

2018-2024年中国户外用品 行业市场调研与投资前景研究报告

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年中国户外用品行业市场调研与投资前景研究报告》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/qita/114382CJWM.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

户外装备指的是参加各种探险旅游及户外活动时需要配置的一些设备。这些装备包括:帐篷、背包、睡袋、防潮垫或气垫、登山绳、岩石钉、安全带、上升器、下降器、大小铁锁、绳套、冰镐、岩石锤、冰爪、雪杖、头盔、踏雪板、高山眼镜、羽绒衣裤、防风衣裤、毛衣裤、手套、高山靴、防寒帽、冰锥、雪锥、炊具、炉具、多功能水壶、吸管或净水杯、指北针、望远镜、等高线地图或其它资料、防水灯具、刀具等。

我国国内市场拥有400余个专业户外品牌，其中本土品牌约占其中的三成;专业户外用品零售店达到了近2000家，百货商场零售点达到了1600余个，其他销售模式也在以不同的方式迅速发展;专业户外运动俱乐部超过400余个;每年参与有组织的户外运动人群达到了70余万人次。

户外运动产业作为我国一个新兴的产业，预计在未来3-5年内仍将保持持续增长势头。

本户外用品行业研究报告共九章，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。户外用品行业研究报告是2018-2024年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告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。

报告揭示了户外用品行业市场潜在需求与市场机会，报告对户外用品行业做了重点企业经营状况分析，并分析了户外用品行业发展前景预测。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，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 户外用品相关概述

1.1 户外用品的相关定义

1.1.1 户外运动的定义

1.1.2 户外用品的定义

1.2 户外用品的分类

1.2.1 服装类

1.2.2 鞋类

1.2.3 背包类

1.2.4 装备类

1.2.5 配件类

1.2.6 器材类

第二章 2014-2017年中国户外用品行业发展环境分析

2.1 宏观经济环境

2.1.1 2013年中国宏观经济发展回顾

2.1.2 2014年中国宏观经济运行状况

2.1.3 2015年宏观经济运行状况分析

2.2 行业发展环境

2.2.1 中国户外运动兴起催热户外用品市场

2.2.2 户外用品产业已成为中国新的经济增长点

2.2.3 户外用品行业已升级为大众化产业

2.2.4 宏观政策利好户外用品行业发展

2.2.5 户外用品从“边缘”化迅速向主流化转变

第三章 2014-2017年户外用品行业的发展

3.1 2014-2017年国外户外用品产业发展概况

3.1.1 欧洲户外用品行业渐趋回暖

3.1.2 2014-2017年美国户外用品市场发展综述

3.1.3 2014-2017年美国户外用品收入状况

3.1.4 全球户外用品市场焦点向亚洲转移

3.1.5 国外户外用品行业的成功要素分析

3.2 中国户外用品产业发展综述

3.2.1 中国户外用品行业的发展特点

3.2.2 中国户外用品行业多元化发展

3.2.3 中国户外用品业的地域性和季节性特征

3.2.4 中国户外用品行业步入快速发展阶段

- 3.2.5 中国户外用品行业凸显品牌化趋势
- 3.3 2014-2017年中国户外用品行业的发展
 - 3.3.1 2014-2017年中国户外用品行业竞争程度
 - 3.3.2 2016年中国户外用品行业发展形势分析
- 3.4 2014-2017年中国部分地区户外用品行业的发展
 - 3.4.1 南京户外用品市场面临发展机遇
 - 3.4.2 福建鞋企争相发力户外用品市场
 - 3.4.3 上海户外用品市场总体发展概况
 - 3.4.4 沈阳户外用品品牌及消费渠道分析
 - 3.4.5 2014-2017年晋江户外用品行业生存现状
 - 3.4.6 2014-2017年长春户外用品市场发展现状
- 3.5 中国户外用品行业发展的的问题及对策
 - 3.5.1 中国户外用品行业发展的不利因素
 - 3.5.2 中国户外用品行业产品标准亟待完善
 - 3.5.3 中国户外用品行业的发展对策
 - 3.5.4 促进我国户外用品行业发展的措施建议

第四章 2014-2017年中国户外用品市场分析

- 4.1 中国户外用品市场概况
 - 4.1.1 中国户外用品市场迅速发展
 - 4.1.2 本土户外用品企业市场份额增长明显
 - 4.1.3 专业户外用品在运动鞋服市场所占份额提升
 - 4.1.4 中国户外用品市场的转变分析
 - 4.1.5 中国户外用品市场发展不平衡
- 4.2 中国户外用品市场的供需形势分析
 - 4.2.1 市场供需现状简析
 - 4.2.2 需求影响因素分析
 - 4.2.3 产品供应状况分析
- 4.3 中国户外用品市场消费者分析
 - 4.3.1 户外用品市场客户群体
 - 4.3.2 户外用品市场目标客户
 - 4.3.3 户外用品消费者的特征

- 4.3.4 户外用品市场客户渠道
- 4.4 中国旅游户外用品重度购买者的特征研究
 - 4.4.1 旅游户外用品及重度购买者概述
 - 4.4.2 理论假设
 - 4.4.3 研究方法
 - 4.4.4 研究结果
 - 4.4.5 结论和思考
- 4.5 2014-2017年中国户外用品市场监测分析
 - 4.5.1 商场对户外店的影响
 - 4.5.2 户外用品品牌商经营成本
 - 4.5.3 户外店的投资预期
 - 4.5.4 户外用品品牌商的投资预期

第五章 中国户外用品品牌及销售分析

- 5.3 2014-2017年中国户外运动用品品牌状况
- 5.2 中国户外用品销售渠道分析
 - 5.2.1 中国户外用品销售渠道发展回顾
 - 5.2.2 2014-2017年我国户外用品销售渠道分析
 - 5.2.3 2014-2017年国内户外用品市场网络零售渠道兴起
 - 5.2.4 大型户外连锁店因定位问题而发展迟缓
 - 5.2.5 中小型户外店资金管理信用和开店模式成发展瓶颈
- 5.3 中国户外用品市场品牌商与零售商间的冲突
 - 5.3.1 渠道冲突
 - 5.3.2 产品冲突
 - 5.3.3 价格冲突
 - 5.3.4 供货冲突
 - 5.3.5 服务冲突
 - 5.3.6 推广冲突
- 5.4 中国户外用品行业做大品牌的对策
 - 5.4.1 开创新品类
 - 5.4.2 打造户外品牌文化
 - 5.4.3 打造新的营销模式

第六章 2014-2017年重点企业发展分析

6.1 哥伦比亚运动服装公司（COLUMBIA）

- （1）公司简介
- （2）公司经营情况分析
- （3）公司竞争优势分析
- （4）公司主要经营业务分析
- （5）公司发展最新动态及未来发展分析

6.2 北京探路者户外用品股份有限公司（TOREAD）

- （1）公司简介
- （2）公司经营情况分析
- （3）公司竞争优势分析
- （4）公司主要经营业务分析
- （5）公司发展最新动态及未来发展分析

6.3 福建哥仑步户外用品有限公司（KOLUMB）

- （1）公司简介
- （2）公司经营情况分析
- （3）公司竞争优势分析
- （4）公司主要经营业务分析
- （5）公司发展最新动态及未来发展分析

6.4 北京三夫户外用品开发有限公司（SANFO）

- （1）公司简介
- （2）公司经营情况分析
- （3）公司竞争优势分析
- （4）公司主要经营业务分析
- （5）公司发展最新动态及未来发展分析

6.5 北京长天时代户外用品有限公司

- （1）公司简介
- （2）公司经营情况分析
- （3）公司竞争优势分析
- （4）公司主要经营业务分析
- （5）公司发展最新动态及未来发展分析

6.6 其他著名品牌

6.6.1 GORE-TEX

6.6.2 VAUDE

6.6.3 THE NORTH FACE

6.6.4 ARC'TERYX

第七章 2014-2017年中国户外用品市场营销分析

7.1 2014-2017年中国户外用品市场的营销概况

7.1.1 户外用品多采用“三位一体”销售模式

7.1.2 中国户外用品体育营销方式日渐发展

7.1.3 中国户外用品重度购买者的营销特点

7.1.4 中国户外用品经营商家营销的问题

7.2 中国户外用品市场营销创新的思考

7.2.1 中国户外用品市场营销亟需创新

7.2.2 重新定义需求内涵推崇“泛户外”概念

7.2.3 注重户外市场服务互动与消费者价值体验

7.2.4 营销规划需要结合科学和人文和艺术

7.3 户外运动服装的营销方式

7.3.1 大型商场/百货公司

7.3.2 普通商场/服装店

7.3.3 户外运动服装专卖店

7.3.4 商场、超市及连锁店

7.3.5 批发市场

7.3.6 邮购

7.3.7 网上销售

7.4 户外用品店的经营及营销策略建议

7.4.1 经营战略

7.4.2 营销策略

7.4.3 营销方案

7.4.4 营销战略

第八章 中国户外用品行业投资分析

- 8.1 投资优势
 - 8.1.1 市场空间较大
 - 8.1.2 投资收益看好
 - 8.1.3 入行门槛不高
- 8.2 投资环境
 - 8.2.1 市场需求分析
 - 8.2.2 市场定位分析
 - 8.2.3 市场周期性分析
 - 8.2.4 市场竞争分析
 - 8.2.5 市场壁垒分析
- 8.3 投资机会及建议
 - 8.3.1 户外用品市场蕴含良好的投资机会
 - 8.3.2 国内户外鞋市场投资热情高涨
 - 8.3.3 户外用品店投资经营策略分析
 - 8.3.4 二手户外用品店的投资建议
- 8.4 投资前景
 - 8.4.1 国内宏观经济风险
 - 8.4.2 市场竞争风险
 - 8.4.3 外包环节风险
- 8.5 投资经营户外用品店的风险管理
 - 8.5.1 风险分析
 - 8.5.2 优质的服务
 - 8.5.3 专业化是取胜之道
 - 8.5.4 合理安排产品结构
 - 8.5.5 建立网站延伸业务
- 8.6 产品开发结构
 - 8.6.1 背包
 - 8.6.2 帐篷
 - 8.6.3 睡袋
 - 8.6.4 登山鞋
 - 8.6.5 服装
 - 8.6.6 攀登装备

- 8.6.7 露营装备
- 8.6.8 其它装备
- 8.6.9 旅游书籍

第九章 2018-2024年中国户外用品市场的前景趋势分析

- 9.1 2018-2024年中国户外用品行业前景展望
 - 9.1.1 中国户外用品蕴藏巨大市场前景
 - 9.1.2 中国户外用品市场增长潜力大
 - 9.1.3 中国户外用品市场将迎来发展黄金期
- 9.2 2018-2024年中国户外用品行业预测分析
 - 9.2.1 未来行业发展的影响因素分析
 - 9.2.2 2018-2024年我国户外用品行业零售总额预测
 - 9.2.3 2018-2024年我国户外用品行业出货总额预测
- 9.3 2018-2024年中国户外用品行业的发展趋势
 - 9.3.1 中国户外用品行业投资预测
 - 9.3.2 中国户外用品行业的发展走向解析
 - 9.3.3 未来中国户外用品市场将呈跳跃式发展
 - 9.3.4 大型户外用品连锁店是投资预测

图表目录：部分

- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）
- 图表：居民消费价格同比上涨情况
- 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
- 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
- 图表：农村居民人均收入实际增长速度
- 图表：人口及其自然增长率变化情况
- 图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：户外用品行业产业链

图表：2011-2017年年我国户外用品行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2017年年我国户外用品行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2017年年我国户外用品行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2017年年我国户外用品行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2017年年我国户外用品行业产成品增长趋势图

图表：2011-2017年年我国户外用品行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2017年年我国户外用品行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2017年年我国户外用品行业费用使用统计图

图表：2011-2017年年我国户外用品行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2017年年我国户外用品行业主要盈利指标增长趋势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/114382CJWM.html>