

2020-2026年中国户外用品 行业深度分析与投资前景预测报告

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

《2020-2026年中国户外用品行业深度分析与投资前景预测报告》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/338477PQZJ.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

户外用品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。根据中国户外用品零售行业商会（CORA）的分类，户外用品分为服装类、鞋类、背包类、装备类、配件类和器材类六大类，常见装备包括帐篷、登山鞋、防风衣裤、头盔、踏雪板、高山眼镜等。根据中国纺织品商业协会户外用品分会（COCA）数据，2014年我国户外用品消费中，服装、鞋类、背包消费金额占户外用品消费的90%以上。

户外用品分类	类别	定义	产品
服装类	为户外运动专门制作的，穿着于人体起保护和装饰作用的纺织产品	速干衣、速干裤、冲锋衣、冲锋裤、风雨衣、雨裤、羽绒衣裤、滑雪衣裤等	
鞋类	为户外运动专门制作的，穿着于脚上直接与地面接触的产品	登山鞋、越野跑鞋、徒步鞋、沙漠鞋、凉拖、攀岩鞋、高山靴、雪鞋等	
背包类	为户外运动专门制作的，用于容纳物品的，单体独立的包裹类产品	登山包、徒步包、旅行包、腰包、斜挎包、摄影包、折叠整理箱等	
装备类	为户外运动专门制作的，在露营时提供保护的可折叠的产品	露营帐篷、沙滩帐篷、帐篷配件、睡袋、防潮垫、帷帐、家具等	
配件类	为户外运动专门制作的，用于辅助运动的各类配件	灯具、照明、指南针、头盔、GPS、登山杖、弹弓、绳索等	
器材类	为户外运动专门制作的，大型机械性器具	自行车、充气船、快艇、滑翔伞、摩托车、越野车等	

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国户外用品行业深度分析与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了户外用品相关概念及发展环境，接着分析了中国户外用品规模及消费需求，然后对中国户外用品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国户外用品面临的机遇及发展前景。您若想对中国户外用品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 户外用品行业分析概述

1.1 户外用品行业报告研究范围

1.1.1 户外用品行业专业名词解释

1.1.2 户外用品行业研究范围界定

1.1.3 户外用品行业分析框架简介

- 1.1.4 户外用品行业分析工具介绍
- 1.2 户外用品行业统计标准介绍
 - 1.2.1 行业统计部门和统计口径
 - 1.2.2 行业研究机构介绍
 - 1.2.3 行业主要统计方法介绍
 - 1.2.4 行业涵盖数据种类介绍
- 1.3 户外用品行业市场概述
 - 1.3.1 行业定义
 - 1.3.2 行业主要产品分类
 - 1.3.3 行业关键成功要素
 - 1.3.4 行业价值链分析
 - 1.3.5 行业市场规模分析及预测

第二章 2019年中国户外用品行业发展环境分析

- 2.1 中国户外用品行业经济发展环境分析
 - 2.1.1 中国GDP增长情况分析
 - 2.1.2 工业经济发展形势分析
 - 2.1.3 全社会固定资产投资分析
 - 2.1.4 城乡居民收入与消费分析
 - 2.1.5 社会消费品零售总额分析
 - 2.1.6 对外贸易的发展形势分析
- 2.2 中国户外用品行业政策环境分析
 - 2.2.1 行业监管部门及管理体制
 - 2.2.2 产业相关政策分析
 - 2.2.3 上下游产业政策影响
 - 2.2.4 进出口政策影响分析
- 2.3 中国户外用品行业技术环境分析
 - 2.3.1 行业技术发展概况
 - 2.3.2 行业技术水平分析
 - 2.3.3 行业技术特点分析
 - 2.3.4 行业技术动态分析

第三章 中国户外用品行业运行现状分析

3.1 中国户外用品行业发展状况分析

3.1.1 中国户外用品行业发展阶段

3.1.2 中国户外用品行业发展总体概况

3.1.3 中国户外用品行业发展特点分析

3.2 2016-2019年户外用品行业发展现状

3.2.1 中国户外用品行业市场规模

3.2.2 中国户外用品行业发展分析

3.2.3 中国户外用品企业发展分析

第四章 中国户外用品行业市场供需指标分析

4.1 中国户外用品行业供给分析

4.1.1 2016-2019年中国户外用品企业数量结构

4.1.2 2016-2019年中国户外用品行业供给分析

4.1.3 中国户外用品行业区域供给分析

4.2 2016-2019年中国户外用品行业需求情况

4.2.1 中国户外用品行业需求市场

4.2.2 中国户外用品行业客户结构

4.2.3 中国户外用品行业需求的地区差异

4.3 中国户外用品市场应用及需求预测

4.3.1 中国户外用品应用市场总体需求分析

(1) 中国户外用品应用市场需求特征

(2) 中国户外用品应用市场需求总规模

4.3.2 2020-2026年中国户外用品行业领域需求量预测

(1) 2020-2026年中国户外用品行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2020-2026年中国户外用品行业领域需求产品/服务市场格局预测

第五章 中国户外用品行业产业链指标分析

5.1 户外用品行业产业链概述

5.1.1 产业链定义

5.1.2 户外用品行业产业链

5.2 中国户外用品行业主要上游产业发展分析

- 5.2.1 上游产业发展现状
- 5.2.2 上游产业供给分析
- 5.2.3 上游供给价格分析
- 5.2.4 主要供给企业分析
- 5.3 中国户外用品行业主要下游产业发展分析
 - 5.3.1 下游（应用行业）产业发展现状
 - 5.3.2 下游（应用行业）产业发展前景
 - 5.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析
 - 5.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第六章 2016-2019年中国户外用品所属行业经济指标分析

- 6.1 2016-2019年中国户外用品所属行业资产负债状况分析
 - 6.1.1 2016-2019年中国户外用品所属行业总资产状况分析
 - 6.1.2 2016-2019年中国户外用品所属行业应收账款状况分析
 - 6.1.3 2016-2019年中国户外用品所属行业流动资产状况分析
 - 6.1.4 2016-2019年中国户外用品所属行业负债状况分析
- 6.2 2016-2019年中国户外用品所属行业销售及利润分析
 - 6.2.1 2016-2019年中国户外用品所属行业销售收入分析
 - 6.2.2 2016-2019年中国户外用品所属行业产品销售税金情况
 - 6.2.3 2016-2019年中国户外用品所属行业利润增长情况
 - 6.2.4 2016-2019年中国户外用品所属行业亏损情况
- 6.3 2016-2019年中国户外用品所属行业成本费用结构分析
 - 6.3.1 2016-2019年中国户外用品所属行业销售成本情况
 - 6.3.2 2016-2019年中国户外用品所属行业销售费用情况
 - 6.3.3 2016-2019年中国户外用品所属行业管理费用情况
 - 6.3.4 2016-2019年中国户外用品所属行业财务费用情况
- 6.4 2016-2019年中国户外用品所属行业盈利能力总体评价
 - 6.4.1 2016-2019年中国户外用品所属行业毛利率
 - 6.4.2 2016-2019年中国户外用品所属行业资产利润率
 - 6.4.3 2016-2019年中国户外用品所属行业销售利润率
 - 6.4.4 2016-2019年中国户外用品所属行业成本费用利润率

第七章 2016-2019年中国户外用品行业进出口指标分析

7.1 中国户外用品行业进出口市场分析

7.1.1 中国户外用品行业进出口综述

- (1) 中国户外用品进出口的特点分析
- (2) 中国户外用品进出口地区分布状况
- (3) 中国户外用品进出口的贸易方式及经营企业分析
- (4) 中国户外用品进出口政策与国际化经营

7.1.2 中国户外用品行业出口市场分析

- (1) 2016-2019年行业出口整体情况
- (2) 2016-2019年行业出口总额分析
- (3) 2016-2019年行业出口结构分析

7.1.3 中国户外用品行业进口市场分析

- (1) 2016-2019年行业进口整体情况
- (2) 2016-2019年行业进口总额分析
- (3) 2016-2019年行业进口结构分析

7.2 中国户外用品进出口面临的挑战及对策

7.2.1 中国户外用品进出口面临的挑战及对策

- (1) 户外用品进出口面临的挑战
- (2) 户外用品进出口策略分析

7.2.2 中国户外用品行业进出口前景及建议

- (1) 户外用品进口前景及建议
- (2) 户外用品出口前景及建议

第八章 中国户外用品行业区域市场指标分析

8.1 行业总体区域结构特征及变化

8.1.1 行业区域结构总体特征

8.1.2 行业区域集中度分析

8.1.3 行业规模指标区域分布分析

8.1.4 行业企业数的区域分布分析

8.2 户外用品区域市场分析

8.2.1 东北地区户外用品市场分析

- (1) 黑龙江省户外用品市场分析

(2) 吉林省户外用品市场分析

(3) 辽宁省户外用品市场分析

8.2.2 华北地区户外用品市场分析

(1) 北京市户外用品市场分析

(2) 天津市户外用品市场分析

(3) 河北省户外用品市场分析

(4) 山西省户外用品市场分析

(5) 内蒙古户外用品市场分析

8.2.3 华东地区户外用品市场分析

(1) 山东省户外用品市场分析

(2) 上海市户外用品市场分析

(3) 江苏省户外用品市场分析

(4) 浙江省户外用品市场分析

(5) 福建省户外用品市场分析

(6) 安徽省户外用品市场分析

(7) 江西省户外用品市场分析

8.2.4 华南地区户外用品市场分析

(1) 广东省户外用品市场分析

(2) 广西省户外用品市场分析

(3) 海南省户外用品市场分析

8.2.5 华中地区户外用品市场分析

(1) 湖北省户外用品市场分析

(2) 湖南省户外用品市场分析

(3) 河南省户外用品市场分析

8.2.6 西南地区户外用品市场分析

(1) 四川省户外用品市场分析

(2) 云南省户外用品市场分析

(3) 贵州省户外用品市场分析

(4) 重庆市户外用品市场分析

(5) 西藏自治区户外用品市场分析

8.2.7 西北地区户外用品市场分析

(1) 甘肃省户外用品市场分析

- (2) 新疆自治区户外用品市场分析
- (3) 陕西省户外用品市场分析
- (4) 青海省户外用品市场分析
- (5) 宁夏自治区户外用品市场分析

第九章 中国户外用品行业领先企业竞争指标分析

9.1 北京探路者户外用品股份有限公司

9.1.1 企业发展基本情况

9.1.2 企业主要产品分析

9.1.3 企业竞争优势分析

9.1.4 企业经营状况分析

9.2 北京三夫户外用品开发有限公司

9.2.1 企业发展基本情况

9.2.2 企业主要产品分析

9.2.3 企业竞争优势分析

9.2.4 企业经营状况分析

9.3 北京长天时代户外体育用品有限公司

9.3.1 企业发展基本情况

9.3.2 企业主要产品分析

9.3.3 企业竞争优势分析

9.3.4 企业经营状况分析

9.4 浙江牧高笛户外用品有限公司

9.4.1 企业发展基本情况

9.4.2 企业主要产品分析

9.4.3 企业竞争优势分析

9.4.4 企业经营状况分析

9.5 亚玛芬体育用品贸易(上海)有限公司

9.5.1 企业发展基本情况

9.5.2 企业主要产品分析

9.5.3 企业竞争优势分析

9.5.4 企业经营状况分析

9.6 李宁(中国)体育用品有限公司

- 9.6.1 企业发展基本情况
- 9.6.2 企业主要产品分析
- 9.6.3 企业竞争优势分析
- 9.6.4 企业经营状况分析

第十章 2020-2026年中国户外用品行业投资与发展前景分析

10.1 户外用品行业投资特性分析

10.1.1 户外用品行业进入壁垒分析

10.1.2 户外用品行业盈利模式分析
户外零售各渠道优缺点 渠道 优点 不足 百货商场 受益于商场客流与其他商品消费的带动 品类数量较少；终端销售价格偏高； 作用；受商场统一管理，管理方便 回款周期较长 专业户外店 户外品类齐全；可进行体验消费； 对管理能力要求较高； 专业服务能力强 更适用于高端成熟市场 电商 打破时间空间限制，方便消费者购物 消费者无法进行试用与体验； 商品供应链渠道较乱

10.1.3 户外用品行业盈利因素分析

10.2 中国户外用品行业投资机会分析

10.2.1 产业链投资机会

10.2.2 细分市场投资机会

10.2.3 重点区域投资机会

10.3 2020-2026年中国户外用品行业发展预测分析

10.3.1 未来中国户外用品行业发展趋势分析

10.3.2 未来中国户外用品行业发展前景展望

10.3.3 未来中国户外用品行业技术开发方向

10.3.4 中国户外用品行业“十三五”预测

第十一章 2020-2026年中国户外用品行业运行指标预测

11.1 2020-2026年中国户外用品行业整体规模预测

11.1.1 2020-2026年中国户外用品行业企业数量预测

11.1.2 2020-2026年中国户外用品行业市场规模预测

11.2 2020-2026年中国户外用品行业市场供需预测

11.2.1 2020-2026年中国户外用品行业供给规模预测

11.2.2 2020-2026年中国户外用品行业需求规模预测

11.3 2020-2026年中国户外用品行业区域市场预测

- 11.3.1 2020-2026年中国户外用品行业区域集中度趋势预测
- 11.3.2 2020-2026年中国户外用品行业重点区域需求规模预测
- 11.4 2020-2026年中国户外用品行业进出口预测
- 11.4.1 2020-2026年中国户外用品行业进口规模预测
- 11.4.2 2020-2026年中国户外用品行业出口规模预测

第十二章 2020-2026年中国户外用品行业投资风险预警

- 12.1 2020-2026年影响户外用品行业发展的主要因素
- 12.1.1 2020-2026年影响户外用品行业运行的有利因素
- 12.1.2 2020-2026年影响户外用品行业运行的稳定因素
- 12.1.3 2020-2026年影响户外用品行业运行的不利因素
- 12.1.4 2020-2026年我国户外用品行业发展面临的挑战
- 12.1.5 2020-2026年我国户外用品行业发展面临的机遇
- 12.2 2020-2026年户外用品行业投资风险预警
- 12.2.1 2020-2026年户外用品行业市场风险预测
- 12.2.2 2020-2026年户外用品行业政策风险预测
- 12.2.3 2020-2026年户外用品行业经营风险预测
- 12.2.4 2020-2026年户外用品行业技术风险预测
- 12.2.5 2020-2026年户外用品行业竞争风险预测

第十三章 2020-2026年中国户外用品行业投资发展策略

- 13.1 户外用品行业发展策略分析
- 13.1.1 坚持产品创新的领先战略
- 13.1.2 坚持品牌建设的引导战略
- 13.1.3 坚持工艺技术创新的支持战略
- 13.1.4 坚持市场营销创新的决胜战略
- 13.1.5 坚持企业管理创新的保证战略
- 13.2 户外用品行业营销策略分析及建议
- 13.2.1 户外用品行业营销模式
- 13.2.2 户外用品行业营销策略
- 13.3 户外用品行业应对策略
- 13.3.1 把握国家投资的契机

13.3.2 竞争性战略联盟的实施

13.3.3 企业自身应对策略

第十四章 研究结论及建议

14.1 户外用品行业研究结论

14.2 建议

图表目录：

图表：2016-2019年中国户外用品行业市场规模

图表：2016-2019年中国户外用品行业重要数据指标比较

图表：2016-2019年中国户外用品行业销售情况分析

图表：2016-2019年中国户外用品行业利润情况分析

图表：2016-2019年中国户外用品行业资产情况分析

图表：2016-2019年中国户外用品行业竞争力分析

图表：2016-2019年中国户外用品行业销售成本分析

图表：2016-2019年中国户外用品行业销售费用分析

图表：2016-2019年中国户外用品行业管理费用分析

图表：2016-2019年中国户外用品行业财务费用分析

图表：2016-2019年中国户外用品行业销售及利润分析

图表：2016-2019年中国户外用品行业销售毛利率分析

图表：2016-2019年中国户外用品行业销售利润率分析

图表：2016-2019年中国户外用品行业成本费用利润率分析

图表：2016-2019年中国户外用品行业总资产利润率分析

图表：2016-2019年中国户外用品进口数据

图表：2016-2019年中国户外用品出口数据

图表：2020-2026年中国户外用品行业市场规模预测

图表：2020-2026年中国户外用品行业供给规模预测

图表：2020-2026年中国户外用品行业需求规模预测

图表：2020-2026年中国户外用品行业进口规模预测

图表：2020-2026年中国户外用品行业出口规模预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/338477PQZJ.html>