

2023-2029年中国滑雪装备 行业发展趋势与投资策略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国滑雪装备行业发展趋势与投资策略报告》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.cction.com/report/202303/348485.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

滑雪用品又称滑雪装备，主要包括三个方面：服装(滑雪服、滑雪鞋)；器材(滑雪板、滑雪杖、雪板固定器)和配件(滑雪手套、头盔和滑雪镜)。

近年来，滑雪用品业已初步显现后发之力，但总体规模上仍然滞留在工业经济时代的战略思维模式，家庭作坊式企业居多，没有形成有规模的产业链，无法应对国外企业的激烈竞争。自主品牌寥寥无几，行业创新能力较低，产品类型单一，缺乏企业核心产品，尚未形成强有力的产业竞争力。

目前，我国滑雪人口分为发烧友和滑雪体验者两大群体。其中发烧友以自购滑雪板等相关装备为主，滑雪体验者多以承租滑雪场内的滑雪用品为主，但无论哪种形式的滑雪人口，滑雪用品都以国外滑雪用品品牌的中高端产品为主。

发烧友作为滑雪人口的顶层，追求滑雪技术的提高和运动的体验快感，因此极为重视滑雪装备的质量，国外滑雪用品装备以其高质量的体验感吸引了大量发烧友的追捧，然而国外滑雪用品品牌的价格却也往往成为产业发展的制约因素。而滑雪场提供的滑雪用品装备也主要以国外品牌为主，但相对发烧友来讲，主要以国外中低端滑雪用品为主，国内滑雪用品品牌为辅。

随着2022年冬奥会的成功申办，未来滑雪人口在我国将出现井喷式增长，相应的滑雪用品业也将迎来一个快速发展期。然而面对国外品牌的强大竞争和稳固的市场份额，中国滑雪用品业能否适应竞争，是当前产业发展中亟待解决的问题。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国滑雪装备行业发展趋势与投资策略报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 滑雪装备行业发展综述

第一节 滑雪装备行业界定

第二节 滑雪装备行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第二章 2022年我国滑雪装备企业pest环境分析

第一节 经济环境分析

第二节 政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 社会环境分析

一、人口环境分析

二、我国城镇化率

三、消费观念分析

四、我国人生活品质的提高

第三章 滑雪装备行业生产技术分析

第一节 滑雪装备行业生产技术发展现状

第二节 滑雪装备行业产品生产工艺特点或流程

第三节 滑雪装备行业生产技术发展趋势分析

第四章 2022-2023年我国滑雪装备企业发展情况分析

第一节 我国滑雪装备企业发展分析

一、滑雪装备企业运行情况及特点分析

二、我国滑雪装备企业产品结构分析

第二节 我国企业区域发展分析

一、企业重点区域分布特点及变化

二、华北地区市场分析

三、华东市场分析

四、东北市场分析

五、中南市场分析

六、西部市场分析

第五章 2022-2023年我国滑雪装备市场供需调查分析

第一节 2022-2023年我国滑雪装备市场供需分析

一、产品市场供给

二、产品市场需求

三、产品价格分析

四、主要渠道分析

第二节 2022-2023年我国滑雪装备市场特征分析

第六章 2022-2023年滑雪装备企业市场竞争格局分析

第一节 2022-2023年我国滑雪装备企业集中度分析

第二节 2022-2023年我国滑雪装备企业规模经济情况分析

第三节 2022-2023年我国滑雪装备企业格局以及竞争态势分析

第四节 2022-2023年我国滑雪装备企业主要优势企业竞争力综合评价

第七章 2022-2023年我国滑雪装备品牌消费者偏好深度调查

第一节 我国滑雪装备产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 我国滑雪装备产品的品牌市场调查

一、消费者对滑雪装备品牌认知度宏观调查

二、消费者对滑雪装备产品的品牌偏好调查

三、消费者对滑雪装备品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的风格

五、滑雪装备品牌忠诚度调查

第三节 不同客户购买消费行为分析

第八章 2019-2022年滑雪装备企业主要竞争对手分析

第一节 亚玛芬体育用品贸易（上海）有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业经营情况分析

三、滑雪装备产品分析

第二节 佩雷罗贸易（上海）有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业经营情况分析

三、滑雪装备产品分析

第三节 博登酷贸易（北京）有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业经营情况分析

三、滑雪装备产品分析

第四节 北京泰尼卡体育用品有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业经营情况分析

三、滑雪装备产品分析

第五节 亚玛芬体育用品贸易（上海）有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业经营情况分析

三、滑雪装备产品分析

第六节 北京瑞雪天下商贸有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业经营情况分析

三、滑雪装备产品分析

第九章 我国滑雪装备企业上、下游产业链分析及其影响

第一节 我国滑雪装备企业上游企业发展及影响分析

第二节 我国滑雪装备企业下游企业发展及影响分析

第十章 2023-2029年我国滑雪装备企业发展趋势预测

第一节 2023-2029年政策变化趋势预测

第二节 2023-2029年供求趋势预测

一、产品供给预测

二、产品需求预测

第三节 2023-2029年技术发展趋势

第四节 2023-2029年竞争趋势预测

第十一章 2023-2029年滑雪装备企业投资潜力与价值分析

第一节 2023-2029年滑雪装备企业投资环境分析

第二节 2023-2029年滑雪装备企业SWOT模型分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第三节 2023-2029年我国滑雪装备企业投资策略分析

第四节 2023-2029年我国滑雪装备企业前景展望分析

第五节 2023-2029年我国滑雪装备企业盈利能力预测

第十二章 2023-2029年滑雪装备企业投资风险预警

第一节 投资环境的分析与对策

第二节 投资机遇分析

第三节 投资风险分析

一、宏观经济风险

二、经营风险

三、技术风险

四、进入退出风险

第四节 投资策略与建议

第十三章 2023-2029年滑雪装备产业投资机会及投资策略分析

第一节 2023-2029年滑雪装备企业区域投资机会

第二节 2023-2029年滑雪装备企业主要产品投资机会

第三节 2023-2029年滑雪装备企业出口市场投资机会

第四节 2023-2029年我国滑雪装备企业投资策略分析

一、产品定位策略

二、产品开发策略

三、渠道销售策略

四、品牌经营策略

五、服务策略

第五节 建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/348485.html>