



# 匹克培训PPT课件



# 目录



- 匹克品牌介绍
- 匹克市场定位与竞争策略
- 匹克品牌营销策略
- 匹克品牌未来发展展望
- 案例分享与启示



01

# 匹克品牌介绍



# 品牌历史与发展



## 品牌创立

匹克品牌成立于1989年，是中国最早的体育用品品牌之一。



## 初期发展

初期以生产篮球鞋为主，逐渐在国内外市场获得认可。



## 快速发展

进入21世纪后，匹克迅速发展壮大，成为国内领先的运动品牌。



## 国际拓展

近年来，匹克积极开拓国际市场，产品远销全球多个国家和地区。



# 品牌理念与文化

01

品牌理念

致力于提供专业、高品质的体育用品，推动中国体育事业发展。

02

品牌文化

强调团结、拼搏、进取的精神，倡导健康、快乐的生活方式。

03

社会责任

积极参与公益事业，推动全民健身运动，助力中国体育事业发展。



# 产品系列与特色

## 篮球鞋系列

以科技、舒适、耐用为特点，是国内篮球鞋市场的领导者。

## 运动服装系列

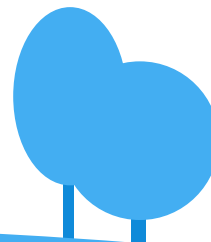
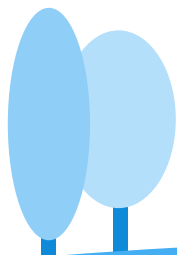
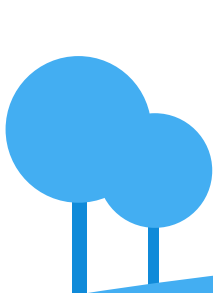
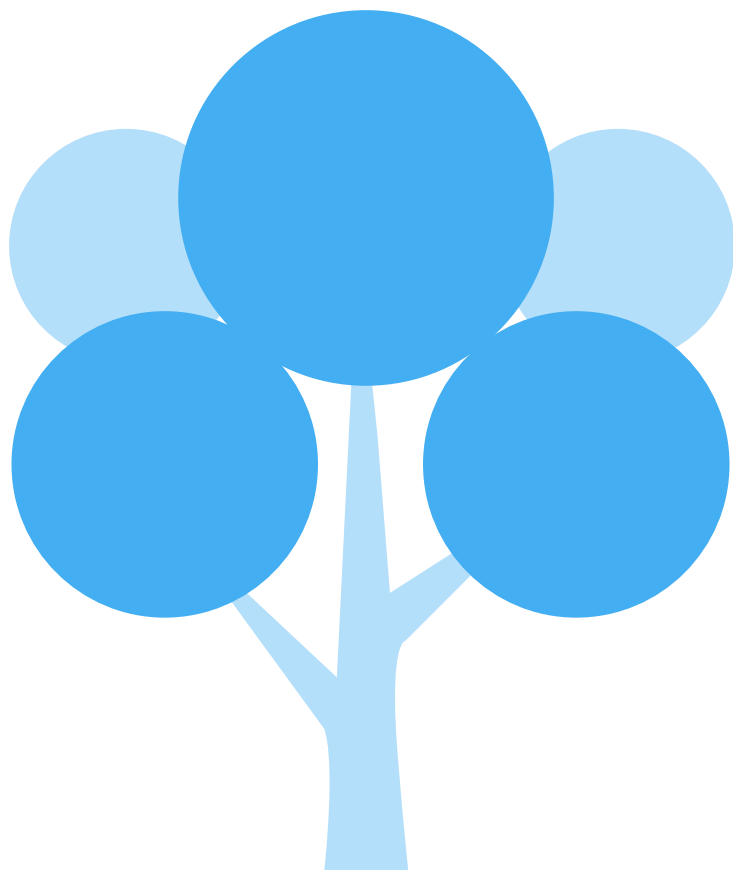
采用优质面料，设计时尚、功能实用，满足不同运动需求。

## 跑步鞋系列

注重轻盈、透气、支撑等性能，适合不同跑步需求的人群。

## 运动配件系列

包括护具、运动包、水壶等，注重实用性、舒适性和安全性。





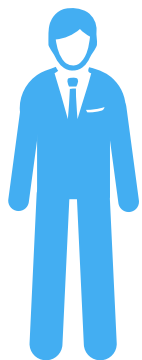
02

● 匹克市场定位与竞争策略 ●



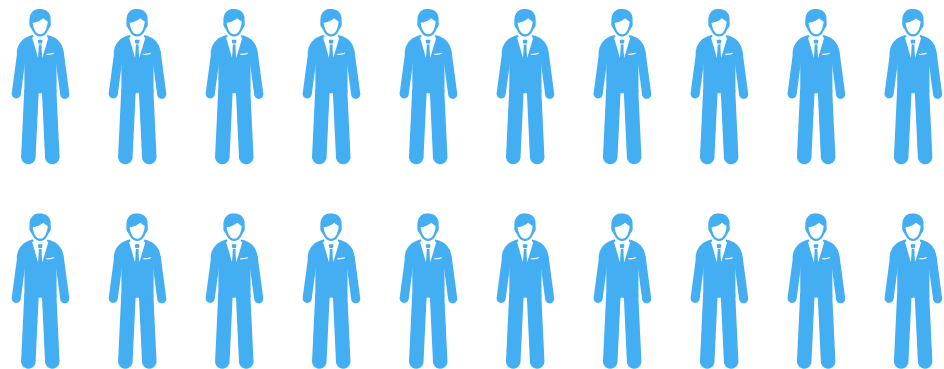


# 目标消费群体定位



## 01

### 年龄段定位

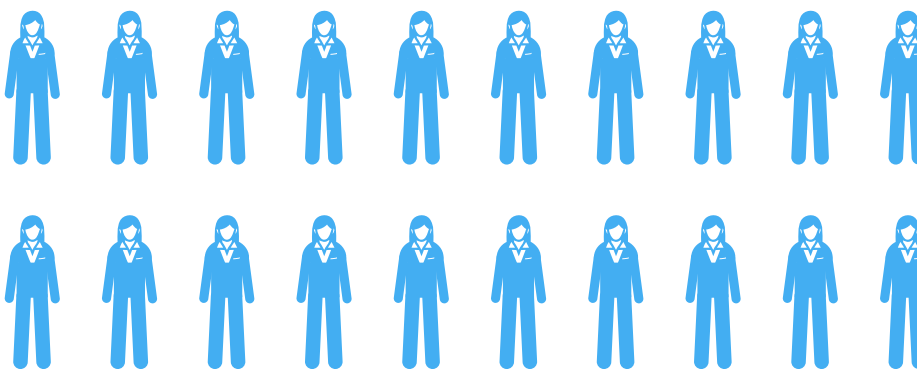


匹克将目标消费群体定位在18-35岁的年轻人，因为他们具有活力、追求时尚，并且是消费市场的主力军。



## 02

### 消费能力定位



匹克注重不同消费能力的消费者群体，提供不同价位的产品以满足不同消费者的需求。





# 市场竞争策略



## 价格策略

匹克采用中低价位策略，以性价比高的产品吸引消费者，同时保持一定的利润空间。



## 品牌合作

通过与知名品牌和设计师的合作，推出限量版和联名款产品，提升品牌知名度和竞争力。

# 产品差异化优势

## 设计创新

匹克注重产品的设计创新，不断推出新颖、时尚的款式，满足消费者对个性化的需求。

## 科技含量

匹克在产品中融入科技元素，如采用新型材料、技术等，提升产品的舒适度和功能性。





03

# 匹克品牌营销策略





# 品牌传播策略

01

02

03

## 品牌定位

明确匹克品牌的核心价值和目标受众，强调其专业性、创新性和市场领导地位。

## 品牌形象塑造

通过统一的视觉识别系统，强化品牌形象，提升品牌认知度和美誉度。

## 品牌传播渠道

利用多元化的传播渠道，如广告、公关、内容营销等，扩大品牌影响力。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/386010033243010115>