

2017-2022年中国帐篷行业市场全景评估及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国帐篷行业市场全景评估及发展趋势预测报告》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/295991.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

帐篷是撑在地上遮蔽风雨、日光并供临时居住的棚子。多用帆布做成，连同支撑用的东西，可随时拆下转移。帐篷是以部件的方式携带，到达现场后才加以组装，所以，需要各种部件和工具。了解各个部件的名称和使用方法，熟悉帐篷的构造，才能快速、方便地搭起帐篷。

自古到今帐篷的历史悠久，早在成吉思汗统一蒙古高原时，帐篷已经是他们生活的必需品，只不过他们称为蒙古包，蒙古族是靠游牧为生，所以需要经常搬家，为了更方便的移动自己的房子，可能就是他们发明了帐篷吧，在更早的时期，人们用草木来搭建三角型的房屋，而且那种房屋也是可以移动，或者是回收利用，可能这种三角形的草木屋就是帐篷的鼻祖吧。在经过时间流逝，人们开始学会了织布，然后学会了把布料放在树脂中浸泡，从而起来防风防水的效果，然后用它来搭建住所，这就是最原始的帐篷。现代的帐篷发展的更快，无论是材料质量上，还是美观上都比以前好多了，在我们使用帐篷时来想象一下帐篷的由来，也是件不错的趣事。

到现代帐篷越来越多的被用于外出旅行，样式也越来越多。主要有A型帐[屋式帐]、改良式A型帐、圆顶帐[蒙古包式]、几何圆弧型帐、印地安角锥式帐篷、隧道式帐篷，另外还有一种特殊的帐篷是属于个人专用，也就是露宿帐[或露宿袋]。

户外运动的帐篷分为几大类：广告帐篷（促销帐篷）、军用帐篷（民用帐篷、工地帐篷）、人字顶大帐篷，旅游帐篷{（3季帐篷（普通户外活动用）和4季帐篷（冬季 / 高山用）}救灾帐篷、充气帐篷、洗消帐篷、儿童游戏帐篷。

帐篷的技术参数

名称

面积m²;

外型尺寸

容积

喷头数量

单人

2

1.4×1.4×2.2

0.3

5

单人

4

1.7×1.7×2.2

0.7

5

双人

9

3×3×2.7

1

10

公众

20

4×5×2.5

1.6

10

公众

30

6.2×4.8×2.8

2

10

帐篷最主要的部分是它的面料，归属在篷帆布一类里。中国是帐篷生产大国，主要是用于出口。帐篷按用途可分为：旅游帐篷、救灾帐篷、广告帐篷、汽车帐篷、军用帐篷等。帐篷面料多为涤塔夫、尼龙防雨布、PVC防水牛津布和膜材料等。一般采用涤纶工业丝或涤纶短纤维为原料，织成织物后，根据不同要求进行后整理。如进行PVC或聚氨酯涂层、有机硅浸渍整理，遮阳篷则要求进行抗紫外线整理等。一般为双层设计，里层加涂层材料复合而成，并加以PU贴条。帐篷一般具有耐拉伸、防雨、防紫外线的良好功能。

体育登山帐篷、户外休闲帐篷、广告创意帐篷，为我们的生活添彩，为提高人们的生活质量服务。今后，帐篷将以更多的功能和用途，走进我们的日常生活。

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2015年国内外户外用品产业发展态势

第一节2015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、金融危机对世界户外用品行业影响

第二节2015年中国户外用品业发展综述

一、中国户外运动用品特点分析

二、中国户外用品市场跳跃式发展分析

三、中国户外用品市场多元化发展分析

第三节2015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

我国近年来户外用品品牌数量变化情况

单位（个）

2013年

2014年

年度同比增长率%

年度品牌数量

891

945

6.06%

国内品牌数量

458

504

10.04%

国外品牌数量

433

114

1.85%

二、户外运动用品销售渠道分析

2011年-2014年我国户外用品行业销售渠道家数（单位：家）

三、户外运动用品地域分布

四、户外用品展览会发展分析

第四节2015年中国户外用品行业问题及对策

一、户外用品行业问题分析

二、户外用品行业产品同质化问题

三、户外用品行业质量安全问题

第二章2015年世界帐篷行业整体运营状况分析

第一节2015年世界帐篷市场运行环境分析

- 一、海地震后对帐篷需求大
- 二、全球户外野营、探险盛行

第二节2015年世界户外用品业运行格局透析

- 一、世界户外用品特色分析
- 二、世界户外用品品牌综述
- 三、世界户外用品市场动态分析

第三节2015年世界部分国家帐篷行业运行分析

一、美国

- 1、杜邦公司的codura尼龙织物
- 2、美国gore—tex(戈尔公司)聚四氟乙烯涂层

二、日本

三、韩国

第四节2017-2022年世界帐篷行业新趋势探析

第三章2015年中国帐篷行业市场运行环境解析

第一节2015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 中国帐篷市场政策环境分析

- 一、帐篷配件执行标准
- 二、《新疆维吾尔自治区户外运动管理条例(草案)》
- 三、《全民健身计划纲要》
- 四、《山地户外运动管理办法》

第三节2015年中国帐篷市场社会环境分析

- 一、野营成为消费新时尚
- 二、居民的消费观念
- 三、人们生活节奏加快
- 四、交通业蓬勃发展

第四章 中国户外用品行业运行态势剖析

第一节 中国户外用品动态

- 一、市场发展迅猛户外用品成掘金新焦点
- 二、“驴友”催热户外旅游用品市场
- 三、尼奥户外运动品商场开业
- 四、中国户外用品市场迈入多元化道路
- 五、户外用品制造商看好中国市场

第二节 中国户外用品业运行现状综述

- 一、中国户外运动用品行业蓬勃兴起
- 二、地域分隔明显，尚无全国性的专业零售品牌
- 三、麻城打造大户外用品城

第三节 2015年中国户外用品业热点问题探讨

第五章 2009-2015年中国帐篷制造行业数据监测分析

第一节 2009-2015年中国帐篷制造行业规模分析

- 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 2015年中国帐篷制造行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
 - 1、不同类型分析
 - 2、不同所有制分析
- 二、销售收入结构分析
 - 1、不同类型分析
 - 2、不同所有制分析

第三节 2009-2015年中国帐篷制造行业产值分析

- 一、产成品增长分析
- 二、工业销售产值分析
- 三、出货值分析

第四节 2009-2015年中国帐篷制造行业成本费用分析

- 一、销售成本统计
- 二、费用统计

第五节 2009-2015年中国帐篷制造行业盈利能力分析

- 一、主要盈利指标分析
- 二、主要盈利能力指标分析

第六章 中国帐篷市场运行走势分析

第一节 中国帐篷市场运行动态分析

- 一、省领导川大调研新型帐篷研发
- 二、宁夏建成年产3万顶救灾帐篷生产线

第二节 2015年中国帐篷市场运行状况分析

- 一、震后帐篷月产量顶过去4年
- 二、帐篷市场需求消费情况分析
- 三、影响帐篷市场供需的因素分析

第三节 2015年中国帐篷市场消费群分析

- 一、消费者以体验者（业余爱好者）为主
- 二、消费者具有年轻、高学历、中高收入的特征

第四节 2015年中国帐篷细分市场运行分析

- 一、救灾帐篷
- 二、军用帐篷

第七章 2009-2015年中国帐篷市场进出口贸易数据监测

第一节 2009-2015年中国棉制帐篷进出口数据统计情况（63062100）

- 一、棉制帐篷进出口数量分析
- 二、棉制帐篷进出口金额分析
- 三、棉制帐篷进出口国家及地区分析

第二节 2009-2015年中国合纤制帐篷进出口数据统计情况（63062200）

- 一、合纤制帐篷进出口数量分析
- 二、合纤制帐篷进出口金额分析
- 三、合纤制帐篷进出口国家及地区分析

第三节 2009-2015年中国其他纺织材料制帐篷进出口数据统计情况（63062900）

- 一、其他纺织材料制帐篷进出口数量分析
- 二、其他纺织材料制帐篷进出口金额分析
- 三、其他纺织材料制帐篷进出口国家及地区分析

第八章 2015年中国帐篷市场营销策略解析

第一节 2015年中国帐篷市场的营销概况

- 一、帐篷多采用“三位一体”销售模式
- 二、中国帐篷体育营销方式日渐发展
- 三、中国帐篷重度购买者的营销特点

四、中国帐篷经营商家营销的问题

第二节2015年中国帐篷市场营销创新的思考

- 一、中国帐篷市场营销亟需创新
- 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2015年中国帐篷市场营销方式

- 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

第四节帐篷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

第五节2017-2022年中国帐篷品牌营销策略分析

- 一、开创新品类
- 二、打造户外品牌文化
- 三、打造新的营销模式

第九章2015年中国帐篷市场竞争新格局透析

第一节2015年中国户外用品行业竞争总况

- 一、中国国内户外用品竞争意识薄弱
- 二、外资巨头抢夺中国市场

第二节2015年中国帐篷市场竞争力分析

- 一、品牌竞争力透析
- 二、质量、价格竞争部分分析

第三节2015年中国帐篷业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第四节2017-2022年中国帐篷行业竞争趋势分析

第十章2015年中国帐篷优势生产企业竞争力及关键性数据分析（企业可自选）

第一节台州永强工艺品有限公司

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

第二节厦门进雄企业有限公司

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

第三节天津环球旅游制品股份公司

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

第四节扬州鑫园旅游用品有限公司

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

第五节苏州锦园旅游用品有限公司

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

第六节扬州金泉旅游用品有限公司

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

第七节江苏润阳胶粘剂厂

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

第八节临海市英仕达遮阳制品有限公司

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

第九节青岛民福乐士塑料有限公司

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

第十节瑞泰遮阳制品（台州）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

第十一章2017-2022年中国帐篷行业发展趋势与前景展望

第一节2017-2022年中国帐篷行业发展前景分析

- 一、中国户外用品业前景分析
- 二、中国帐篷市场前景分析

第二节2017-2022年中国帐篷行业发展趋势分析

- 一、户外用品发展新趋势分析
- 二、帐篷新产品发展趋势分析

第三节2017-2022年中国帐篷行业市场预测分析

- 一、帐篷供给情况预测分析
- 二、帐篷需求情况预测分析
- 三、帐篷进出口贸易预测分析

第四节2017-2022年中国帐篷市场盈利预测分析

第十二章2017-2022年中国帐篷行业投资战略研究

第一节2017-2022年中国帐篷行业投资机会分析

- 一、中国户外用品市场蕴藏巨大商机
- 二、帐篷投资吸引力分析

第二节2017-2022年中国帐篷行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、市场运营机制风险

第三节权威专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2009-2015年中国gdp总量及增长趋势图

图表：2015年中国三产业增加值结构图

图表：2012-2015年中国cpi、ppi月度走势图

图表：2009-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2009-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2009-2014中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2009-2014中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2009-2015年中国工业增加值增长趋势图

图表：2012-2015年我国工业增加值分季度增速

图表：2009-2015年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2009-2015年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2009-2015年我国财政收入支出走势图

图表：2012-2015年人民币兑美元汇率中间价

图表：2012-2015年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2015年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2009-2015年中国外汇储备走势图

图表：2009-2015年央行利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2009-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2009-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2009-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2009-2015年中国就业人数走势图

图表：2009-2015年中国城镇就业人数走势图

图表：2009-2015年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295991.html>