015年，国内体育器材行业内规模以上企业收入规模为396.30亿元，较2011年增长42.08%，体育器材市场规模保持稳定增长。

2011年~2015年中国体育器材行业规模以上企业收入走势

《2018-2024年中国体育器材市场前景研究与发展前景报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了体育器材行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国体育器材行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国体育器材行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一章 体育器材产品生命周期策略

第一节 体育器材产品生命周期研究

一、产品生命周期模型及分类

二、体育器材产品生命周期判定

第二节 体育器材产品生命周期营销策略

一、引入期营销策略

二、成长期营销策略

三、成熟期营销策略

四、衰退期营销策略

第二章 体育器材产品组合优化策略

第一节 产品组合概述

一、产品组合的广度

二、产品组合的深度

三、产品组合的关联度

第二节 体育器材产品组合策略

第三节 体育器材产品组合优化方法

一、波士顿矩阵法

二、通用矩阵法

三、ABC法

第三章 体育器材产品定位策略

第一节 体育器材产品的界定

第二节 体育器材产品开发策略

一、冒险或创业策略

二、进取战略

三、紧跟战略

四、保持低位或防御战略

第三节 体育器材产品定位策略

第四章 体育器材产品价格策略研究

第一节 体育器材产品价格机制形成及特征

第二节 体育器材产品定价程序研究

一、选择定价目标

二、确定需求

三、估计成本

四、分析竞争者的成本、价格和历史价格行为

五、选择定价方法

1、成本导向定价策略

2、竞争导向定价策略

3、需求导向定价策略

第三节 体育器材产品定价策略

一、产品成本构成确定

二、产品厂家利润确定

三、产品出厂价定价策略

四、产品零售价定价策略

第五章 体育器材产品品牌策略

第一节 客户对体育器材产品的品牌认知格局调查

第二节 客户选择体育器材产品品牌的影响因素分析

第三节 体育器材产品品牌决策

第四节 体育器材产品品牌延伸策略

第六章 同类典型产品对标分析

第一节 典型产品一

一、产品差异化分析

二、投放区域格局

三、产品市场占有率

四、销售策略比较分析

第二节 典型产品二

一、产品差异化分析

二、投放区域格局

三、产品市场占有率

四、销售策略比较分析

第三节 典型产品三

一、产品差异化分析

二、投放区域格局

三、产品市场占有率

四、销售策略比较分析

第七章 体育器材独家策略建议

第一节 体育器材产品策略应用要点及注意事项

第二节 体育器材产品策略建议

一、对拟进入企业建议

二、对已进入企业建议(ZYYZ)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/G35327S545.html>