

# 2018-2024年中国户外用品市场供需预测及投资战略研究咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国户外用品市场供需预测及投资战略研究咨询报告》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/364189.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：   | 第一章户外用品行业发展综述                                      |
| 1.1户外用品行业概述   | 1.1.1行业定义 1.1.2行业主要商业模式 1.2户外用品行业特征分析              |
| 1.2.1产业链分析 1.2.2户外用品行业在产业链中的地位 1.2.3户外用品行业生命周期分析          | (1) 行业生命周期理论基础 (2) 户外用品行业生命周期                      |
| 1.3最近3-5年中国户外用品行业经济指标分析                                   | 1.3.1赢利性 1.3.2成长速度                                 |
| 1.3.3附加值的提升空间 1.3.4进入壁垒 / 退出机制 1.3.5风险性 1.3.6行业周期         | 1.3.7竞争激烈程度指标 1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析                  |
| 第二章户外用品行业运行环境 (PEST) 分析                                   | 2.1户外用品行业政治法律环境分析                                  |
| 2.1.1行业管理体制分析 2.1.2行业主要法律法规 2.1.3行业相关发展规划                 | 2.2户外用品行业经济环境分析 2.2.1国际宏观经济形势分析 2.2.2国内宏观经济形势分析    |
| 2.2.3产业宏观经济环境分析 2.3户外用品行业社会环境分析 2.3.1户外用品产业社会环境           | 2.3.2社会环境对行业的影响 2.3.3户外用品产业发展对社会发展的影响              |
| 2.4户外用品行业技术环境分析 2.4.1户外用品技术分析 2.4.2户外用品技术发展水平             | 2.4.3行业主要技术发展趋势                                    |
| 第三章我国户外用品所属行业运行分析   | 3.1我国户外用品所属行业发展状况分析                                |
| 3.1.1我国户外用品行业发展阶段 3.1.2我国户外用品行业发展总体概况 3.1.3我国户外用品行业发展特点分析 | 3.22018年户外用品所属行业发展现状 3.2.12015-2018年我国户外用品所属行业市场规模 |
| 3.2.22018年我国户外用品所属行业发展分析 3.2.32018年中国户外用品企业发展分析           | 3.3区域市场分析 3.3.1区域市场分布总体情况 3.3.22018年重点省市市场分析       |
| 3.4户外用品产品/服务价格分析 3.4.12015-2018年户外用品价格走势                  | 3.4.2影响户外用品价格的关键因素分析 (1) 成本 (2) 供需情况 (3) 关联产品      |
| (4) 其他 3.4.32018-2024年户外用品产品/服务价格变化趋势                     | 第四章我国户外用品所属行业整体运行指标分析                              |
| 4.12015-2018年中国户外用品所属行业总体规模分析 4.1.1企业数量结构分析               | 4.1.2人员规模状况分析 4.1.3行业资产规模分析 4.1.4行业市场规模分析          |
| 4.22015-2018年中国户外用品所属行业运营情况分析 4.2.1我国户外用品所属行业营收分析         | 4.2.2我国户外用品所属行业成本分析 4.2.3我国户外用品所属行业利润分析            |
| 4.32015-2018年中国户外用品所属行业财务指标总体分析                           | 4.3.1我国户外用品所属行业盈利能力分析 4.3.2我国户外用品所属行业偿债能力分析        |
| 4.3.3我国户外用品所属行业营运能力分析 4.3.4我国户外用品所属行业发展能力分析               |  |

|                                     |                              |
|-------------------------------------|------------------------------|
| 第五章我国户外用品行业供需形势分析                   | 5.1户外用品行业供给分析                |
| 5.1.12015-2018年户外用品行业供给分析           | 5.1.22018-2024年户外用品行业供给变化趋势  |
| 5.1.3户外用品行业区域供给分析                   | 5.22015-2018年我国户外用品行业需求情况    |
| 5.2.1户外用品行业需求市场                     | 5.2.2户外用品行业客户结构              |
| 5.2.3户外用品行业需求的地区差异                  | 5.3户外用品市场应用及需求预测             |
| 5.3.1户外用品应用市场总体需求分析                 | (1) 户外用品应用市场需求特征             |
| (2) 户外用品应用市场需求总规模                   | 5.3.22018-2024年户外用品行业领域需求量预测 |
| (1) 2018-2024年户外用品行业领域需求产品/服务功能预测   |                              |
| (2) 2018-2024年户外用品行业领域需求产品/服务市场格局预测 |                              |
| 5.3.3重点行业户外用品产品/服务需求分析预测            | 第六章户外用品行业产业结构分析              |
| 6.1户外用品产业结构分析                       | 6.1.1市场充分程度分析                |
| 6.1.2领先企业的结构分析(所有制结构)               |                              |
| 6.2产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析         | 6.2.1产业价值链的构成                |
| 6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析                 | 6.3产业结构发展预测                  |
| 6.3.1产业结构调整指导政策分析                   | 6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素       |
| 6.3.3中国户外用品行业参与国际竞争的战略市场定位          | 6.3.4户外用品产业结构调整方向分析          |
| 第七章我国户外用品行业产业链分析                    | 7.1户外用品行业产业链分析               |
| 7.1.1产业链结构分析                        |                              |
| 7.1.2主要环节的增值空间                      | 7.1.3与上下游行业之间的关联性            |
| 7.2户外用品上游行业分析                       |                              |
| 7.2.1户外用品产品成本构成                     | 7.2.22018年上游行业发展现状           |
| 7.2.32018-2024年上游行业发展趋势             | 7.2.4上游供给对户外用品行业的影响          |
| 7.3户外用品下游行业分析                       | 7.3.1户外用品下游行业分布              |
| 7.3.22017年下游行业发展现状                  |                              |
| 7.3.32018-2024年下游行业发展趋势             | 7.3.4下游需求对户外用品行业的影响          |
| 第八章我国户外用品行业渠道分析及策略                  | 8.1户外用品行业渠道分析                |
| 8.1.1渠道形式及对比                        |                              |
| 8.1.2各类渠道对户外用品行业的影响                 | 8.1.3主要户外用品企业渠道策略研究          |
| 8.1.4各区域主要代理商情况                     | 8.2户外用品行业用户分析                |
| 8.2.1用户认知程度分析                       |                              |
| 8.2.2用户需求特点分析                       | 8.2.3用户购买途径分析                |
| 8.3户外用品行业营销策略分析                     |                              |
| 8.3.1中国户外用品营销概况                     | 8.3.2户外用品营销策略探讨              |
| 8.3.3户外用品营销发展趋势                     |                              |
| 第九章我国户外用品行业竞争形势及策略                  | 9.1行业总体市场竞争状况分析              |
| 9.1.1户外用品行业竞争结构分析                   | (1) 现有企业间竞争                  |
| (2) 潜在进入者分析                         | (3) 替代品威胁分析                  |
| (4) 供应商议价能力                         | (5) 客户议价能力                   |
| (6) 竞争结构特点总结                        |                              |
| 9.1.2户外用品行业企业间竞争格局分析                | 9.1.3户外用品行业集中度分析             |
| 9.1.4户外用品行业SWOT分析                   | 9.2中国户外用品行业竞争格局综述            |
| 9.2.1户外用品行业竞争概况                     | (1) 中国户外用品行业竞争格局             |
| (2) 户外用品行业未来竞争格局和特点                 | (3) 户外用品市场进入及竞争对手分析          |
| 9.2.2中国户外用品行业竞争力分析                  | (1) 我国户外用品行业竞争力剖析            |

|                               |                               |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
|-------------------------------|-------------------------------|---------------------|---------------|----------------------|--------------------|----------------------|-------------------|---------------------|--|
| (2) 我国户外用品企业市场竞争的优势           | (3) 国内户外用品企业竞争能力提升途径          |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 9.2.3 户外用品市场竞争策略分析            | 第十章 户外用品行业领先企业经营形势分析          |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 10.1 北京探路者户外用品股份有限公司          | 10.1.1 企业概况                   | 10.1.2 企业优势分析       |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 10.1.3 经营状况分析                 | 10.2 北京长天时代户外体育用品有限公司         | 10.2.1 企业概况         |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 10.2.2 企业优势分析                 | 10.2.3 经营状况分析                 | 10.3 北京三夫户外用品股份有限公司 |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 10.3.1 企业概况                   | 10.3.2 企业优势分析                 | 10.3.3 经营状况分析       |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 10.4 浙江牧高笛户外用品股份有限公司          | 10.4.1 企业概况                   | 10.4.2 企业优势分析       | 10.4.3 经营状况分析 |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 10.5 北京康尔健野旅游用品有限公司           | 10.5.1 企业概况                   | 10.5.2 企业优势分析       |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 10.5.3 经营状况分析                 | 10.6 南京诺诗兰户外用品有限公司            | 10.6.1 企业概况         | 10.6.2 企业优势分析 |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 10.6.3 经营状况分析                 | 第十一章 2018-2024年户外用品行业投资前景     |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 11.1 2018-2024年户外用品市场发展前景     | 11.1.1 2018-2024年户外用品市场发展潜力   |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 11.1.2 2018-2024年户外用品市场发展前景展望 | 11.2 2018-2024年户外用品行业发展趋势预测   |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 11.2 2018-2024年户外用品市场发展趋势预测   | 11.2.1 2018-2024年户外用品行业发展趋势   |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 11.2.2 2018-2024年户外用品市场规模预测   | 11.2.3 2018-2024年户外用品行业应用趋势预测 |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 11.3 2018-2024年中国户外用品行业供需预测   | 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势           |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 11.3.1 2018-2024年中国户外用品行业供给预测 | 11.4.1 市场整合成长趋势               |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 11.3.2 2018-2024年中国户外用品行业需求预测 | 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测        |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 11.3.3 2018-2024年中国户外用品供需平衡预测 | 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势            |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 11.4.1 市场整合成长趋势               | 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展          |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测        | 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势       |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势            | 第十二章 2018-2024年户外用品行业投资机会与风险  |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势       | 12.1 户外用品行业投融资情况              |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 第十二章 2018-2024年户外用品行业投资机会与风险  | 12.1.1 行业资金渠道分析               |                     |               | 12.1.2 固定资产投资分析      | 12.1.3 兼并重组情况分析    |                      |                   |                     |  |
| 12.1.1 行业资金渠道分析               | 12.2 2018-2024年户外用品行业投资机会     |                     |               | 12.2.1 产业链投资机会       | 12.2.2 重点区域投资机会    |                      |                   |                     |  |
| 12.2 2018-2024年户外用品行业投资机会     | 12.3 2018-2024年户外用品行业投资风险及防范  |                     |               | 12.3.1 政策风险及防范       |                    |                      |                   |                     |  |
| 12.3 2018-2024年户外用品行业投资风险及防范  | 12.3.2 技术风险及防范                |                     |               | 12.3.3 供求风险及防范       | 12.3.4 宏观经济波动风险及防范 |                      |                   |                     |  |
| 12.3.2 技术风险及防范                | 12.3.5 关联产业风险及防范              |                     |               | 12.3.6 产品结构风险及防范     | 12.3.7 其他风险及防范     |                      |                   |                     |  |
| 12.3.5 关联产业风险及防范              | 12.3.6 产品结构风险及防范              |                     |               | 第十三章 户外用品行业投资战略研究    |                    |                      |                   |                     |  |
| 12.3.6 产品结构风险及防范              | 12.3.7 其他风险及防范                |                     |               | 13.1 户外用品行业发展战略研究    |                    |                      |                   |                     |  |
| 12.3.7 其他风险及防范                | 第十三章 户外用品行业投资战略研究             |                     |               | 13.1.1 战略综合规划        |                    |                      |                   |                     |  |
| 第十三章 户外用品行业投资战略研究             | 13.1 户外用品行业发展战略研究             |                     |               | 13.1.2 技术开发战略        |                    | 13.1.3 业务组合战略        | 13.1.4 区域战略规划     | 13.1.5 产业战略规划       |  |
| 13.1 户外用品行业发展战略研究             | 13.1.1 战略综合规划                 |                     |               | 13.1.6 营销品牌战略        |                    | 13.1.7 竞争战略规划        |                   | 13.2 对我国户外用品品牌的战略思考 |  |
| 13.1.1 战略综合规划                 | 13.2 对我国户外用品品牌的战略思考           |                     |               | 13.2.1 户外用品品牌的重要性    |                    | 13.2.2 户外用品实施品牌战略的意义 |                   |                     |  |
| 13.1.2 技术开发战略                 | 13.2.1 户外用品品牌的重要性             |                     |               | 13.2.3 户外用品企业品牌的现状分析 |                    | 13.2.4 我国户外用品企业的品牌战略 |                   |                     |  |
| 13.1.3 业务组合战略                 | 13.2.3 户外用品企业品牌的现状分析          |                     |               | 13.2.5 户外用品品牌战略管理的策略 |                    | 13.3 户外用品经营策略分析      |                   |                     |  |
| 13.1.4 区域战略规划                 | 13.2.5 户外用品品牌战略管理的策略          |                     |               | 13.3 户外用品经营策略分析      |                    | 13.3.1 户外用品市场创新策略    |                   |                     |  |
| 13.1.5 产业战略规划                 | 13.3 户外用品经营策略分析               |                     |               | 13.3.1 户外用品市场创新策略    |                    | 13.3.2 品牌定位与品类规划     |                   |                     |  |
| 13.1.6 营销品牌战略                 | 13.3.1 户外用品市场创新策略             |                     |               | 13.3.2 品牌定位与品类规划     |                    | 13.3.3 户外用品新产品差异化战略  |                   |                     |  |
| 13.1.7 竞争战略规划                 | 13.3.2 品牌定位与品类规划              |                     |               | 13.3.3 户外用品新产品差异化战略  |                    | 第十四章 研究结论及投资建议       |                   |                     |  |
| 13.2 对我国户外用品品牌的战略思考           | 13.3.3 户外用品新产品差异化战略           |                     |               | 第十四章 研究结论及投资建议       |                    | 14.1 户外用品行业研究结论      |                   |                     |  |
| 13.2.1 户外用品品牌的重要性             | 第十四章 研究结论及投资建议                |                     |               | 14.1 户外用品行业研究结论      |                    |                      | 14.2 户外用品行业投资价值评估 |                     |  |
| 13.2.2 户外用品实施品牌战略的意义          | 14.1 户外用品行业研究结论               |                     |               | 14.2 户外用品行业投资价值评估    |                    |                      |                   |                     |  |
| 13.2.3 户外用品企业品牌的现状分析          | 14.2 户外用品行业投资价值评估             |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 13.2.4 我国户外用品企业的品牌战略          |                               |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 13.2.5 户外用品品牌战略管理的策略          |                               |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 13.3 户外用品经营策略分析               |                               |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 13.3.1 户外用品市场创新策略             |                               |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 13.3.2 品牌定位与品类规划              |                               |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 13.3.3 户外用品新产品差异化战略           |                               |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 第十四章 研究结论及投资建议                |                               |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 14.1 户外用品行业研究结论               |                               |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |
| 14.2 户外用品行业投资价值评估             |                               |                     |               |                      |                    |                      |                   |                     |  |

14.3户外用品行业投资建议            14.3.1行业发展策略建议            14.3.2行业投资方向建议

14.3.3行业投资方式建议            图表目录：            图表1：户外用品行业生命周期

图表2：户外用品行业产业链结构            图表3：2015-2018年全球户外用品行业市场规模

图表4：2015-2018年中国户外用品行业市场规模

图表5：2015-2018年户外用品行业重要数据指标比较

图表6：2015-2018年中国户外用品市场占全球份额比较

图表7：2015-2018年户外用品行业工业总产值            图表8：2015-2018年户外用品行业销售收入

图表9：2015-2018年户外用品行业利润总额            图表10：2015-2018年户外用品行业资产总计

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/364189.html>