

2024-2030年中国户外用品行业发展前景预测及投资策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国户外用品行业发展前景预测及投资策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/jingpin/light/932302.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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：

第一部分 户外用品业运行新形势聚焦

第一章 户外用品相关概述

第一节 户外用品的概念

一、户外用品界定

二、户外用品特点

三、户外用品适用人群

第二节 户外用品的分类

一、服装纺织类

二、鞋类

三、背包类

四、装备类

五、配件类

六、器材类

第三节 户外用品行业经营模式分析

第四节 户外用品行业相关产业动态

第二章 2019-2023年全球户外用品行业运行状况分析

第一节 2019-2023年世界户外用品行业发展分析

一、世界户外用品发展特色分析

二、世界户外用品热销用品点评

三、世界户外用品关注品牌分析

四、国际形势对世界户外用品行业影响

第二节 2019-2023年欧洲户外用品行业发展分析

一、欧洲户外服装纺织类销售情况

二、英国户外运动产业分析

三、德国户外运动产业分析

四、欧洲户外市场未来发展趋势分析

第三节 2019-2023年美国户外用品行业发展分析

一、美国户外产品网络销售情况

二、美国滑雪用品销售额变化情况

第四节 2024-2030年世界户外用品发展趋势展望

第三章 2019-2023年中国户外用品行业市场发展环境解析

第一节 2019-2023年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2019-2023年中国户外用品市场政策环境分析

一、户外用品国家标准

二、《新疆维吾尔自治区户外运动管理条例（草案）》

三、《“十四五”时期全民健身设施补短板工程实施方案》

四、《山地户外运动管理办法》

五、进出口政策分析

六、其他相关法律法规的影响分析

第三节 2019-2023年中国户外用品社会发展环境分析

一、全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

三、全国居民消费价格分析

第四章 2019-2023年中国户外用品行业运行新形势透析

第一节 2019-2023年中国户外用品运行总况

一、中国户外运动用品发展历程

二、中国户外运动用品特点分析

三、中国户外用品市场跳跃式发展分析

四、中国户外用品市场多元化发展分析

第二节 2019-2023年中国户外用品市场分析

一、我国户外运动用品品牌发展分析

二、户外运动用品销售渠道分析

三、户外运动用品地域分布

四、户外用品展览会发展分析

第三节 2019-2023年中国户外用品行业问题及对策

一、我国户外运动用品竞争力有待提高

二、资金实力较弱

三、行业标准有待进一步健全

四、行业基础相对薄弱，国内市场潜力释放需要一定时间

五、户外用品行业发展对策

第四节 户外用品市场品牌商与零售商间冲突及对策

一、渠道冲突

二、产品冲突

三、价格冲突

四、供货冲突

五、服务冲突

六、推广冲突

七、户外产品零售店发展对策

第五章 2019-2023年中国户外用品制造所属行业数据监测分析

第一节 2019-2023年中国户外用品制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2023年中国户外用品制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

（一）不同类型分析

（二）不同所有制分析

二、销售收入结构分析

（一）不同类型分析

（二）不同所有制分析

第三节 2019-2023年中国户外用品制造所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2019-2023年中国户外用品制造所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2019-2023年中国户外用品制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第二部分 户外用品市场深度分析

第六章 2019-2023年中国户外用品细分市场运行分析

第一节 2019-2023年中国运动鞋产业生存现状

一、品牌运动鞋市场发展状况

二、国内运动鞋产业与国际品牌的差距

三、运动鞋企业振兴方法探索

四、我国运动鞋市场发展趋势

第二节 2019-2023年中国户外服装及背包市场发展分析

一、户外服装市场发展现状

二、中国户外运动服装销售渠道构成

三、户外服装店营销分析

四、2019-2023年中国背包市场分析

第七章 2019-2023年中国部分地区户外用品产业分析

第一节 深圳户外用品产业发展分析

一、深圳经济指标分析

二、深圳户外用品销售动态

三、户外运动制造新机遇分析

四、深圳户外培训产业发展分析

第二节 哈尔滨户外用品市场分析

一、哈尔滨户外用品市场发展形势

二、户外用品功能走向分析

三、定位通讯设备市场分析

第三节 南京户外用品市场发展分析

一、南京户外用品市场聚集情况

二、南京户外用品国际知名品牌分析

三、南京户外用品市场前景分析

第四节 麻城户外用品产业发展分析

一、麻城户外用品产业发展状况

二、麻城户外用品产业发展环境分析

三、麻城户外用品产业动态

第三部分 户外用品市场竞争力透析

第八章 2019-2023年中国户外用品市场竞争格局透析

第一节 2019-2023年中国户外用品行业竞争分析

一、洋品牌开拓中国市场

二、本土品牌竞争分析

三、户外产品核心价值分析

第二节 2019-2023年外资在中国户外用品市场竞争分析

第三节 2019-2023年中国户外用品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第四节 2019-2023年中国户外用品行业竞争中存的问题

第五节 2024-2030年中国户外用品行业竞争趋势分析

第九章 2019-2023年中国户外用品企业竞争策略分析

第一节 2019-2023年中国户外用品市场竞争策略分析

一、户外装备中国化策略

二、中国户外店各种形态与策略

三、户外企业商业模式创新

第二节 2019-2023年中国户外运动鞋服品牌竞争策略

一、开创新品类

二、品牌文化

三、营销模式

第十章 中国户外用品优势生产企业竞争力及关键性数据分析

第一节 福建鸿星尔克体育用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 探路者控股集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 湖州四友旅游用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 江苏宝美户外用品股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 连云港恒君户外用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 北京三夫户外用品股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 上海鑫美野营用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 牧高笛户外用品股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 广东骆驼服饰有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 丹阳市森林户外用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四部分 户外用品市场前景与投资策略研究

第十一章 2024-2030年中国户外用品行业前景预测分析

第一节 2024-2030年户外用品行业发展趋势

一、大型户外用品连锁店发展趋势

二、“大户外”概念趋势

三、户外企业商场渠道趋势

四、企业品牌建设趋势

第二节 户外服装“泛户外化”趋势

一、功能化细分化趋势

二、人性化趋势

三、携带轻便化趋势

第三节 2024-2030年中国户外用品行业的发展前景展望

一、中国户外用品蕴藏巨大市场前景

二、中国户外用品市场增长潜力大

三、中国户外用品市场将迎来发展黄金时期

四、中国户外用品市场兼并时代即将到来

第四节 2024-2030年中国户外用品市场盈利预测分析

第十二章 2024-2030年中国户外用品行业投资机会及风险规避指引

第一节 2019-2023年中国户外用品行业投资概况分析

一、户外用品投资特性

二、中国户外用品业投资优势分析

第二节 2024-2030年中国户外用品行业投资机会分析

一、大众化和专业化相结合的户外运动用品

二、连锁化的专业零售渠道

三、户外用品市场蕴含良好的投资机会

四、极地户外用品市场有待开发

第三节 2024-2030年中国户外用品行业投资风险预警

一、政策风险

二、经营风险

三、进入退出风险

四、信贷风险

第十三章 2024-2030年中国户外用品行业投资战略研究

第一节 户外用品店开店策略

一、合理安排产品结构

二、降低管理成本

三、根据目标消费群选店址

四、对户外活动有兴趣

五、代理户外产品品牌

六、组织活动策略

第二节 户外用品零售店投资方案解析

第三节 二手户外用品店的投资建议

图表目录：

图表：2019-2023年我国季度GDP增长率单位：%

图表：2019-2023年我国三产业增加值季度增长率单位：%

图表：2019-2023年我国CPI、PPI运行趋势单位：%

图表：2019-2023年农村居民人均纯收入及其增长速度

图表：2019-2023年城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2019-2023年我国社会消费品零售总额走势图单位：亿元%

图表：2019-2023年固定资产投资走势图单位：%

图表：2019-2023年进出口走势图单位：%

图表：2019-2023年我国社会消费品零售总额走势图单位：亿元%

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/jingpin/light/932302.html>