

2017-2022年中国户外用品 市场深度研究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

《2017-2022年中国户外用品市场深度研究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/wenhuatiyu/441043I5W5.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

根据我们的测算，户外行业上半年收入/净利润分别-10.36%/-30.48%，Q3分别-47.87%/-75.68%，三季度表现不如上半年。探路者的户外用品业务仍然处于清库存的状态，而旅游业务也处于转型调整期，受此影响，三季度收入下滑51.59%，净利润下滑73.48%；三夫户外前三季度收入增长9%，但费用率上升致净利润下滑22%。

户外类企业收入增长在14年之前有逐渐下滑的趋势，但由于相关上市公司仅有探路者和三夫户外两家，整个子行业受单个公司影响较大，探路者在15年由于并购业务收入大涨导致整个子行业也大涨1倍以上，16年前三季度又下滑至-10%，若剔除新业务影响，户外用品业务并未有明显改善。净利增速在12、13年能达到40%以上的高速增长，从14年起开始下滑，15年及16年呈现出负增长状态。

2012-2016年户外行业历年收入、净利润增长情况

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国户外用品市场深度研究与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了户外用品产业相关概念及发展环境，接着分析了中国户外用品行业规模及消费需求，然后对中国户外用品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国户外用品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国户外用品行业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：

第一部分 户外用品业运行新形势聚焦 29

第一章 户外用品相关概述 29

第一节 户外用品的概念 29

一、户外用品界定 29

二、户外用品特点 29

三、户外用品适用人群 30

第二节 户外用品的分类 31

一、服装纺织类 31

- 二、鞋类 31
- 三、背包类 31
- 四、装备类 32
- 五、配件类 32
- 六、器材类 32

第二章 2014-2016年全球户外用品行业运行状况分析 34

第一节 2014-2016年世界户外用品行业发展分析 34

- 一、世界户外用品发展特色分析 34
- 二、世界户外用品热销用品点评 34
- 三、世界户外用品关注品牌分析 35
- 四、金融危机对世界户外用品行业影响 39

第二节 2014-2016年欧洲户外用品行业发展分析 39

- 一、欧洲户外服装纺织类销售情况 39
- 二、英国户外运动产业分析 40
- 三、德国户外运动产业分析 41
- 四、欧洲户外市场未来发展趋势分析 41

第三节 2014-2016年美国户外用品行业发展分析 45

- 一、美国户外产品网络销售情况 45
- 二、美国滑雪用品销售额变化情况 46

第四节 2017-2022年世界户外用品发展趋势展望 47

第三章 2014-2016年中国户外用品行业市场发展环境解析 48

第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析 48

- 一、中国GDP分析 48
- 二、消费价格指数分析 50
- 三、城乡居民收入分析 51
- 四、社会消费品零售总额 52
- 五、全社会固定资产投资分析 54
- 六、进出口总额及增长率分析 55

第二节 2014-2016年中国户外用品市场政策环境分析 57

- 一、户外用品国家标准 57

二、《新疆维吾尔自治区户外运动管理条例(草案)》 58

三、《全民健身计划纲要》 60

四、《山地户外运动管理办法》 65

五、进出口政策分析 69

六、其他相关法律法规的影响分析 70

第三节 2014-2016年中国户外用品社会发展环境分析 70

一、全国社会消费品零售总额 70

2015年中国社会消费品零售总额为300931亿元，同比名义增长10.7%（扣除价格因素，实际增长10.6%），我国居民人均可支配收入2015年达到21996元，同比增长7.4%，超过GDP增速，为居民消费需求和消费支出增长提供了事实上的基础。

2011-2015年我国社会消费品零售总额

二、全国百家重点大型零售企业销售情况 72

三、全国居民消费价格分析 74

第四章 2014-2016年中国户外用品行业运行新形势透析 76

第一节 2014-2016年中国户外用品运行总况 76

一、中国户外运动用品发展历程 76

二、中国户外运动用品特点分析 76

三、中国户外用品市场跳跃式发展分析 77

四、中国户外用品市场多元化发展分析 77

第二节 2014-2016年中国户外用品市场分析 78

一、我国户外运动用品品牌发展分析 78

二、户外运动用品销售渠道分析 78

三、户外运动用品地域分布 83

四、户外用品展览会发展分析 84

第三节 2014-2016年中国户外用品行业问题及对策 85

一、户外用品行业假货问题分析 85

二、户外用品行业产品同质化问题 87

三、户外用品行业质量安全问题 87

第四节 户外用品市场品牌商与零售商间冲突及对策 88

一、渠道冲突 88

- 二、产品冲突 91
- 三、价格冲突 93
- 四、供货冲突 95
- 五、服务冲突 97
- 六、推广冲突 97
- 七、户外产品零售店发展对策 98

第五章 2007-2016年中国户外用品制造行业数据监测分析 99

第一节 2011-2016年中国户外用品制造行业规模分析 99

- 一、企业数量增长分析 99
- 二、从业人数增长分析 100
- 三、资产规模增长分析 101

第二节 2016年中国户外用品制造行业结构分析 102

- 一、企业数量结构分析 102
 - (一)、不同类型分析 102
 - (二)、不同所有制分析 103
- 二、销售收入结构分析 103
 - (一)、不同类型分析 103
 - (二)、不同所有制分析 104

第三节 2011-2016年中国户外用品制造行业产值分析 105

- 一、产成品增长分析 105
- 二、工业销售产值分析 106
- 三、出口交货值分析 107

第四节 2011-2016年中国户外用品制造行业成本费用分析 108

- 一、销售成本分析 108
- 二、费用分析 109

第五节 2011-2016年中国户外用品制造行业盈利能力分析 110

- 一、主要盈利指标分析 110
- 二、主要盈利能力指标分析 111

第二部分 户外用品市场深度调研 112

第六章 2014-2016年中国户外用品细分市场运行分析 112

第一节 2014-2016年中国运动鞋产业生存现状 112

- 一、品牌运动鞋市场发展状况 112
- 二、国内运动鞋产业与国际品牌的差距 116
- 三、运动鞋企业振兴方法探索 117
- 四、我国运动鞋市场发展趋势 119

第二节 2014-2016年中国户外服装及背包市场发展分析 119

- 一、户外服装市场发展现状 119
- 二、中国户外运动服装销售渠道构成 121
- 三、户外服装店营销分析 123
- 四、2014-2016年中国背包市场分析 125

第七章 2014-2016年中国部分地区户外用品产业分析 126

第一节 深圳户外用品产业发展分析 126

- 一、深圳经济指标分析 126
- 二、深圳户外用品销售动态 129
- 三、户外运动制造新机遇分析 129
- 四、深圳户外培训产业发展分析 129

第二节 哈尔滨户外用品市场分析 130

- 一、哈尔滨户外用品市场发展形势 130
- 二、户外用品功能走向分析 131
- 三、定位通讯设备市场分析 134

第三节 南京户外用品市场发展分析 135

- 一、南京户外用品市场聚集情况 135
- 二、南京户外用品国际知名品牌分析 135
- 三、南京户外用品市场前景分析 136

第四节 麻城户外用品产业发展分析 136

- 一、麻城户外用品产业发展状况 136
- 二、麻城户外用品产业发展环境分析 136
- 三、年麻城户外用品产业动态 138

第八章 2014-2016年中国户外用品需求与消费者偏好调查 142

第一节 2014-2016年中国户外用品消费者分析 142

一、户外用品消费者特征	142
二、户外用品消费群分析	143
三、旅游户外用品重度购买者特征及其营销分析	143
第二节 运动鞋市场消费观念调查	144
一、品牌认知度调查	144
二、运动鞋价位选购调查	144
三、运动鞋颜色选择调查	145
四、影响消费因素	145
第三部分 户外用品市场竞争力透析	146
第九章 2014-2016年中国户外用品市场竞争格局透析	146
第一节 2014-2016年中国户外用品行业竞争分析	146
一、洋品牌开拓中国市场	146
二、本土品牌竞争分析	146
三、户外产品核心价值分析	147
第二节 2014-2016年外资在中国户外用品市场竞争分析	150
一、国际户外品牌在中国市场发展分析	150
二、美国L.L.Bean在中国市场扩张分析	151
三、年阿迪达斯进军户外用品市场分析	152
四、德国索力户外休闲鞋开发中国市场	153
第三节 2014-2016年中国户外用品行业集中度分析	154
一、市场集中度分析	154
二、生产企业的集中分布	154
第四节 2014-2016年中国户外用品行业竞争中存的问题	155
第五节 2017-2022年中国户外用品行业竞争趋势分析	157
第十章 2014-2016年中国户外用品企业竞争策略分析	159
第一节 2014-2016年中国户外用品市场竞争策略分析	159
一、户外装备中国化策略	159
二、中国户外店各种形态与策略	160
三、户外企业商业模式创新	165
第二节 2014-2016年中国户外运动鞋服品牌竞争策略	169

- 一、开创新品类 169
- 二、品牌文化 171
- 三、营销模式 172

第十一章 2014-2016年中国户外用品优势生产企业竞争力及关键性数据分析174

第一节 泉州鸿星尔克体育用品有限公司 174

- 一、企业概况 174
- 二、企业主要经济指标分析 176
- 三、企业盈利能力分析 176
- 四、企业偿债能力分析 177
- 五、企业运营能力分析 179
- 六、企业成长能力分析 182

第二节 青岛双星集团出口鞋有限责任公司 183

- 一、企业概况 183
- 二、企业主要经济指标分析 184
- 三、企业盈利能力分析 184
- 四、企业偿债能力分析 185
- 五、企业运营能力分析 187
- 六、企业成长能力分析 190

第三节 湖州四友旅游用品有限公司 191

- 一、企业概况 191
- 二、企业主要经济指标分析 191
- 三、企业盈利能力分析 191
- 四、企业偿债能力分析 192
- 五、企业运营能力分析 194
- 六、企业成长能力分析 197

第四节 常州市庭园装饰用品有限公司 198

- 一、企业概况 198
- 二、企业主要经济指标分析 198
- 三、企业盈利能力分析 198
- 四、企业偿债能力分析 199
- 五、企业运营能力分析 201

六、企业成长能力分析	204
第五节 连云港恒君户外用品有限公司	204
一、企业概况	204
二、企业主要经济指标分析	205
三、企业盈利能力分析	205
四、企业偿债能力分析	206
五、企业运营能力分析	208
六、企业成长能力分析	211
第六节 厦门诚宝工贸有限公司	212
一、企业概况	212
二、企业主要经济指标分析	212
三、企业盈利能力分析	212
四、企业偿债能力分析	213
五、企业运营能力分析	215
六、企业成长能力分析	218
第七节 上海鑫美野营用品有限公司	218
一、企业概况	218
二、企业主要经济指标分析	219
三、企业盈利能力分析	219
四、企业偿债能力分析	220
五、企业运营能力分析	222
第八节 台州市高登旅游帐篷厂	225
一、企业概况	225
二、企业主要经济指标分析	226
三、企业盈利能力分析	226
四、企业偿债能力分析	227
五、企业运营能力分析	229
六、企业成长能力分析	232
第九节 武义恒隆金属制造有限公司	233
一、企业概况	233
二、企业主要经济指标分析	233
三、企业盈利能力分析	233

- 四、企业偿债能力分析 234
- 五、企业运营能力分析 236
- 六、企业成长能力分析 239
- 第十节 丹阳市森林户外用品有限公司 239
 - 一、企业概况 239
 - 二、企业主要经济指标分析 240
 - 三、企业盈利能力分析 240
 - 四、企业偿债能力分析 241
 - 五、企业运营能力分析 243
 - 六、企业成长能力分析 246
- 第十一节 北京探路者户外用品股份有限公司 246
 - 一、企业概况 246
 - 二、企业主要经济指标分析 248
 - 三、企业盈利能力分析 248
 - 四、企业偿债能力分析 249
 - 五、企业运营能力分析 251
 - 六、企业成长能力分析 254
- 第十二节 北京三夫户外用品开发有限公司 255
 - 一、企业概况 255
 - 二、企业主要经济指标分析 255
 - 三、企业盈利能力分析 256
 - 四、企业偿债能力分析 257
 - 五、企业运营能力分析 259
 - 六、企业成长能力分析 262
- 第十三节 北京长天时代户外用品有限公司 263
 - 一、企业概况 263
 - 二、企业主要经济指标分析 265
 - 三、企业盈利能力分析 266
 - 四、企业偿债能力分析 267
 - 五、企业运营能力分析 269
 - 六、企业成长能力分析 272
- 第十四节 福建哥仑步户外用品有限公司 272

- 一、企业概况 272
- 二、企业主要经济指标分析 272
- 三、企业盈利能力分析 273
- 四、企业偿债能力分析 274
- 五、企业运营能力分析 276
- 六、企业成长能力分析 279
- 第十五节 骆驼 279
 - 一、企业概况 279
 - 二、企业主要经济指标分析 280
 - 三、企业盈利能力分析 280
 - 四、企业偿债能力分析 281
 - 五、企业运营能力分析 283
 - 六、企业成长能力分析 286
- 第十六节 奥索卡 287
 - 一、企业概况 287
 - 二、企业主要经济指标分析 287
 - 三、企业盈利能力分析 288
 - 四、企业偿债能力分析 289
 - 五、企业运营能力分析 291
 - 六、企业成长能力分析 294

第四部分 户外用品市场前景与投资战略研究 295

第十二章 2017-2022年中国户外用品行业前景预测分析 295

第一节 2017-2022年户外用品行业发展趋势 295

- 一、大型户外用品连锁店发展趋势 295
- 二、“大户外”概念趋势 296
- 三、户外企业商场渠道趋势 296
- 四、企业品牌建设趋势 297

第二节 户外服装“泛户外化”趋势 298

- 一、功能化细分化趋势 298
- 二、人性化趋势 298
- 三、携带轻便化趋势 299

第三节 2017-2022年中国户外用品行业的发展前景展望 299

- 一、中国户外用品蕴藏巨大市场前景 299
- 二、中国户外用品市场增长潜力大 300
- 三、中国户外用品市场将迎来发展黄金时期 300
- 四、中国户外用品市场兼并时代即将到来 302

第四节 2017-2022年中国户外用品市场盈利预测分析 302

第十三章 2017-2022年中国户外用品行业投资机会及风险规避指引 305

第一节 2014-2016年中国户外用品行业投资概况分析 305

- 一、户外用品投资特性 305
- 二、中国户外用品业投资优势分析 305

第二节 2017-2022年中国户外用品行业投资机会分析 307

- 一、大众化和专业化相结合的户外运动用品 307
- 二、连锁化的专业零售渠道 307
- 三、户外用品市场蕴含良好的投资机会 307
- 四、极地户外用品市场有待开发 308

第三节 2017-2022年中国户外用品行业投资风险预警309

- 一、政策风险 309
- 二、经营风险 310
- 三、进入退出风险 311
- 四、信贷风险 312

第十四章 2017-2022年中国户外用品行业投资战略研究 314 (ZY CW)

第一节 户外用品店开店策略 314

- 一、合理安排产品结构 314
- 二、降低管理成本 314
- 三、根据目标消费群选店址 315
- 四、对户外活动有兴趣 315
- 五、代理户外产品品牌 315
- 六、组织活动策略 316

第二节 户外用品零售店投资方案解析 316

第三节 二手户外用品店的投资建议 333

图表目录：

图表 1 国内户外用品品牌格局 35

图表 2 2011-2016年我国季度GDP增长率 单位：% 48

图表 3 2011-2016年我国三产业增加值季度增长率 单位：% 49

图表 4 2011-2016年我国CPI、PPI运行趋势 单位：% 50

图表 5 2011-2015年农村居民人均纯收入及其增长速度 51

图表 6 2011-2015年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 51

图表 7 2011-2016年我国社会消费品零售总额走势图 单位：亿元 % 53

图表 8 2011-2016年固定资产投资走势图 单位：% 55

图表 9 2011-2016年进出口走势图 单位：% 56

图表 10 2011-2016年我国社会消费品零售总额走势图 单位：亿元 % 71

图表 11 2014 和 2011 年各月百家重点大型零售企业零售额增速（%） 73

图表 12 2014 和 2011 年各月百家重点大型零售企业家电类零售额增速（%） 73

图表 13 2011-2016年我国CPI、PPI运行趋势 单位：% 74

图表 14 国内渠道对比 80

图表 15 2011-2016年我国户外用品制造行业规模企业个数及增长情况 99

图表 16 2011-2016年我国户外用品制造行业规模企业个数及增长对比 99

图表 17 2011-2016年我国户外用品制造行业从业人员及增长情况 100

图表 18 2011-2016年我国户外用品制造行业从业人员及增长对比 100

图表 19 2011-2016年我国户外用品制造行业资产合计及增长情况 101

图表 20 2011-2016年我国户外用品制造行业资产合计及增长对比 101

图表 21 2016年我国户外用品制造行业不同规模企业数量对比 102

图表 22 2016年我国户外用品制造行业不同所有制企业数量对比 103

图表 23 2016年我国户外用品制造行业不同规模企业销售收入对比 103

图表 24 2016年我国户外用品制造行业不同所有制企业销售收入对比 104

图表 25 2011-2016年我国户外用品制造行业产成品及增长情况 105

图表 26 2011-2016年我国户外用品制造行业产成品及增长对比 105

图表 27 2011-2016年我国户外用品制造行业工业销售产值及增长情况 106

图表 28 2011-2016年我国户外用品制造行业工业销售产值及增长对比 106

图表 29 2011-2016年我国户外用品制造行业出口交货值及增长情况 107

图表 30 2011-2016年我国户外用品制造行业出口交货值及增长对比 107

图表 31 2011-2016年我国户外用品制造行业主营业务成本及增长情况 108

图表 32 2011-2016年我国户外用品制造行业主营业务成本及增长对比 108

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/441043I5W5.html>