

# 2019-2025年中国户外用品 行业市场分析与发展策略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2019-2025年中国户外用品行业市场分析与发展策略研究报告》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/L85043GYS7.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

在经历从2009年到2013年的黄金发展期后，我国户外用品市场增速逐步放缓，到2016年行业增速已低于10%，进入深度调整期。资料显示，2016年我国户外用品零售总额为232.8亿元，较2015年的221.9亿元同比减少4.91%，行业增速进一步放缓分析其原因，业内人士认为受宏观经济形势的影响以及电商渠道的冲击，2015年以来国内实体零售业发展越来越艰难。在此背景下，户外用品市场也受到冲击，户外用品线下实体店关门事件时有发生。以探路者为例，2015年其线下店铺数量锐减222家，2016年又减少85家，2017年上半年探路者店铺数为1353家，较2016年末的1370家再关店17家。

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国户外用品行业分析与投资机遇研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

### 第一章 户外用品行业发展综述

#### 1.1 户外用品行业概述

##### 1.1.1 行业定义

##### 1.1.2 行业主要商业模式

#### 1.2 户外用品行业特征分析

##### 1.2.1 产业链分析

##### 1.2.2 户外用品行业在产业链中的地位

##### 1.2.3 户外用品行业生命周期分析

###### (1) 行业生命周期理论基础

###### (2) 户外用品行业生命周期

#### 1.3 最近3-5年中国户外用品行业经济指标分析

##### 1.3.1 赢利性

##### 1.3.2 成长速度

- 1.3.3 附加值的提升空间
- 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
- 1.3.5 风险性
- 1.3.6 行业周期
- 1.3.7 竞争激烈程度指标
- 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 户外用品行业运行环境（PEST）分析

### 2.1 户外用品行业政治法律环境分析

#### 2.1.1 行业管理体制分析

#### 2.1.2 行业主要法律法规

#### 2.1.3 行业相关发展规划

### 2.2 户外用品行业经济环境分析

#### 2.2.1 国际宏观经济形势分析

#### 2.2.2 国内宏观经济形势分析

#### 2.2.3 产业宏观经济环境分析

### 2.3 户外用品行业社会环境分析

#### 2.3.1 户外用品产业社会环境

#### 2.3.2 社会环境对行业的影响

#### 2.3.3 户外用品产业发展对社会发展的影响

### 2.4 户外用品行业技术环境分析

#### 2.4.1 户外用品技术分析

#### 2.4.2 户外用品技术发展水平

#### 2.4.3 行业主要技术发展趋势

## 第三章 我国户外用品行业运行分析

### 3.1 我国户外用品行业发展状况分析

#### 3.1.1 我国户外用品行业发展阶段

#### 3.1.2 我国户外用品行业发展总体概况

#### 3.1.3 我国户外用品行业发展特点分析

### 3.2 2016年户外用品行业发展现状

#### 3.2.1 2014-2016年我国户外用品行业市场规模

3.2.2 2016年我国户外用品行业发展分析

3.2.3 2016年中国户外用品企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2016年重点省市市场分析

3.4 户外用品产品/服务价格分析

3.4.1 2014-2016年户外用品价格走势

3.4.2 影响户外用品价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.4.3 2019-2025年户外用品产品/服务价格变化趋势

3.4.4 主要户外用品企业价位及价格策略

第四章 我国户外用品行业整体运行指标分析

4.1 2014-2016年中国户外用品行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2014-2016年中国户外用品行业运营情况分析

4.2.1 我国户外用品行业营收分析

4.2.2 我国户外用品行业成本分析

4.2.3 我国户外用品行业利润分析

4.3 2014-2016年中国户外用品行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国户外用品行业供需形势分析

## 5.1 户外用品行业供给分析

### 5.1.1 2014-2016年户外用品行业供给分析

### 5.1.2 2019-2025年户外用品行业供给变化趋势

### 5.1.3 户外用品行业区域供给分析

## 5.2 2014-2016年我国户外用品行业需求情况

### 5.2.1 户外用品行业需求市场

### 5.2.2 户外用品行业客户结构

### 5.2.3 户外用品行业需求的地区差异

## 5.3 户外用品市场应用及需求预测

### 5.3.1 户外用品应用市场总体需求分析

#### (1) 户外用品应用市场需求特征

#### (2) 户外用品应用市场需求总规模

### 5.3.2 2019-2025年户外用品行业领域需求量预测

#### (1) 2019-2025年户外用品行业领域需求产品/服务功能预测

#### (2) 2019-2025年户外用品行业领域需求产品/服务市场格局预测

### 5.3.3 重点行业户外用品产品/服务需求分析预测

## 第六章 户外用品行业产业结构分析

### 6.1 户外用品产业结构分析

#### 6.1.1 市场充分程度分析

#### 6.1.2 领先企业的结构分析（所有制结构）

### 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

#### 6.2.1 产业价值链的构成

#### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

### 6.3 产业结构发展预测

#### 6.3.1 产业结构调整指导政策分析

#### 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 6.3.3 中国户外用品行业参与国际竞争的战略市场定位

#### 6.3.4 户外用品产业结构调整方向分析

## 第七章 我国户外用品行业产业链分析

### 7.1 户外用品行业产业链分析

- 7.1.1 产业链结构分析
- 7.1.2 主要环节的增值空间
- 7.1.3 与上下游行业之间的关联性
- 7.2 户外用品上游行业分析
  - 7.2.1 户外用品产品成本构成
  - 7.2.2 2016年上游行业发展现状
  - 7.2.3 2019-2025年上游行业发展趋势
  - 7.2.4 上游供给对户外用品行业的影响
- 7.3 户外用品下游行业分析
  - 7.3.1 户外用品下游行业分布
  - 7.3.2 2016年下游行业发展现状
  - 7.3.3 2019-2025年下游行业发展趋势
  - 7.3.4 下游需求对户外用品行业的影响

## 第八章 我国户外用品行业渠道分析及策略

- 8.1 户外用品行业渠道分析
  - 8.1.1 渠道形式及对比
  - 8.1.2 各类渠道对户外用品行业的影响
  - 8.1.3 主要户外用品企业渠道策略研究
  - 8.1.4 各区域主要代理商情况
- 8.2 户外用品行业用户分析
  - 8.2.1 用户认知程度分析
  - 8.2.2 用户需求特点分析
  - 8.2.3 用户购买途径分析
- 8.3 户外用品行业营销策略分析
  - 8.3.1 中国户外用品营销概况
  - 8.3.2 户外用品营销策略探讨
  - 8.3.3 户外用品营销发展趋势

## 第九章 我国户外用品行业竞争形势及策略

- 9.1 行业总体市场竞争状况分析
  - 9.1.1 户外用品行业竞争结构分析

- (1) 现有企业间竞争
- (2) 潜在进入者分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结
- 9.1.2 户外用品行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 户外用品行业集中度分析
- 9.1.4 户外用品行业SWOT分析
- 9.2 中国户外用品行业竞争格局综述
- 9.2.1 户外用品行业竞争概况
  - (1) 中国户外用品行业竞争格局
  - (2) 户外用品行业未来竞争格局和特点
  - (3) 户外用品市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国户外用品行业竞争力分析
  - (1) 我国户外用品行业竞争力剖析
  - (2) 我国户外用品企业市场竞争的优势
  - (3) 国内户外用品企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 户外用品市场竞争策略分析

## 第十章 户外用品行业领先企业经营形势分析

- 10.1 北京探路者户外用品股份有限公司
  - 10.1.1 企业概况
  - 10.1.2 企业优势分析
  - 10.1.3 经营状况分析
- 10.2 北京长天时代户外用品有限公司
  - 10.2.1 企业概况
  - 10.2.2 企业优势分析
  - 10.2.3 经营状况分析
- 10.3 北京三夫户外用品股份有限公司
  - 10.3.1 企业概况
  - 10.3.2 企业优势分析



### 10.3.3 经营状况分析

## 10.4 浙江牧高笛户外用品有限公司

### 10.4.1 企业概况

### 10.4.2 企业优势分析

### 10.4.3 经营状况分析

## 10.5 北京康尔健野旅游用品有限公司

### 10.5.1 企业概况

### 10.5.2 企业优势分析

### 10.5.3 经营状况分析

## 10.6 南京诺诗兰户外用品有限公司

### 10.6.1 企业概况

### 10.6.2 企业优势分析

### 10.6.3 经营状况分析

## 10.7 圣弗莱(福建)户外用品有限公司

### 10.7.1 企业概况

### 10.7.2 企业优势分析

### 10.7.3 经营状况分析

## 第十一章 2019-2025年户外用品行业投资前景

### 11.1 2019-2025年户外用品市场发展前景

#### 11.1.1 2019-2025年户外用品市场发展潜力

#### 11.1.2 2019-2025年户外用品市场发展前景展望

### 11.2 2019-2025年户外用品市场发展趋势预测

#### 11.2.1 2019-2025年户外用品行业发展趋势

#### 11.2.2 2019-2025年户外用品市场规模预测

#### 11.2.3 2019-2025年户外用品行业应用趋势预测

### 11.3 2019-2025年中国户外用品行业供需预测

#### 11.3.1 2019-2025年中国户外用品行业供给预测

#### 11.3.2 2019-2025年中国户外用品行业需求预测

#### 11.3.3 2019-2025年中国户外用品供需平衡预测

### 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

#### 11.4.1 市场整合成长趋势

- 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
- 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
- 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2019-2025年户外用品行业投资机会与风险

- 12.1 户外用品行业投融资情况
  - 12.1.1 行业资金渠道分析
  - 12.1.2 固定资产投资分析
  - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2019-2025年户外用品行业投资机会
  - 12.2.1 产业链投资机会
  - 12.2.2 重点区域投资机会
- 12.3 2019-2025年户外用品行业投资风险及防范
  - 12.3.1 政策风险及防范
  - 12.3.2 技术风险及防范
  - 12.3.3 供求风险及防范
  - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
  - 12.3.5 关联产业风险及防范
  - 12.3.6 产品结构风险及防范
  - 12.3.7 其他风险及防范

## 第十三章 户外用品行业投资战略研究

- 13.1 户外用品行业发展战略研究
  - 13.1.1 战略综合规划
  - 13.1.2 技术开发战略
  - 13.1.3 业务组合战略
  - 13.1.4 区域战略规划
  - 13.1.5 产业战略规划
  - 13.1.6 营销品牌战略
  - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国户外用品品牌的战略思考

- 13.2.1 户外用品品牌的重要性
- 13.2.2 户外用品实施品牌战略的意义
- 13.2.3 户外用品企业品牌的现状分析
- 13.2.4 我国户外用品企业的品牌战略
- 13.2.5 户外用品品牌战略管理的策略
- 13.3 户外用品经营策略分析
  - 13.3.1 户外用品市场创新策略
  - 13.3.2 品牌定位与品类规划
  - 13.3.3 户外用品新产品差异化战略

## 第十四章 研究结论及投资建议

- 14.1 户外用品行业研究结论
- 14.2 户外用品行业投资价值评估
- 14.3 户外用品行业投资建议
  - 14.3.1 行业发展策略建议
  - 14.3.2 行业投资方向建议
  - 14.3.3 行业投资方式建议

## 图表目录

- 图表1：户外用品行业生命周期
- 图表2：户外用品行业产业链结构
- 图表3：2014-2016年全球户外用品行业市场规模
- 图表4：2014-2016年中国户外用品行业市场规模
- 图表5：2014-2016年户外用品行业重要数据指标比较
- 图表6：2014-2016年中国户外用品市场占全球份额比较
- 图表7：2014-2016年户外用品行业工业总产值
- 图表8：2014-2016年户外用品行业销售收入
- 图表9：2014-2016年户外用品行业利润总额
- 图表10：2014-2016年户外用品行业资产总计
- 图表11：2014-2016年户外用品行业负债总计
- 图表12：2014-2016年户外用品行业竞争力分析
- 图表13：2014-2016年户外用品市场价格走势

图表14：2014-2016年户外用品行业主营业务收入

图表15：2014-2016年户外用品行业主营业务成本

图表16：2014-2016年户外用品行业销售费用分析

图表17：2014-2016年户外用品行业管理费用分析

图表18：2014-2016年户外用品行业财务费用分析

图表19：2014-2016年户外用品行业销售毛利率分析

图表20：2014-2016年户外用品行业销售利润率分析

图表21：2014-2016年户外用品行业成本费用利润率分析

图表22：2014-2016年户外用品行业总资产利润率分析

图表23：2014-2016年户外用品行业集中度分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/L85043GYS7.html>