

# 2018-2024年中国户外用品市场发展现状调研及投资趋势前景分析报告

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发展现状调研及投资趋势前景分析报告》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/364195.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概述18
第一节户外用品行业相关概述18	一、户外用品行业定义18
	二、户外用品分类概述18
三、户外用品行业政策21	(一)行业监管体制21
	(二)行业法规政策21
第二节户外用品行业经济环境分析22	一、中国GDP增长情况分析22
二、工业经济发展形势分析23	三、社会固定资产投资分析25
四、全社会消费品零售总额26	五、对外贸易发展形势分析28
	第三节户外用品行业社会环境分析29
一、中国人口2015-2018年龄结构29	二、城乡居民收入情况30
三、居民消费水平与结构31	第四节国内旅游业发展态势33
	一、居民旅游市场规模分析33
(一)中国居民旅游人数规模33	(二)国内居民旅游花费总额33
(二)城乡居民国内旅游情况34	二、入境旅游市场规模分析34
(一)入境游客人数规模分析34	(二)入境旅游收入规模分析37
(三)入境旅游客源分布情况38	(1)客源结构分析38
	(2)客源入境方式39
(3)入境旅游目的40	(4)2015-2018年龄及性别结构42
(四)入境旅游过夜游客数43	三、国内出境旅游市场分析44
	(一)居民出境旅游人数分析44
(二)因私出境旅游人数分析45	(三)赴日旅游市场状况分析45
(四)赴台旅游市场状况分析46	四、旅游细分市场发展分析47
(一)休闲度假旅游市场分析47	(二)蜜月旅行市场发展分析47
(三)商务旅行市场发展分线48	第五节自驾游市场发展分析48
一、中国房车产销量情况48	(一)中国房车产量情况48
(二)中国房车销量情况49	二、自驾游市场发展特征50
三、自驾游人数规模分析51	四、自驾游市场调查分析52
(一)自驾游组织情况53	(一)自驾游目的情况52
(二)自驾游安排情况53	(二)自驾游车型情况54
(三)自驾游路段选择54	(三)自驾游热门区域55
(四)自驾游热门主题56	(四)出境自驾游市场56
第六节户外运动市场发展分析57	一、户外运动基本情况分析57
(一)户外运动发展概况57	(二)户外运动类型分析58
(二)户外运动特征分析61	二、户外运动发展方面分析62
(一)户外运动人数规模62	(二)户外运动市场规模62
三、户外运动消费者分析63	(一)户外消费人群2015-2018年龄分布63
(二)户外消费人群喜爱户外运动排名64	(三)户外运动消费人群消费能力65
四、户外产业发展趋势分析66	第七节、户外俱乐部市场发展分析67
一、中国主要户外俱乐部情况67	二、国内主要户外俱乐部介绍68
(一)三夫俱乐部68	(二)兰州大玩家户外运动俱乐部68
(三)武汉穿山豹69	(四)合肥行者户外俱乐部70

第八节国内外户外露营地发展分析70	一、国外旅游营地发展过程及现状70
二、国外旅游营地发展经验总结71	三、国外著名旅游营地情况73
(一)乡村型露营地73	(二)五星级露营地73
(二)森林型露营地76	(三)海滨型露营地74
(三)房车营地概述78	(四)山地型露营地75
(四)中国营地发展规模分析81	(五)中国主要露营地分析82
(五)中国露营旅游发展前景89	第二章国内外户外用品行业运行态势90
第一节国外户外用品所属行业运行分析90	一、国外户外用品行业发展历程90
二、国外户外用品行业品牌数量92	三、国外户外用品品牌出货规模92
四、国外户外用品行业竞争状况92	第二节国内户外用品行业运行态势93
一、国内户外用品行业发展历程93	二、国内户外用品行业市场规模96
三、国内户外用品行业品牌数量97	四、国内户外用品品牌出货规模98
五、国内户外用品的品牌占有率98	(一)一线城市品牌占有率98
(二)二线城市品牌占有率99	(二)三线城市品牌占有率99
第三节国内外户外用品行业竞争分析100	一、国内外户外用品竞争现状100
二、国内品牌较国外品牌优势100	三、国内品牌较国外品牌劣势101
四、国内外户外用品竞争对比101	(一)品牌价差分析101
(一)品牌市场份额102	(二)渠道发展对比101
(二)户外用品行业发展壁垒分析104	五、零售市场发展的不利因素102
一、体育用品企业户外品牌发展现状106	第四节体育用品企业进军户外行业剖析106
二、体育用品企业进军户外策略分析107	二、体育用品企业进军户外壁垒分析107
(一)阿迪达斯(Adidas)109	四、主要体育用品企业户外品牌分析109
(二)安踏(ANTA)111	(一)李宁(Li-NingAdventure)110
(三)361°112	(二)彪马(Puma)113
第三章中国户外用品细分行业发展分析114	第一节户外服装行业发展分析114
一、户外服装行业发展概况114	二、户外服装市场规模分析115
三、户外服装品牌竞争状况115	四、户外服装功能需求分析116
五、户外服装盈利水平分析116	六、主要户外服装市场分析117
(一)冲锋衣裤市场分析117	(二)抓绒衣裤市场分析119
(二)迷彩衣裤市场分析122	(三)速干衣裤市场分析120
(三)抓绒衣裤市场分析119	(四)滑雪衣裤市场分析122
(四)冲锋衣裤市场分析117	(五)骑行服装市场分析123
(五)抓绒衣裤市场分析119	(六)休闲服装市场分析128
(六)迷彩衣裤市场分析122	(七)户外鞋类行业发展概况130
(七)毛衣风衣市场分析126	(八)户外鞋类品牌竞争格局132
第二节户外鞋类行业发展分析130	五、户外鞋类市场价格分析134
二、户外鞋类市场规模分析132	(一)登山鞋&徒步鞋市场分析134
四、户外鞋类功能需求分析133	(二)攀岩鞋市场分析136
六、主要户外鞋类市场分析134	(三)溯溪鞋市场分析138
(一)登山鞋&徒步鞋市场分析134	(四)滑雪靴市场分析138
(二)攀岩鞋市场分析136	
(三)溯溪鞋市场分析138	
(四)滑雪靴市场分析138	

（五）休闲鞋市场分析139	第三节户外包类行业发展分析140
一、户外包类行业发展概况140	二、户外包类市场规模分析141
三、户外包类品牌关注调查141	四、户外包类市场价格分析143
五、主要户外包类市场分析146	（一）登山包市场分析146
（三）摄影包市场分析147	（二）旅行包市场分析147
（四）骑行包市场分析149	（五）洗漱包市场分析149
（六）冰包市场分析150	第四节户外装备行业发展分析150
一、户外装备行业发展概况150	二、户外装备市场规模分析151
二、户外装备市场规模分析151	三、户外装备品牌竞争格局151
四、户外装备市场价格分析152	五、主要户外装备市场分析152
（一）帐篷睡袋装备市场分析152	（二）户外垫子装备市场分析153
（三）登山攀岩装备市场分析153	（四）户外仪表工具市场分析156
（五）户外运动车市场分析158	第四章中国户外用品行业营销渠道分析159
第一节户外用品营销渠道结构分析159	第二节户外用品商场营销渠道分析160
一、户外用品商场营销现状160	二、户外用品商场发展规模161
三、户外服装商场竞争分析161	四、户外用品商场发展潜力162
第三节户外用品专卖店营销分析163	一、户外用品专卖店营销现状163
二、户外用品专卖店发展规模164	三、户外用品专卖店SWOT分析165
四、专业户外店的经营模式分析166	五、户外用品专卖店发展潜力168
第四节户外用品电商营销渠道分析168	一、户外用品电商发展现状168
二、户外用品电商市场规模169	三、户外用品电商竞争分析169
四、户外用品电商发展潜力171	五、户外用品电商平台分析172
（二）京东商城173	（一）淘宝/天猫172
（三）如此网174	（四）互联诚品户外商城175
（四）互联诚品户外商城175	（五）户外营网上商城177
（五）户外营网上商城177	（六）8264驴友商城178
（六）8264驴友商城178	第五节户外用品展会营销渠道分析180
一、户外用品展会发展现状180	二、主要地区展会市场发展分析181
（一）北京展会市场发展分析181	（二）上海展会市场发展分析181
（二）上海展会市场发展分析181	（三）广东展会市场发展分析182
（三）广东展会市场发展分析182	（四）江苏展会市场发展分析184
（四）江苏展会市场发展分析184	（五）浙江展会市场发展分析184
（五）浙江展会市场发展分析184	三、ISPOChina展会发展分析185
（一）展会基本情况185	（一）展会基本情况185
（二）展会情况分析186	（二）展会情况分析186
（三）展会价值影响187	（三）展会价值影响187
第五章中国户外用品行业供应链管理分析189	第一节户外用品行业供应链管理概述189
一、户外用品行业物流链管理分析189	（一）户外用品行业物流链管理特点189
（一）户外用品行业物流链管理特点189	（二）户外用品行业物流链管理方法189
（二）户外用品行业物流链管理方法189	（三）户外用品行业物流链管理策略191
二、户外用品行业信息链管理分析192	（一）户外用品行业信息链管理特点192
（一）户外用品行业信息链管理特点192	（二）户外用品行业信息链管理方法192
（二）户外用品行业信息链管理方法192	（三）户外用品行业信息链管理策略196
三、户外用品行业资金链管理分析196	（一）户外用品行业资金链管理方法196
（一）户外用品行业资金链管理方法196	（二）户外用品行业资金链管理策略197
（二）户外用品行业资金链管理策略197	第二节户外用品供应链环节管理分析198
一、户外用品原料采购环节管理分析198	二、户外用品产品设计环节管理分析199

三、户外用品产品生产环节管理分析200	四、户外用品品牌营销环节管理分析201
第三节电商环境下户外用品行业供应链管理202	一、电商对供应链管理影响分析202
二、电商环境下供应链管理瓶颈203	三、电商环境下供应链管理策略204
第六章国内外户外用品行业品牌发展分析206	第一节国外户外用品品牌发展分析206
一、哥伦比亚(COLUMBIA)206	(一) 品牌基本情况206
(三) 品牌渠道建设206	(二) 品牌定位分析206
(四) 公司规模情况207	二、乐斯菲斯/北面(TNF) 208
(一) 品牌基本情况208	(三) 品牌渠道建设208
(二) 品牌定位分析208	(四) 企业竞争优势210
(三) 品牌渠道建设212	三、土拔鼠(MARMOT)211
(四) 在华经营战略212	(一) 品牌基本情况211
四、始祖鸟(ARC'TERYX)212	(二) 品牌定位分析211
(一) 品牌基本情况212	(三) 品牌渠道建设212
(二) 品牌定位分析213	(四) 企业发展动态215
(三) 品牌渠道建设214	五、狼爪(JackWolfskin) 214
(四) 企业发展动态215	(一) 品牌基本情况214
六、沙乐华(SALEWA) 216	(二) 品牌定位分析216
(一) 品牌基本情况216	(三) 品牌渠道建设216
(二) 品牌定位分析216	(四) 企业发展动态216
(三) 品牌渠道建设216	第二节国内户外用品品牌发展分析230
(四) 企业发展动态216	一、探路者(TOREAD)230
一、探路者(TOREAD)230	(一) 品牌基本情况230
(一) 品牌基本情况239	(二) 品牌定位分析231
(二) 品牌定位分析240	(三) 经营情况分析233
(三) 经营情况分析241	(四) 品牌渠道建设234
(四) 品牌销售情况241	二、三夫户外239
(一) 品牌基本情况243	(三) 经营情况分析241
(二) 品牌定位分析244	(四) 品牌发展战略245
(三) 品牌渠道建设244	四、牧高笛(Mobigarden) 247
(四) 品牌发展战略245	(一) 品牌基本情况247
(一) 品牌基本情况247	(二) 品牌定位分析247
(二) 品牌定位分析248	(三) 经营情况分析248
(三) 经营情况分析248	(四) 品牌销售门店249
(四) 品牌销售门店249	五、凯乐石(KAILAS) 252
五、凯乐石(KAILAS) 252	(一) 品牌基本情况243
(一) 品牌基本情况252	(二) 品牌定位分析252
(二) 品牌定位分析252	(三) 品牌渠道建设253
(三) 品牌渠道建设253	(四) 品牌发展战略253
(四) 品牌发展战略253	六、极星(Shehe)254
(一) 品牌基本情况254	(一) 品牌基本情况254
(二) 品牌定位分析255	(二) 品牌定位分析255
(三) 品牌渠道建设255	(三) 品牌渠道建设255
(四) 品牌竞争优势255	(四) 品牌竞争优势255
第七章2015-2018年中国户外用品行业前景及投资分析285	
第一节2015-2018年中国户外用品行业SWOT分析285	一、户外用品行业发展优势分析285
二、户外用品行业发展劣势分析286	三、户外用品行业发展机遇分析286
三、户外用品行业发展威胁分析287	四、户外用品行业发展趋势分析288
四、户外用品行业发展前景分析288	第二节2015-2018年中国户外用品行业发展前景288
一、户外用品行业发展前景分析288	一、户外用品行业发展趋势分析288
二、户外用品行业盈利能力预测289	二、户外用品行业发展趋势分析288
三、户外用品行业市场规模预测289	四、户外用品行业市场规模预测289
第三节2015-2018年中国户外用品行业投资风险290	一、宏观经济风险分析290
一、宏观经济风险分析290	二、市场竞争风险分析290
二、市场竞争风险分析290	三、材料价格上涨风险291
三、材料价格上涨风险291	四、渠道管理风险分析291
四、渠道管理风险分析291	五、知识产权风险分析292
五、知识产权风险分析292	第四节2015-2018年中国户外用品行业投资策略292
第八章中国户外用品企业投融资及IPO上市策略指导294	
第一节户外用品企业境内IPO上市目的及条件294	一、户外用品企业境内上市主要目的294

二、户外用品企业上市需满足的条件295	(一) 企业境内主板IPO主要条件295
(二) 企业境内中小板IPO主要条件297	(三) 企业境内创业板IPO主要条件298
三、企业改制上市中的关键问题299	第二节户外用品企业IPO上市的相关准备299
一、企业该不该上市299	二、企业应何时上市300
	三、企业应何地上市300
四、企业上市前准备300	(一) 企业上市前综合评估300
	(二) 企业的内部规范重组301
	(三) 选择并配合中介机构301
	(四) 应如何选择中介机构301
第三节户外用品企业IPO上市的规划实施302	一、上市费用规划和团队组建302
二、尽职调查及问题解决方案305	三、改制重组需关注重点问题309
四、企业上市辅导及注意事项312	五、上市申报材料制作及要求314
六、网上路演推介及询价发行316	第四节户外用品企业挂牌“新三板”分析317
一、“新三板”基本情况介绍317	二、“新三板”市场发展历程318
三、企业挂牌新三板的好处319	四、企业挂牌新三板的条件321
五、企业挂牌新三板的流程321	六、挂牌新三板的时间安排321
第五节企业IPO上市审核工作流程322	一、企业IPO上市基本审核流程322
二、企业IPO上市具体审核环节323	三、与发行审核流程相关的事项326
	图表目录：
图表1户外用品分类20	图表22015-2018年中国国内生产总值及增长变化趋势图23
图表32015-2018年国内生产总值构成及增长速度统计23	
图表42015-2018年中国规模以上工业增加值月度增长速度24	
图表52015-2018年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图25	
图表62015-2018年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图28	
图表72015-2018年中国货物进出口总额变化趋势图29	
图表82015-2018年中国人口总量增长趋势图29	图表92015-2018年全国人口数及其构成30
图表102015-2018年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图31	
图表112015-2018年中国居民消费价格月度变化趋势图32	
图表122015-2018年中国国内旅游人数统计33	
图表132015-2018年中国国内旅游收入统计33	
图表142015-2018年中国国内旅游人均花费统计34	

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/364195.html>