

# 2012-2016年中国户外用品市场运行监测及投资方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国户外用品市场运行监测及投资方向研究报告》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/detail/122658.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

### 第一章、户外用品相关概述

#### 第一节、户外用品的相关定义

##### 一、户外运动的定义

##### 二、户外用品的定义

#### 第二节、户外用品的分类

##### 一、服装类

##### 二、鞋类

##### 三、背包类

##### 四、装备类

##### 五、配件类

##### 六、器材类

### 第二章、中国户外用品行业的发展环境分析

#### 第一节、宏观经济环境

##### 一、2008年中国国民经济和社会发展状况

##### 二、2009年中国国民经济和社会发展状况

##### 三、2010年中国国民经济和社会发展状况

##### 四、2011年中国国民经济和社会发展状况

#### 第二节、行业发展环境

##### 一、中国户外运动兴起催热户外用品市场

##### 二、户外用品产业已成为中国新的经济增长点

##### 三、户外用品行业已升级为大众化产业

##### 四、中国户外用品市场逐渐成熟理性

##### 五、户外用品从“边缘”化迅速向主流化转变

### 第三章、户外用品行业的发展

#### 第一节、国外户外用品产业发展概况

##### 一、欧洲户外用品行业渐趋回暖

##### 二、美国户外用品市场发展综述

##### 三、2011年4月美国户外用品收入上涨

##### 四、全球户外用品市场焦点向亚洲转移

#### 第二节、中国户外用品产业发展综述

##### 一、中国户外用品行业的发展特点

##### 二、中国户外用品行业多元化发展

##### 三、中国户外用品业的地域性和季节性特征

#### 四、中国户外用品行业步入快速发展阶段

##### 第三节、2009-2011年中国户外用品行业的发展

一、2009年中国户外用品行业竞争激烈

二、2009年中国户外用品行业发展特征

三、2010年中国户外用品行业发展态势

四、2010年中国户外用品行业发展简况

五、2011年中国户外用品行业运行状况

##### 第四节、中国部分地区户外用品行业的发展

一、北京户外用品行业发展概况

二、南京户外用品市场面临发展机遇

三、福建鞋企争相发力户外用品市场

四、2011年天津市户外用品市场消费升温

五、重庆市建设西部首个户外用品生产基地

##### 第五节、中国户外用品行业发展的的问题及对策

一、中国户外用品行业发展的不利因素

二、中国户外用品行业产品标准亟待完善

三、中国户外用品行业的发展对策

四、促进我国户外用品行业发展的措施建议

#### 第四章、中国户外用品市场分析

##### 第一节、中国户外用品市场概况

一、中国户外用品市场迅速发展

二、本土户外用品企业市场份额增长明显

三、专业户外用品在运动鞋服市场所占份额提升

四、中国户外用品市场面临发展机遇

五、中国户外用品市场发展不平衡

##### 第二节、中国户外用品市场发展路线解析

一、中国户外用品市场不断发展变化

二、品牌增多及品类延伸

三、“小户外”向“泛户外”的转化

四、销售渠道的变化和发展

##### 第三节、中国户外用品市场消费者分析

一、户外用品市场客户群体

二、户外用品市场客户特征

三、户外用品市场客户渠道

##### 第四节、中国旅游户外用品重度购买者的特征研究

## 一、旅游户外用品及重度购买者概述

## 二、理论假设

## 三、研究方法

## 四、研究结果

## 五、结论和思考

## 第五节、中国户外鞋消费调查

### 一、调查对象基本情况

### 二、拥有户外鞋的情况

### 三、选购户外鞋的情况

### 四、户外鞋的普及程度

## 第五章、中国户外用品品牌及销售分析

### 第一节、2007-2008年中国户外用品品牌的发展

#### 一、2007-2008年户外用品品牌发展概况

#### 二、2007-2008年户外品牌用品销售额对比

#### 三、2008年户外品牌产品线状况概述

#### 四、2007-2008年户外用品市场国际品牌分布

### 第二节、2009年中国户外用品品牌发展状况

#### 一、2009年中国户外用品品牌发展综述

#### 二、2009年中国户外用品品牌产品线的发展

#### 三、2009年中国户外用品品牌品类的发展

#### 四、2009年中国户外用品市场国外品牌的发展

### 第三节、2010-2011年中国户外运动用品市场销售状况

#### 一、2010年户外运动用品市场销售情况

#### 二、2010年中国户外运动用品品牌销售特点

#### 三、2010年中国户外运动用品品牌销售排名情况

#### 四、2011年中国户外运动用品品牌销售总体概况

#### 五、2011年中国户外运动用品品牌销售排名情况

### 第四节、中国户外用品销售渠道分析

#### 一、2008年中国户外用品市场渠道分析

#### 二、2009年中国户外用品销售渠道的发展情况

#### 三、2011年国内户外用品市场网络零售渠道兴起

#### 四、大型户外连锁店因定位问题而发展迟缓

#### 五、中小型户外店资金管理信用和开店模式成发展瓶颈

### 第五节、中国户外用品市场品牌商与零售商间的冲突

#### 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

第六节、中国户外用品行业做大品牌的对策

一、开创新品类

二、打造户外品牌文化

三、打造新的营销模式

第六章、重点企业

第一节、哥伦比亚运动服装公司（COLUMBIA）

一、公司简介

二、Columbia公司发展大事记

三、2010年哥伦比亚经营状况

四、2011年度哥伦比亚经营状况

第二节、北京探路者户外用品股份有限公司（TOREAD）

一、公司简介

二、探路者竞争力分析

三、2009年探路者经营状况分析

四、2010年探路者经营状况分析

五、2011年探路者经营状况分析

第三节、福建哥仑步户外用品有限公司（KOLUMB）

一、公司简介

二、2010年哥仑步完成首轮私募融资

三、2010年哥仑步推动“绿色户外”技术研发

四、2011年哥仑步大力推进营销网络建设

第四节、北京三夫户外用品开发有限公司（SANFO）

一、公司简介

二、三夫户外特许连锁模式

三、三夫户外营销模式分析

四、三夫户外发展势头良好

五、三夫户外未来发展战略目标

第五节、北京长天时代户外用品有限公司

一、公司简介

二、长天户外客户群及销售品牌的定位

三、长天户外的主要经营模式

四、长天户外的基本运作模式

第六节、其他著名品牌

一、GORE-TEX

二、VAUDE

三、THE NORTH FACE

四、ARC'TERYX

第七章、中国户外用品市场营销分析

第一节、中国户外用品市场的营销概况

一、户外用品多采用“三位一体”销售模式

二、中国户外用品体育营销方式日渐发展

三、中国户外用品重度购买者的营销特点

四、中国户外用品经营商家营销的问题

第二节、中国户外用品市场营销创新的思考

一、中国户外用品市场营销亟需创新

二、重新定义需求内涵推崇“泛户外”概念

三、注重户外市场服务互动与消费者价值体验

四、营销规划需要结合科学和人文和艺术

第三节、户外运动服装的营销方式

一、大型商场/百货公司

二、普通商场/服装店

三、户外运动服装专卖店

四、商场、超市及连锁店

五、批发市场

六、邮购

七、网上销售

第四节、户外用品店的经营及营销策略建议

一、经营战略

二、营销策略

三、营销方案

四、营销战略

第八章、中国户外用品行业投资分析

第一节、投资优势

一、市场空间较大

二、投资收益看好

### 三、入行门槛不高

#### 第二节、投资环境

##### 一、市场需求分析

##### 二、市场定位分析

##### 三、市场周期性分析

##### 四、市场竞争分析

##### 五、市场壁垒分析

#### 第三节、投资机会及建议

##### 一、户外用品市场蕴含良好的投资机会

##### 二、国内户外鞋市场投资热情高涨

##### 三、户外用品店投资经营策略分析

##### 四、二手户外用品店的投资建议

#### 第四节、投资风险

##### 一、国内宏观经济风险

##### 二、市场竞争风险

##### 三、外包环节风险

#### 第五节、投资经营户外用品店的风险管理

##### 一、风险分析

##### 二、优质的服务

##### 三、专业化是取胜之道

##### 四、合理安排产品结构

##### 五、建立网站延伸业务

#### 第六节、产品开发结构

##### 一、背包

##### 二、帐篷

##### 三、睡袋

##### 四、登山鞋

##### 五、服装

##### 六、攀登装备

##### 七、露营装备

##### 八、其它装备

##### 九、旅游书籍

### 第九章、中国户外用品市场的前景趋势分析

#### 第一节、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期
- 四、2012-2016年中国户外用品行业预测分析

## 第二节、中国户外用品行业的发展趋势

- 一、中国户外用品行业未来发展趋势
- 二、中国户外用品行业的发展走向解析
- 三、未来中国户外用品市场将呈跳跃式发展
- 四、大型户外用品连锁店是未来发展趋势

图表目录：

图表1 户外用品的分类

图表2 2004-2008年我国国内生产总值及其增长速度

图表3 2004-2008年我国居民消费价格涨跌幅度

图表4 2008年我国居民消费价格比上年涨跌幅度

图表5 2004-2008年年末我国国家外汇储备

图表6 2004-2008年我国税收收入及其增长速度

图表7 2004-2008年我国粮食产量及其增长速度

图表8 2004-2008年我国工业增加值及其增长速度

图表9 2008年我国主要工业产品产量及其增长速度

图表10 2008年1-11月我国规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表11 2004-2008年我国建筑业增加值及其增长速度

图表12 2004-2008年我国固定资产投资及其增长速度

图表13 2008年我国分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表14 2008年我国固定资产投资新增主要生产能力

图表15 2008年我国房地产开发和销售主要指标完成情况

图表16 2004-2008年我国社会消费品零售总额及其增长速度

图表17 2008年我国货物进出口总额及其增长速度

图表18 2008年我国主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表19 2008年我国主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表20 2008年我国对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表21 2004-2008年我国货物进出口总额及其增长速度

图表22 2008年我国分行业外商直接投资及其增长速度

图表23 2008年我国各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表24 2008年我国各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表25 2008年我国全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表26 2004-2008年我国城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表27 2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表28 2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表29 2005-2009年国内生产总值情况

图表30 2005-2009年我国居民消费价格走势

图表31 2009年我国居民消费价格涨跌幅度

图表32 2005-2009年我国财政收入情况

图表33 2005-2009年我国粮食产量情况

图表34 2005-2009年我国工业增加值情况

图表35 2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表36 2009年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表37 2005-2009年我国全社会固定资产投资情况

图表38 2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表39 2005-2009年我国社会消费品零售总额

图表40 2009年货物进出口总额及其增长速度

图表41 2005-2009年我国货物进出口总额

图表42 2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表43 2005-2009年我国城乡居民人民币储蓄存款余额

图表44 2009年全国人口数及其构成情况

图表45 2006-2010年国内生产总值及其增长速度

图表46 2010年我国居民消费价格月度涨跌幅度

图表47 2006-2010年我国居民消费价格月度涨跌幅度

图表48 2006-2010年我国财政收入及其增长速度

图表49 2006-2010年我国粮食产量及其增长速度

图表50 2006-2010年我国全部工业增加值及其增长速度

图表51 2010年我国主要工业产品产量及其增长速度

图表52 2006-2010年我国建筑业增加值及其增长速度

图表53 2006-2010年我国全社会固定资产投资及其增长速度

图表54 2010年我国分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表55 2010年我国固定资产投资新增主要生产能力

图表56 2010年我国房地产开发和销售主要指标完成情况

图表57 2010年我国社会消费品零售总额及其增长速度

图表58 2010年我国货物进出口总额及其增长速度

图表59 2010年我国各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表60 2010年我国各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表61 2010年我国全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表62 2006-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表63 2011年我国工业生产主要指标统计

图表64 2011年我国固定资产投资主要指标统计

图表65 2011年我国房地产开发主要指标统计

图表66 2011年我国社会消费品零售总额主要指标统计

图表67 2011年我国居民消费价格主要指标统计

图表68 2011年我国工业生产者出厂价格及购进价格增幅

图表69 2011年我国主要经济指标修正后数据

图表70 2000-2008年中国户外用品产业规模发展概况

图表71 2007-2008年中国户外用品品牌年度发展概况

图表72 2008年中国户外用品品牌品类年度发展概况

图表73 中国户外用品渠道对比分析

图表74 抽样样本的人口统计特征

图表75 旅游户外用品购买数量

图表76 旅游户外用品购买量细分市场

图表77 轻度和重度购买者在人口统计特征上的差异

图表78 旅游户外用品购买者行为和心里统计特征

图表79 轻度和重度购买者在心理统计特征上的差异

图表80 调查对象年龄分布图

图表81 调查对象拥有户外鞋数量

图表82 调查对象购置新户外鞋的频率

图表83 调查对象了解户外鞋信息的途径

图表84 消费者对户外鞋的承受价格

图表85 调查对象对户外鞋新品信息的关注度

图表86 影响消费者购买户外鞋的因素

图表87 2007-2008年户外用品品牌数量情况（一）

图表88 2007-2008年户外用品品牌数量（二）

图表89 2000-2008年中国户外用品市场规模情况

图表90 2007-2008年中国户外用品市场年度销售情况分析

图表91 2007-2008年重要户外用品品牌出货额对比

图表92 2007-2008中国户外用品市场国际品牌分布

图表93 中国户外用品市场国外品牌份额

图表94 各国品牌在中国户外用品市场所占的数量百分比

图表95 主要国外户外用品品牌品类分布

图表96 2009年中国户外用品市场品牌数量

图表97 2009年中国户外用品品牌产品线变化情况

图表98 2009年中国户外用品市场不同品类的品牌数量

图表99 2009年中国户外用品市场欧洲品牌国别统计

图表100 2010年全国重点大型零售企业户外运动用品销售额增速

图表101 2010年全国重点大型零售企业户外运动用品销售额结构比重

图表102 2010年全国重点大型零售企业扩大户外运动用品销售

图表103 2010年全国重点大型零售企业户外用品品牌销售比重

图表104 2010年全国重点大型零售企业户外运动用品前十位品牌销售份额

图表105 2010年重点大型零售企业户外运动用品前十位品牌销售份额

图表106 2010年各线城市重点大型零售企业户外运动用品前三位品牌销售份额

图表107 2010年主要城市重点大型零售企业户外运动用品前三位品牌销售份额

图表108 2007-2008年中国户外用品市场渠道类型分析

图表109 2007-2008年专业户外用品店在主要城市的分布

图表110 2007-2008年户外用品商场渠道在主要城市的分布

图表111 2009年我国户外用品销售渠道的类型分布

图表112 2009年我国户外用品零售总额的品类分布

图表113 2009年我国户外用品市场大品牌出货额情况

图表114 户外用品居2008年淘宝商品销售排行第5名

图表115 2007-2009年哥伦比亚综合损益表

图表116 2007-2009年哥伦比亚不同地区净销售额情况

图表117 2007-2009年哥伦比亚不同产品净销售额情况

图表118 2008-2010年哥伦比亚运动服装公司综合损益表

图表119 2009-2010年哥伦比亚运动服装公司不同品牌收入情况

图表120 2008-2010年哥伦比亚运动服装公司不同产品收入情况

图表121 2008-2010年哥伦比亚运动服装公司不同地区收入情况

图表122 探路者及主要竞争对手比较

图表123 国内户外用品品牌认知情况

图表124 国内户外用品品牌购买率情况

图表125 探路者及主要竞争对手店数统计

图表126 2006-2008年探路者公司自主设计产品数量情况

图表127 2005-2008年探路者公司自主研发产品屡获殊荣

图表128 2009年1-12月探路者非经常性损益项目及金额

图表129 2007年-2009年探路者主要会计数据

图表130 2007年-2009年探路者主要财务指标

图表131 2009年1-12月探路者主营业务分行业、产品情况

图表132 2009年1-12月探路者主营业务分地区情况

图表133 2010年1-12月探路者非经常性损益项目及金额

图表134 2008年-2010年探路者主要会计数据

图表135 2008年-2010年探路者主要财务指标

图表136 2010年1-12月探路者主营业务分行业、产品情况

图表137 2010年1-12月探路者主营业务分地区情况

图表138 2011年探路者主要会计数据及财务指标

图表139 2011年探路者非经常性损益项目及金额

图表140 2012-2016年中国户外用品零售总额预测

图表141 2012-2016年中国户外用品出货总额预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/122658.html>