

2018-2024年中国户外用品 市场运行态势及投资策略建议报告

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年中国户外用品市场运行态势及投资策略建议报告》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/wenhuatiyu/V81894C2QP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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。

户外行业与其他可选消费品不同，户外用品的功能性更为突出，对专业要求更高，与此相匹配，在零售渠道的服务和体验中与专业性的要求也更高。户外行业的专业化程度要求比较高，专业的户外零售商有其长期存在的重要价值和发展空间，未来业务拓展也有良好的延伸性。

虽然户外用品市场增长速度渐趋平稳，但是仍有巨大的市场潜力可以挖掘。目前来看，我国人均户外用品消费金额不足欧美市场的1/4，我国户外市场刚刚走过导入期，开始迈入成长期，仍有巨大的市场空间。

随着全行业调整和转型不断深入，零售环境不断改善，在消费升级、户外参与者数量不断增长及冬奥会三大利好因素的驱动下，接下来三至五年，户外用品市场将进入下一个更健康、更均衡的持续增长期。

报告目录：

第一章 中国户外用品行业发展概述 25

第一节 户外用品行业发展情况 25

一、户外用品定义 25

二、户外用品行业发展历程 25

第二节 户外用品产业链分析 26

一、产业链模型介绍 26

二、户外用品产业链模型分析 27

第三节 中国户外用品行业经济指标分析 27

一、赢利性 27

二、成长速度 28

三、附加值的提升空间 28

四、进入壁垒 / 退出机制 29

五、风险性 31

六、行业周期 31

七、竞争激烈程度指标 32

八、当前行业发展所属周期阶段的判断 33

第二章 户外用品生产工艺及技术趋势研究 35

第一节 质量指标情况 35

第二节 国外主要生产工艺 35

第三节 国内主要生产方法 35

第四节 国内外技术对比分析 36

第五节 国内外最新技术进展及趋势研究 37

第三章 国际户外用品市场运行态势分析 39

第一节 国际户外用品市场现状分析 39

一、国际户外用品市场供需分析 39

二、国际户外用品价格走势分析 39

三、国际户外用品市场运行特征分析 40

第二节 国际户外用品主要国家及地区发展情况分析 42

一、美国 42

二、亚洲 44

三、欧洲 44

第三节 国际户外用品重点企业分析 47

一、拜耳公司 47

1、企业概况 47

2、企业竞争优势分析 47

3、企业主营产品分析 48

二、德国巴斯夫集团 48

1、企业概况 48

2、企业竞争优势分析 48

3、企业主营产品分析 49

三、印度 49

1、企业概况 49

第四章 2015-2016年国内户外用品市场运行结构分析 51

| | |
|------------------------------|----|
| 第一节 国内户外用品市场规模分析 | 51 |
| 一、总量规模 | 51 |
| 二、增长速度 | 51 |
| 三、市场季节变动分析 | 51 |
| 第二节 国内户外用品市场供给平衡性分析 | 52 |
| 第五章 2015-2016年中国户外用品行业市场现状分析 | 52 |
| 第一节 户外用品市场现状分析及预测 | 52 |
| 一、2012-2016年我国户外用品市场规模分析 | 52 |
| 二、2018-2024年我国户外用品市场规模预测 | 53 |
| 第二节 户外用品产能分析及预测 | 55 |
| 一、2012-2016年我国户外用品产能分析 | 55 |
| 二、2018-2024年我国户外用品产能预测 | 56 |
| 第三节 户外用品产量分析及预测 | 57 |
| 一、2012-2016年我国户外用品产量分析 | 57 |
| 二、2018-2024年我国户外用品产量预测 | 58 |
| 第四节 户外用品市场需求分析及预测 | 59 |
| 一、2012-2016年我国户外用品市场需求分析 | 59 |
| 二、2018-2024年我国户外用品市场需求预测 | 60 |
| 第五节 户外用品价格趋势分析 | 61 |
| 一、2012-2016年我国户外用品市场价格分析 | 61 |
| 二、2018-2024年我国户外用品市场价格预测 | 61 |
| 第六节 户外用品行业生产分析 | 62 |
| 一、产品及原材料进口、自有比例 | 62 |
| 二、国内产品及原材料生产基地分布 | 63 |
| 三、产品及原材料产业集聚分析 | 64 |
| 四、产品及原材料产能情况分析 | 64 |
| 第七节 2015-2016年户外用品行业市场供给分析 | 64 |
| 一、户外用品生产规模现状 | 64 |
| 二、户外用品产能规模分布 | 65 |
| 三、户外用品市场价格走势 | 66 |
| 四、户外用品重点厂商分布 | 66 |

五、户外用品产供状况分析 66

第六章2015-2016年国内户外用品进出口贸易分析 68

第一节2015-2016年国内户外用品进口情况分析 68

第二节2015-2016年国内户外用品出口情况分析 68

第三节2015-2016年国内进出口相关政策及税率研究 68

第四节 代表性国家和地区进出口市场分析 68

第五节 2018-2024年户外用品进出口预测分析 69

第七章 2015-2016年户外用品行业采购状况分析 71

第一节 2015-2016年户外用品成本分析 71

一、原材料成本走势分析 71

二、劳动力供需及价格分析 71

三、其他方面成本走势分析 72

第二节 上游原材料价格与供给分析 72

一、主要原材料情况- 72

二、主要原材料价格与供给分析 73

三、2018-2024年主要原材料市场变化趋势预测 73

第三节 户外用品产业链的分析 74

一、行业集中度74

二、主要环节的增值空间 75

三、行业进入壁垒和驱动因素 76

四、上下游行业影响及趋势分析 76

第八章 2015-2016年中国户外用品市场竞争格局分析 77

第一节 行业竞争结构分析 77

一、现有企业间竞争 77

二、潜在进入者分析 78

三、替代品威胁分析 78

四、供应商议价能力 78

五、客户议价能力 79

第二节 行业集中度分析 79

- 一、市场集中度分析 79
- 二、企业集中度分析 80
- 三、区域集中度分析 80
- 第三节 行业国际竞争力比较 81
 - 一、生产要素 81
 - 二、需求条件 81
 - 三、支援与相关产业- 82
 - 四、企业战略、结构与竞争状态 82
 - 五、政府的作用- 83
- 第四节 户外用品竞争力优势分析 84
 - 一、整体产品竞争力评价 84
 - 二、产品竞争力评价结果分析 84
 - 三、竞争优势评价及构建建议- 85
- 第五节 户外用品行业竞争格局分析 85
 - 一、户外用品行业竞争分析 85
 - 二、国内外户外用品竞争分析 86
 - 三、中国户外用品市场竞争分析 86
 - 四、中国户外用品市场集中度分析 87
 - 五、中国户外用品竞争对手市场份额 87
 - 六、中国户外用品主要品牌企业梯队分布 88

第九章 户外用品国内拟在建项目分析及竞争对手动向 89

第一节 国内主要竞争对手动向 89

第二节 国内拟在建项目分析 90

第十章 中国户外用品重点企业竞争力分析 92

第一节 A公司 92

一、企业概况 92

二、企业财务指标 92

(一) 企业偿债能力分析 92

(二) 企业运营能力分析 94

三、企业竞争优势分析 97

| | |
|------------------|-----|
| 四、企业主营产品分析 | 97 |
| 五、企业经营情况分析 | 98 |
| 六、企业发展新动态与战略规划分析 | 98 |
| 第二节 B公司 | 99 |
| 一、企业概况 | 99 |
| 二、企业财务指标 | 99 |
| (一) 企业偿债能力分析 | 99 |
| (二) 企业运营能力分析 | 101 |
| 三、企业竞争优势分析 | 104 |
| 四、企业主营产品分析 | 104 |
| 五、企业经营情况分析 | 105 |
| 六、企业发展新动态与战略规划分析 | 105 |
| 第三节 C公司 | 106 |
| 一、企业概况 | 106 |
| 二、企业财务指标 | 106 |
| (一) 企业偿债能力分析 | 106 |
| (二) 企业运营能力分析 | 108 |
| 三、企业竞争优势分析 | 111 |
| 四、企业主营产品分析 | 111 |
| 六、企业发展新动态与战略规划分析 | 112 |
| 第四节 D公司 | 113 |
| 一、企业概况 | 113 |
| 二、企业财务指标 | 113 |
| (一) 企业偿债能力分析 | 113 |
| (二) 企业运营能力分析 | 115 |
| 三、企业竞争优势分析 | 118 |
| 四、企业主营产品分析 | 118 |
| 五、企业经营情况分析 | 119 |
| 六、企业发展新动态与战略规划分析 | 120 |
| 第五节 E公司 | 120 |
| 一、企业概况 | 120 |
| 二、企业财务指标 | 120 |

| | |
|-------------------------|-----|
| (一) 企业偿债能力分析 | 120 |
| (二) 企业运营能力分析 | 122 |
| 三、企业竞争优势分析 | 125 |
| 四、企业主营产品分析 | 125 |
| 五、企业经营情况分析 | 126 |
| 六、企业发展新动态与战略规划分析 | 127 |
| 第六节 F公司 | 127 |
| 一、企业概况 | 127 |
| 二、企业财务指标 | 127 |
| (一) 企业偿债能力分析 | 128 |
| (二) 企业运营能力分析 | 129 |
| 三、企业竞争优势分析 | 132 |
| 四、企业主营产品分析 | 132 |
| 五、企业经营情况分析 | 133 |
| 六、企业发展新动态与战略规划分析 | 133 |
| | |
| 第十一章 户外用品地区销售情况及竞争力深度研究 | 135 |
| 第一节 中国户外用品各地区对比销售分析 | 135 |
| 第二节 户外用品“东北地区”销售分析 | 135 |
| 一、2016年东北地区销售规模 | 135 |
| 二、东北地区“规格”销售分析 | 136 |
| 三、2016年东北地区“规格”销售规模分析 | 136 |
| 第三节 户外用品“华北地区”销售分析 | 137 |
| 一、2016年华北地区销售规模 | 137 |
| 二、华北地区“规格”销售分析 | 137 |
| 三、2016年华北地区“规格”销售规模分析 | 137 |
| 第四节 户外用品“华南地区”销售分析 | 138 |
| 一、2016年华南地区销售规模 | 138 |
| 二、华南地区“规格”销售分析 | 138 |
| 三、2016年华南地区“规格”销售规模分析 | 139 |
| 第五节 户外用品“华东地区”销售分析 | 139 |
| 一、2016年华东地区销售规模 | 139 |

- 二、华东地区“规格”销售分析 139
- 三、2016年华东地区“规格”销售规模分析 140
- 第六节 户外用品“西北地区”销售分析 140
 - 一、2016年西北地区销售规模 140
 - 二、西北地区“规格”销售分析 141
 - 三、2016年西北地区“规格”销售规模分析 141
- 第七节 户外用品“华中地区”销售分析 141
 - 一、2016年华中地区销售规模 141
 - 二、华中地区“规格”销售分析 142
 - 三、2016年华中地区“规格”销售规模分析 142
- 第七节 户外用品“西南地区”销售分析 143
 - 一、2016年西南地区销售规模 143
 - 二、西南地区“规格”销售分析 143
 - 三、2016年西南地区“规格”销售规模分析 143

第十二章 户外用品下游应用行业发展分析 145

- 第一节 下游应用行业发展状况 145
- 第二节 下游应用行业市场集中度 145
- 第三节 下游应用行业发展趋势 146

第十三章 2018-2024年户外用品行业前景展望 147

- 第一节 行业发展环境预测 147
 - 一、全球主要经济指标预测 147
 - 二、主要宏观政策趋势及其影响分析 159
 - 三、消费、投资及外贸形势展望 160
 - 四、国家政策 174
- 第二节 2018-2024年行业供求形势展望 175
 - 一、上游原料供应预测及市场情况 175
 - 二、2018-2024年户外用品下游需求行业发展展望 176
 - 三、2018-2024年户外用品行业产能预测 177
 - 四、进出口形势展望 178
- 第三节 户外用品市场前景分析 180

| | |
|--------------------------------|-----|
| 一、户外用品市场容量分析 | 180 |
| 二、户外用品行业利好利空政策 | 180 |
| 三、户外用品行业发展前景分析 | 184 |
| 第四节 户外用品未来发展预测分析 | 184 |
| 一、中国户外用品发展方向分析- | 184 |
| 二、2018-2024年中国户外用品行业发展规模 | 187 |
| 三、2018-2024年中国户外用品行业发展趋势预测 | 187 |
| 第五节 2018-2024年户外用品行业供需预测 | 188 |
| 一、2018-2024年户外用品行业供给预测 | 188 |
| 二、2018-2024年户外用品行业需求预测 | 188 |
| 第六节 影响企业生产与经营的关键趋势 | 189 |
| 一、市场整合成长趋势- | 189 |
| 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 | 190 |
| 三、企业区域市场拓展的趋势 | 192 |
| 四、科研开发趋势及替代技术进展 | 193 |
| 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 | 194 |
| 六、中国户外用品行业swot分析 | 195 |
| 第七节 行业市场格局与经济效益展望 | 196 |
| 一、市场格局展望 | 196 |
| 二、经济效益预测- | 196 |
| 第八节 总体行业“十三五”整体规划及预测 | 197 |
| 一、2018-2024年户外用品行业国际展望 | 197 |
| 二、2018-2024年国内户外用品行业发展展望 | 197 |
| | |
| 第十四章 2018-2024年户外用品行业投资机会与风险分析 | 199 |
| 第一节 投资环境的分析与对策 | 199 |
| 第二节 投资机遇分析 | 200 |
| 第三节 投资风险分析 | 200 |
| 一、政策风险 | 200 |
| 二、经营风险 | 201 |
| 三、技术风险 | 201 |
| 四、进入退出风险 | 202 |

第四节 投资策略与建议 203

一、企业资本结构选择 203

二、企业战略选择 204

三、投资区域选择 205

四、专家投资建议 207

第十五章 2018-2024年户外用品行业盈利模式与投资策略分析 207

第一节 2018-2024年国外户外用品行业投资现状及经营模式分析 207

一、境外户外用品行业成长情况调查 207

二、经营模式借鉴- 208

三、在华投资新趋势动向- 208

第二节 2018-2024年我国户外用品行业商业模式探讨 210

第三节 2018-2024年我国户外用品行业投资国际化发展战略分析 211

一、战略优势分析 211

二、战略机遇分析 212

三、战略规划目标 212

四、战略措施分析- 214

第四节 2018-2024年我国户外用品行业投资策略分析 217

第五节 2018-2024年最优投资路径设计 219

一、投资对象 219

二、投资模式 220

三、预期财务状况分析 220

四、风险资本退出方式 221

第十六章 “十三五”期间我国经济将面临的问题及对策 223

第一节 “十三五”期间影响投资因素分析 223

一、财政预算内资金对全社会融资贡献率的分析 223

二、信贷资金变动对投资来源变动的贡献率分析 223

三、外商投资因素对未来投资来源的贡献率分析 224

四、自筹投资增长对投资来源的贡献率分析 224

第二节 “十三五”期间我国经济稳定发展面临的问题 225

一、经济结构失衡 225

二、产业结构面临的问题 229

三、资本泡沫过度膨胀 236

四、收入差距进一步扩大 237

五、通货膨胀风险加剧 241

六、生态环境总体恶化趋势未改 243

第三节 “十三五”期间我国经济形势面临的问题 244

一、世界政治、经济格局的新变化 244

二、国际竞争更加激烈 248

三、投资的作用将下降 248

四、第三产业对经济增长的作用显著增加 253

五、迫切需要解决深层次体制机制问题 254

六、劳动力的供给态势将发生转折 259

第十七章 “十三五”期间我国区域经济面临的问题及对策 260

第一节 “十三五”期间促进区域协调发展的重点任务 260

一、健全区域协调发展的市场机制与财政体制 260

二、培育多极带动的国土空间开发格局 260

三、积极开展全方位多层次的区域合作 261

四、创新各具特色的区域发展模式 261

五、建立健全区域利益协调机制 262

第二节 “十三五”期间我国区域协调发展存在的主要问题 262

一、空间无序开发问题依然比较突出 262

二、东中西产业互动关系有待进一步加强 263

三、落后地区发展仍然面临诸多困难 263

四、财税体制尚需完善 263

五、区际利益矛盾协调机制不健全 264

第三节 “十三五”期间促进区域协调发展的政策建议 264

一、编制全国性的空间开发利用规划 264

二、以经济圈为基础重塑国土空间组织框架 265

三、制定基础产业布局战略规划 265

四、加紧制定促进区域合作的政策措施 266

第十八章 户外用品企业制定“十三五”发展战略研究分析 267

第一节 “十三五”发展战略规划的背景意义 267

一、企业转型升级的需要 267

二、企业强做大做的需要 267

三、企业可持续发展需要 267

第二节 “十三五”发展战略规划的制定原则 268

一、科学性 268

二、实践性 269

三、前瞻性 269

四、创新性 269

五、全面性 269

六、动态性 270

第三节 “十三五”发展战略规划的制定依据 270

一、国家产业政策 270

二、行业发展规律 270

三、企业资源与能力 271

四、可预期的战略定位 272

第十九章 2018-2024年户外用品行业项目投资与融资建议 273

第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析 273

第二节 外销与内销优势分析 273

第三节 2018-2024年全国投资规模预测 275

第四节 2018-2024年户外用品行业投资收益预测 275

第五节 2018-2024年户外用品项目投资建议 276

第六节 2018-2024年户外用品项目融资建议 277

1、户外用品行业的兼并及收购建议 277

2、户外用品行业企业的融资方式选择建议 278(ZY LT)

图表目录：

图表 1 户外用品行业的产业链结构图 27

图表 2 户外用品销售策略 29

图表 3 行业生命周期、战略及其特征 31

图表 4 我国户外用品行业所处生命周期示意图 33

图表 5 2012-2016年我国户外用品行业销售收入及增长对比 51

图表 6 2012-2016年我国户外用品行业供需情况 52

图表 7 2012-2016年我国户外用品行业销售收入及增长情况 53

图表 8 2012-2016年我国户外用品行业销售收入及增长对比 53

图表 9 2018-2024年我国户外用品行业销售收入预测图 53

图表 10 2012-2016年我国户外用品行业资产合计及增长情况 55

图表 11 2012-2016年我国户外用品行业资产合计及增长对比 55

图表 12 2018-2024年我国户外用品行业资产合计预测图 56

图表 13 2012-2016年我国户外用品行业工业总产值及增长情况 57

图表 14 2012-2016年我国户外用品行业工业总产值及增长对比 57

图表 15 2018-2024年我国户外用品行业工业总产值预测图 58

图表 16 2012-2016年我国户外用品行业利润总额及增长情况 59

图表 17 2012-2016年我国户外用品行业利润总额及增长对比 59

图表 18 2018-2024年我国户外用品行业利润总额预测图 60

图表 19 2013—2016年国内户外用品平均价格走势 61

图表 20 2012-2016年我国户外用品行业主营业务成本及增长情况 62

图表 21 2012-2016年我国户外用品行业主营业务成本及增长对比 62

图表 22 2012-2016年我国户外用品行业工业总产值及增长对比 64

图表 23 2012-2016年我国户外用品行业资产合计及增长对比 65

图表 24 2012-2016年我国户外用品行业销售收入及增长对比 67

图表 25 2015-2016年我国户外用品行业进口总额 68

图表 26 2015-2016年我国户外用品行业出口总额 68

图表 27 2015-2016年4月我国户外用品进口来源 68

图表 28 2015-2016年4月我国户外用品出口去向 69

……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/V81894C2QP.html>