

2016-2022年中国户外用品 市场深度研究与投资战略报告

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

《2016-2022年中国户外用品市场深度研究与投资战略报告》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.abaogao.com/b/riyongpin/M932712C8W.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

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国户外用品市场深度研究与投资战略报告》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1章：户外用品行业发展背景分析

1.1 户外用品行业的界定与行业特性

1.1.1 户外用品行业相关概念

1.1.2 行业进入壁垒分析

1.2 户外用品行业发展环境分析

1.2.1 户外用品行业政策环境分析

1.2.2 户外用品行业经济环境分析

1.2.3 户外用品行业社会环境分析

1.2.4 户外用品行业技术环境

1.3 户外用品行业产业链分析

1.3.1 户外用品行业产业链简介

1.3.2 上游行业发展对行业的影响分析

第2章：中国户外用品行业发展现状分析

2.1 中国户外用品市场需求分析

2.1.1 中国户外用品消费群体特征分析

2.1.2 户外用品需求规模分析

2.1.3 户外用品需求结构分析

2.2 户外用品市场结构分析

2.2.1 户外用品品牌增长分析

- 2.2.2 户外用品市场出货分析
- 2.3 户外用品市场价格分析
 - 2.3.1 户外运动服装价格分析
 - 2.3.2 户外运动鞋价格分析
- 2.4 中国市场户外用品市场竞争分析
 - 2.4.1 户外用品市场竞争格局分析
 - 2.4.2 户外用品品牌特征分析

第3章：中国户外用品营销渠道分析

- 3.1 户外用品行业销售渠道分析
 - 3.1.1 户外用品的主要销售渠道
 - 3.1.2 主要销售渠道数量情况
 - 3.1.3 主要销售渠道零售额情况
- 3.2 户外用品行业展会销售渠道分析
 - 3.2.1 亚洲运动用品与时尚展简况
 - 3.2.2 历年国内企业参展情况分析
 - 3.2.3 ISPO BEIJING 2013回顾
 - 3.2.4 ISPO BEIJING 2013参展说明
- 3.3 户外运动品牌营销渠道建设案例分析——探路者
 - 3.3.1 公司品牌建设战略分析
 - 3.3.2 建立多品牌组织架构体系
 - 3.3.3 公司销售网络布局分析
 - 3.3.4 公司销售渠道建设分析
 - 3.3.5 公司销售渠道建设策略

第4章：户外用品行业区域市场发展潜力

- 4.1 北京市户外用品行业发展潜力分析分析
 - 4.1.1 北京户外用品行业发展现状分析
 - 4.1.2 北京户外用品行业市场空间分析
 - 4.1.3 北京户外用品行业发展潜力分析
- 4.2 江浙地区户外用品行业发展潜力分析
 - 4.2.1 户外用品行业发展现状分析

- 4.2.2 户外用品行业市场空间分析
- 4.2.3 户外用品行业发展潜力分析
- 4.3 广东省户外用品行业发展潜力分析
 - 4.3.1 广东户外用品行业发展现状分析
 - 4.3.2 广东户外用品行业市场空间分析
 - 4.3.3 广东户外用品行业发展潜力分析
- 4.4 山东省户外用品行业发展潜力分析
 - 4.4.1 山东户外用品行业发展现状分析
 - 4.4.2 山东户外用品行业市场空间分析
 - 4.4.3 户外用品行业发展潜力分析
- 4.5 川渝地区户外用品行业发展潜力分析
 - 4.5.1 户外用品行业发展现状分析
 - 4.5.2 户外用品行业市场空间分析
 - 4.5.3 户外用品行业发展潜力分析
- 4.6 武汉及长沙户外用品行业发展潜力分析
 - 4.6.1 户外用品行业发展现状分析
 - 4.6.2 户外用品行业市场空间分析
 - 4.6.3 户外用品行业发展潜力分析
- 4.7 东北三省户外用品行业发展潜力分析
 - 4.7.1 户外用品行业发展现状分析
 - 4.7.2 户外用品行业市场空间分析
 - 4.7.3 户外用品行业发展潜力分析

第5章：户外用品行业领先品牌经营分析

- 5.1 国外户外用品品牌经营分析
 - 5.1.1 始祖鸟（Arc'teryx）
 - 5.1.2 土拨鼠（Marmot）
 - 5.1.3 哈德威尔（Mountain Hard Wear）
 - 5.1.4 Patagonia
 - 5.1.5 乐斯菲斯（The North Face）
 - 5.1.6 哥伦比亚（Columbia）
 - 5.1.7 布莱亚克（Black Yak）

- 5.1.8 沙乐华 (Salewa)
- 5.1.9 飞鹰 (ALGLE)
- 5.1.10 乐飞叶 (LAFUMA)
- 5.1.11 猛犸象 (MAMMUT)
- 5.1.12 沃德 (VAUDE)
- 5.1.13 博根斯 (Bergans)
- 5.1.14 奥索卡 (OZARK)
- 5.2 国内户外用品品牌经营分析
 - 5.2.1 探路者 (Toroad)
 - 5.2.2 牧高笛 (MOBIGARDEN)
 - 5.2.3 极星 (Shehe)
 - 5.2.4 雪狼 (Snow Wolf)
 - 5.2.5 阿尼玛卿 (Anemaqen)
 - 5.2.6 凯梦来 (Campland)
 - 5.2.7 傲石开 (OURSKY)
 - 5.2.8 慕士塔格 (Muztaga)
 - 5.2.9 卡纳斯 (KALLAS)
 - 5.2.10 凯图巅峰 (K2summit)

第6章：中国户外用品行业发展前景预测

- 6.1 户外用品行业发展趋势分析
 - 6.1.1 从专业户外向户外休闲发展
 - 6.1.2 销售渠道向二三线城市下沉
 - 6.1.3 户外用品设计趋向人性化
 - 6.1.4 户外用品流行跳跃性色彩
 - 6.1.5 户外运动市场将会更加细分
- 6.2 中国户外用品行业发展前景分析
 - 6.2.1 中国户外用品市场与欧美对比
 - 6.2.2 中国户外用品行业发展推动因素
 - 6.2.3 中国户外用品行业发展前景预测
- 6.3 户外用品行业发展建议
 - 6.3.1 注重研发投入和技术创新

6.3.2 迎合大众需求确定产品分类

6.3.3 引导消费者户外生活理念

图表目录:

图表1：户外运动基本分类

图表2：户外用品的分类

图表3：我国户外用品行业主要法律法规、政策

图表4：2010年以来我国人均国内生产总值及其增值速度（单位：元，%）

图表5：我国主要地区人均GDP情况（单位：元，美元）

图表6：2010年以来我国城镇居民可支配收入（单位：元）

图表7：2010年以来我国农村居民人均纯收入（单位：元）

图表8：2010年以来中国农村、城镇居民消费水平及同比增速（单位：元/人，%）

图表9：2010年以来我国城乡居民恩格尔曲线（单位：%）

图表10：2010年以来城镇居民消费结构情况（单位：%）

图表11：2010年以来农村居民消费结构情况（单位：%）

图表12：2010年以来中国国内旅游人数（单位：亿人次，%）

图表13：2010年以来中国国内旅游收入（单位：亿元，%）

图表14：2010年以来中国城镇和农村居民出游率变化（单位：次/年）

图表15：2010年以来中国人口年龄结构（单位：%）

图表16：2010年以来中国户外用品专利申请数量走势（申请年）（单位：项）

图表17：2010年以来中国户外用品专利申请数量走势（公开年）（单位：件）

图表18：2010年以来户外用品行业专利产出规模指数（单位：项，%）

图表19：2010年以来户外用品行业专利产出质量指数（单位：项，%）

图表20：2010年以来探路者研发投入情况（单位：万元，%）

图表21：2010年以来探路者当年获得专利数量（单位：件）

图表22：探路者设计产品获“设计红星奖”一览

图表23：户外用品行业的产业链结构

图表24：主要省市面料产量变化（单位：万米，%）

图表25：近年来我国纺织行业销售集中度走势（单位：%）

图表26：商场店购买者户外产品购买类型结构

图表27：2010年以来中国户外用品行业零售总额及出货总额增长情况（单位：亿元）

图表28：中国户外用品行业产品结构

图表29：探路者的产品销售结构

图表30：2010年以来中国户外市场品牌数量变动情况（单位：个）

图表31：2010年以来中国户外用品市场国内外品牌出货情况（单位：亿元）

图表32：2010年以来中国户外用品市场品牌年出货额情况（单位：个）

图表33：运动服市场单价最高的四大品牌价格情况（均为户外用品品牌）（单位：元）

图表34：运动鞋市场单价最高的四大品牌（均为户外用品品牌）（单位：元）

图表35：户外用品相关行业市场集中度（TOP10）

图表36：2010年以来国内市场国内外户外用品品牌数量情况（单位：个）

图表37：中国户外用品市场品牌厂商市场占有率情况（单位：%）

图表38：中国户外用品销售收入的区域结构

图表39：户外用品各线城市品牌集中度（TOP10）

图表40：我国二线城市户外用品前10大品牌市场占有率（单位：%）

图表41：我国三线城市户外用品前10大品牌市场占有率（单位：%）

图表42：中国城市品牌数量情况比较

图表43：主要户外用品国际品牌的产品特点

图表44：国内户外用品主要品牌的产品特点

图表45：百货商场店与户外专卖店的比较

图表46：2011年以来中国户外用品行业各销售渠道数量变动情况（单位：家）

图表47：2011年以来中国户外用品行业商场店与专卖店零售总额变化（单位：亿元）

图表48：2011年以来中国户外用品行业各渠道零售总额占比

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/M932712C8W.html>