

2019-2025年中国户外用品行业市场前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国户外用品行业市场前景预测及投资战略研究报告》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/detail/436185.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

户外装备指的是参加各种探险旅游及户外活动时需要配置的一些设备。这些装备包括：帐篷、背包、睡袋、防潮垫或气垫、登山绳、岩石钉、安全带、上升器、下降器、大小铁锁、绳套、冰镐、岩石锤、冰爪、雪杖、头盔、踏雪板、高山眼镜、羽绒衣裤、防风衣裤、毛衣裤、手套、高山靴、防寒帽、冰锥、雪锥、炊具、炉具、多功能水壶、吸管或净水杯、指北针、望远镜、等高线地图或其它资料、防水灯具、刀具等。

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1章：户外用品行业发展背景分析14

1.1户外用品行业的界定与行业特性14

1.1.1户外用品行业相关概念14

(1) 户外运动定义及分类14

(2) 户外用品定义及分类15

1.1.2行业进入壁垒分析15

(1) 品牌壁垒15

(2) 设计研发壁垒16

(3) 供应链整合管理壁垒16

1.2户外用品行业发展环境分析16

1.2.1户外用品行业政策环境分析16

(1) 行业管理体制17

(2) 行业主要法律法规及政策17

1.2.2户外用品行业经济环境分析18

(1) 国民经济增长分析18

(2) 人均GDP增长分析19

1.2.3户外用品行业社会环境分析20

(1) 我国城乡居民收入状况20

(2) 城乡居民消费水平与结构21

(3) 城乡居民旅游产为分析23

- (4) 人口年龄结构分析25
- 1.2.4 户外用品行业技术环境26
 - (1) 行业专利总体发展趋势26
 - (2) 专利产出规模指数分析27
 - (3) 行业产出质量指数分析28
 - (4) 国内领先企业技术研发分析——探路者28
- 1.3 户外用品行业产业链分析31
 - 1.3.1 户外用品行业产业链简介31
 - 1.3.2 上游产业发展对行业的影响分析31

第2章：中国户外用品行业发展现状分析34

- 2.1 中国户外用品市场需求分析34
 - 2.1.1 中国户外用品消费群体特征分析34
 - (1) 户外用品主要目标消费群34
 - (2) 户外运动消费群特征分析34
 - 2.1.2 户外用品需求规模分析35
 - 2.1.3 户外用品需求结构分析36
- 2.2 户外用品市场结构分析37
 - 2.2.1 户外用品品牌增长分析37
 - 2.2.2 户外用品市场出货分析37
- 2.3 户外用品市场价格分析38
 - 2.3.1 户外运动服装价格分析38
 - 2.3.2 户外运动鞋价格分析39
- 2.4 中国市场户外用品市场竞争分析40
 - 2.4.1 户外用品市场竞争格局分析40
 - (1) 行业集中度分析40
 - (2) 品牌竞争格局分析41
 - (3) 区域市场竞争格局分析42
 - 2.4.2 户外用品品牌特征分析44

第3章：中国户外用品营销渠道分析47

- 3.1 户外用品行业销售渠道分析47
 - 3.1.1 户外用品的主要销售渠道47
 - 3.1.2 主要销售渠道数量情况47
 - 3.1.3 主要销售渠道零售额情况48

- 3.2 户外用品行业展会销售渠道分析49
 - 3.2.1 亚洲运动用品与时尚展简况49
 - 3.2.2 历年国内企业参展情况分析50
 - 3.2.3 ISPOBEIJING2013回顾51
 - (1) 展会规模51
 - (2) 参展品牌51
 - 3.2.4 ISPOBEIJING2013参展说明52
 - (1) 展会时间及地点52
 - (2) 展品范围与参展价格52
- 3.3 户外运动品牌营销渠道建设案例分析——探路者53
 - 3.3.1 公司品牌建设战略分析53
 - 3.3.2 建立多品牌组织架构体系54
 - 3.3.3 公司销售网络布局分析55
 - 3.3.4 公司销售渠道建设分析56
 - 3.3.5 公司销售渠道建设策略57
 - (1) 直营店布局核心市场，加强户外形象店建设57
 - (2) 低折扣+长信用期助力加盟高速扩张58
 - (3) 店铺形式以商场店为主58
 - (4) 电子商务成增长亮点59

- 第4章：户外用品行业区域市场发展潜力61
 - 4.1 北京市户外用品行业发展潜力分析61
 - 4.1.1 北京户外用品行业发展现状分析61
 - 4.1.2 北京户外用品行业市场空间分析61
 - (1) 北京居民可支配收入分析61
 - (2) 北京户外资源禀赋分析63
 - (3) 北京户外运动发展分析66
 - 1) 居民私家车保有量分析66
 - 2) 户外运动产业发展分析68
 - 3) 居民户外运动调查分析68
 - 4.1.3 北京户外用品行业发展潜力分析71
 - 4.2 江浙地区户外用品行业发展潜力分析71
 - 4.2.1 户外用品行业发展现状分析71
 - 4.2.2 户外用品行业市场空间分析73
 - (1) 居民可支配收入分析73

- (2) 地区户外资源禀赋分析73
- (3) 地区户外运动发展分析75
 - 1) 居民私家车保有量分析75
 - 2) 居民户外运动调查分析77
- 4.2.3 户外用品行业发展潜力分析77
- 4.3 广东省户外用品行业发展潜力分析79
 - 4.3.1 广东户外用品行业发展现状分析79
 - 4.3.2 广东户外用品行业市场空间分析80
 - (1) 广东居民可支配收入分析80
 - (2) 广东地区户外资源禀赋分析81
 - (3) 广东居民私家车保有量分析84
 - 4.3.3 广东户外用品行业发展潜力分析85
- 4.4 山东省户外用品行业发展潜力分析86
 - 4.4.1 山东户外用品行业发展现状分析86
 - 4.4.2 山东户外用品行业市场空间分析87
 - (1) 山东居民可支配收入分析87
 - (2) 山东户外资源禀赋分析88
 - (3) 山东户外运动发展分析89
 - 1) 居民私家车保有量分析89
 - 2) 地区户外运动发展分析90
 - 3) 居民户外运动调查分析90
 - 4.4.3 户外用品行业发展潜力分析91
- 4.5 川渝地区户外用品行业发展潜力分析91
 - 4.5.1 户外用品行业发展现状分析91
 - 4.5.2 户外用品行业市场空间分析93
 - (1) 居民可支配收入分析93
 - (2) 周边户外资源禀赋分析95
 - (3) 地区户外运动发展分析97
 - 1) 居民私家车保有量分析97
 - 2) 居民户外运动调查分析98
 - 4.5.3 户外用品行业发展潜力分析100
- 4.6 武汉及长沙户外用品行业发展潜力分析101
 - 4.6.1 户外用品行业发展现状分析101
 - 4.6.2 户外用品行业市场空间分析102
 - (1) 居民可支配收入分析102

- (2) 地区户外资源禀赋分析103
- (3) 居民私家车保有量分析104
- 4.6.3 户外用品行业发展潜力分析105
- 4.7 东北三省户外用品行业发展潜力分析106
 - 4.7.1 户外用品行业发展现状分析106
 - (1) 市场消费特征分析106
 - (2) 户外用品品牌入驻分析107
 - 4.7.2 户外用品行业市场空间分析108
 - (1) 居民可支配收入分析108
 - (2) 地区户外资源禀赋分析109
 - (3) 居民私家车保有量分析111
 - 4.7.3 户外用品行业发展潜力分析113

第5章：户外用品行业领先品牌经营分析114

- 5.1 国外户外用品品牌经营分析114
 - 5.1.1 始祖鸟(Arc'teryx)114
 - (1) 品牌简介114
 - (2) 品牌户外产品分析114
 - (3) 品牌销售网络分析115
 - (4) 品牌经营情况分析116
 - 5.1.2 土拨鼠(Marmot)117
 - (1) 品牌简介117
 - (2) 品牌户外产品分析117
 - (3) 品牌销售网络分析119
 - 5.1.3 哈德威尔(MountainHardWear)120
 - (1) 品牌简介120
 - (2) 品牌户外产品分析121
 - (3) 品牌科技研发分析122
 - (4) 品牌销售网络分析124
- 5.2 国内户外用品品牌经营分析157
 - 5.2.1 探路者(Toroad)157
 - (1) 品牌简介157
 - (2) 主要经济指标分析158
 - (3) 企业盈利能力分析158
 - (4) 企业运营能力分析159

(5) 企业偿债能力分析159

(6) 企业发展能力分析160

(7) 品牌最新发展动态160

5.2.2 牧高笛(MOBIGARDEN)161

(1) 品牌简介161

(2) 品牌户外产品分析161

(3) 品牌销售网络分析161

(4) 品牌经营情况分析162

第6章：中国户外用品行业发展前景预测174

6.1 户外用品行业发展趋势分析174

6.1.1 从专业户外向户外休闲发展174

6.1.2 销售渠道向二三线城市下沉174

6.1.3 户外用品设计趋向人性化176

6.1.4 户外用品流行跳跃性色彩176

6.1.5 户外运动市场将会更加细分176

6.2 中国户外用品行业发展前景分析177

6.2.1 中国户外用品市场与欧美对比177

6.2.2 中国户外用品行业发展推动因素178

(1) 自然资源不断被开发178

(2) 居民收入不断提高179

(3) 国民休闲时间将增多180

(4) 私人汽车拥有量提升181

(5) 户外运动蓬勃发展183

6.2.3 中国户外用品行业发展前景预测183

6.3 户外用品行业发展建议183

6.3.1 注重研发投入和技术创新183

6.3.2 迎合大众需求确定产品分类185

6.3.3 引导消费者户外生活理念185

图表目录：

图表1：户外运动基本分类15

图表2：户外用品的分类16

图表3：我国户外用品行业主要法律法规、政策18

图表4：2014-2018年我国人均国内生产总值及其增值速度(单位：元，%)19

图表5：2018年我国主要地区人均GDP情况(单位：元，美元)20

图表6：2014-2018年我国城镇居民可支配收入(单位：元)21

图表7：2014-2018年我国农村居民人均纯收入(单位：元)22

图表8：2014-2018年中国农村、城镇居民消费水平及同比增速(单位：元/人，%)22

图表9：2014-2018年我国城乡居民恩格尔曲线(单位：%)23

图表10：2014-2018年城镇居民消费结构情况(单位：%)24

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/436185.html>