

2026-2031年中国跑步机行业品牌调研与竞争策略研究报告

报告简介

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国家市场监督管理总局、国务院发展研究中心、、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国跑步机行业及各子行业的发展状况、市场供需形势、进出口贸易等进行了分析，并重点分析了中国跑步机行业发展状况和特点，以及中国跑步机行业将面临的挑战、行业的发展策略等。报告还对国际跑步机行业发展态势作了详细分析，并对跑步机行业进行了趋向研判，是跑步机生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前跑步机行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 中国跑步机行业发展现状

第一节 中国跑步机行业发展环境

一、国内经济形势

二、国内政策规划

三、国内家庭结构

四、居民支出情况

五、消费升级情况

六、国际贸易环境

第二节 中国跑步机行业发展现状

一、跑步机行业现状

二、跑步机市场规模

三、跑步机产销规模

四、跑步机渠道库存

五、跑步机价格走势

六、跑步机行业进出口

第三节 中国跑步机行业前景展望

一、跑步机行业驱动因素

二、跑步机行业发展趋势

三、跑步机行业发展前景

第二章 中国跑步机市场品牌格局调研

第一节 中国跑步机行业品牌状况

一、市场品牌现状

1、国内品牌

2、国外品牌

二、市场品牌格局

三、市场品牌特点

四、市场品牌规模

第二节 跑步机行业品牌区域格局

一、总体区域格局

二、城市市场格局

1、一二线城市

2、三四线城市

三、农村市场格局

第三节 跑步机高端品牌分析

一、主要高端品牌

二、高端品牌定位

三、高端品牌价格

四、高端品牌现状

五、高端品牌创新

第三章 跑步机品牌企业竞争能力调研

第一节 跑步机品牌企业渠道分析

一、企业销售渠道铺设

二、企业门店规模分布

三、企业品牌经营模式

第二节 跑步机品牌企业产品分析

一、产品市场定位

二、产品销售价格

三、产品售后费用

第三节 跑步机品牌企业能力分析

二、企业生产备货能力

三、企业货源分配能力

四、企业区域周转能力

五、企业售后服务能力

六、企业产品创新能力

第四节 跑步机品牌企业布局分析

一、跑步机品牌企业关注点

二、产品细分化领域布局

第四章 中国跑步机行业市场品牌营销调研

第一节 品牌消费者分析

一、消费群体

二、消费态度

三、消费能力

四、消费行为变化

五、消费需求趋向

六、对品牌的认知

七、品牌忠诚度

第二节 品牌营销环境

一、互联网环境

二、电商环境

三、电视媒体环境

四、社区物业环境

第三节 品牌营销现状

一、营销渠道

二、营销模式

三、营销现状

第四节 品牌营销存在的问题

一、营销方面存在的问题

二、品牌推广的营销策略

1、广告策略

2、公关策略

3、促销策略

4、终端策略

5、网络策略

6、店铺营销

第五章 中国跑步机行业主要品牌企业分析

第一节 舒华体育股份有限公司

一、跑步机品牌简介

二、跑步机市场定位

三、跑步机市场价格

四、跑步机产销规模

五、跑步机品牌价值

六、跑步机竞争实力

第二节 乔山健康科技(上海)有限公司

一、跑步机品牌简介

二、跑步机市场定位

三、跑步机市场价格

四、跑步机产销规模

五、跑步机品牌价值

六、跑步机竞争实力

第三节 钜勋健身器材(上海)有限公司

一、跑步机品牌简介

二、跑步机市场定位

三、跑步机市场价格

四、跑步机产销规模

五、跑步机品牌价值

六、跑步机竞争实力

第四节 诺迪克健身器材(上海)有限公司

一、跑步机品牌简介

二、跑步机市场定位

三、跑步机市场价格

四、跑步机产销规模

五、跑步机品牌价值

六、跑步机竞争实力

第五节 山东汇祥健身器材有限公司

一、跑步机品牌简介

二、跑步机市场定位

三、跑步机市场价格

四、跑步机产销规模

五、跑步机品牌价值

六、跑步机竞争实力

第六节 青岛英派斯健康科技股份有限公司

一、跑步机品牌简介

二、跑步机市场定位

三、跑步机市场价格

四、跑步机产销规模

五、跑步机品牌价值

六、跑步机竞争实力

第七节 岱宇(上海)商贸有限公司

一、跑步机品牌简介

二、跑步机市场定位

三、跑步机市场价格

四、跑步机产销规模

五、跑步机品牌价值

六、跑步机竞争实力

第八节 万年青(上海)运动器材有限公司

一、跑步机品牌简介

二、跑步机市场定位

三、跑步机市场价格

四、跑步机产销规模

五、跑步机品牌价值

六、跑步机竞争实力

第九节 深圳市好家庭实业有限公司

一、跑步机品牌简介

二、跑步机市场定位

三、跑步机市场价格

四、跑步机产销规模

五、跑步机品牌价值

六、跑步机竞争实力

第十节 顶康科技有限公司

一、跑步机品牌简介

二、跑步机市场定位

三、跑步机市场价格

四、跑步机产销规模

五、跑步机品牌价值

六、跑步机竞争实力

第六章 中国跑步机行业企业品牌竞争策略

第一节 中国跑步机行业品牌的重要性

一、跑步机行业品牌的重要性

二、跑步机实施品牌战略的意义

第二节 中国跑步机行业企业品牌建设对策

一、强化品牌战略意识，树立品牌营销观念

二、强化品牌管理团队，完善品牌管理体系

三、强化品牌保护意识，准确把握品牌定位

四、深入挖掘文化内涵，创建品牌核心价值

五、提高质量管理意识，完善质量管理体系

六、加强品牌形象塑造，推进品牌有效传播

七、强化品牌创新意识，提升企业创新能力

第七章 中国跑步机行业品牌扩张路径

第一节 跑步机行业投资分析

一、跑步机行业投资壁垒

二、跑步机行业投资现状

三、跑步机行业兼并重组

第二节 跑步机行业品牌扩张路径

一、品牌扩张形式与障碍

二、品牌扩张风险与防范

1、政策风险与防范

2、市场风险与防范

3、目标风险与防范

4、质量风险与防范

5、信誉风险与防范

三、品牌市场扩张路径

图表目录

图表：国内经济形势

图表：国内政策规划

图表：中国家庭结构

图表：中国居民支出

图表：中国跑步机行业市场规模

图表：中国跑步机行业产销规模

图表：中国跑步机行业进口分析

图表：中国跑步机行业出口分析

图表：中国跑步机行业市场品牌现状

图表：中国跑步机行业市场品牌格局

图表：中国跑步机行业市场品牌定位

图表：中国跑步机行业品牌消费群体

图表：中国跑步机行业品牌消费态度

图表：中国跑步机行业品牌消费能力

图表：中国跑步机行业品牌消费行为变化

图表：中国跑步机行业品牌消费需求趋向

图表：中国跑步机行业消费者对品牌的认知

图表：中国跑步机行业低端品牌产销规模

图表：中国跑步机行业中端品牌产销规模

图表：中国跑步机行业高端品牌产销规模

图表：中国跑步机行业奢侈品牌产销规模

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Emai : kf@51baogao.cn

报告编号：134842

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20190830/134842.shtml>

在线订购：[点击这里](#)