

2024-2030年中国户外用品 市场评估与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国户外用品市场评估与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202406/462794.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国户外用品市场评估与投资方向研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

一个竞争不断加剧的时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求!

随着户外用品行业竞争的不断加剧，国内优秀的户外用品研发设计企业、生产企业、营销企业越来越重视对行业市场的研究，特别是对市场需求前景与趋势的深入研究。也正因为如此，一大批国内优秀的户外用品品牌迅速崛起，逐渐成为户外用品行业中的翘楚!

本报告利用资讯长期对户外用品行业市场跟踪搜集的市场数据，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告从全球户外用品行业的发展环境出发，以中国户外用品行业的需求特征与规模、户外用品品牌的竞争格局为主体，详尽地分析了中国户外用品行业总体发展状况、区域市场发展现状与前景、户外用品市场销售渠道建设状况、国内外知名户外用品品牌发展状况，并对户外用品行业发展前景进行审慎预测。同时，佐之以全行业近5年来全面详实的一手市场数据，让您全面、准确地把握整个户外用品行业的市场走向和发展趋势，从而在竞争中赢得先机!

报告目录：

第1章：户外用品行业发展背景分析

1.1 户外用品行业的界定与行业特性

1.1.1 户外用品行业相关概念

(1) 户外运动定义及分类

(2) 户外用品定义及分类

1.1.2 行业进入壁垒分析

(1) 品牌壁垒

(2) 设计研发壁垒

(3) 供应链整合管理壁垒

1.2 户外用品行业发展环境分析

1.2.1 户外用品行业政策环境分析

(1) 行业管理体制

(2) 行业主要法律法规及政策

1.2.2 户外用品行业经济环境分析

(1) GDP增长分析

(2) 人均GDP增长分析

1.2.3 户外用品行业社会环境分析

(1) 居民收入状况

(2) 居民消费水平

(3) 居民旅游行为分析

(4) 人口年龄结构分析

1.2.4 户外用品行业技术环境

(1) 行业专利申请数分析

(2) 行业专利申请人分析

(3) 行业专利技术构成分析

1.3 户外用品行业产业链分析

1.3.1 户外用品行业产业链简介

1.3.2 上游行业发展对行业的影响分析

第2章：中国户外用品行业发展现状分析

2.1 中国户外用品市场需求分析

2.1.1 中国户外用品消费群体特征分析

(1) 户外用品主要目标消费群

(2) 户外运动消费群特征分析

2.1.2 户外用品需求规模分析

2.1.3 户外用品需求结构分析

2.2 户外用品市场结构分析

2.2.1 户外用品品牌数量分析

2.2.2 户外用品市场出货分析

2.3 户外用品细分市场分析

2.3.1 户外用品细分市场界定

2.3.2 户外用品细分市场分析

2.4 中国市场户外用品市场层次分析

2.4.1 户外用品市场竞争格局分析

(1) 行业集中度分析

(2) 品牌竞争格局分析

2.4.2 户外用品品牌特征分析

第3章：中国户外用品营销渠道分析

3.1 户外用品行业销售渠道分析

3.1.1 户外用品的主要销售渠道

3.1.2 主要销售渠道数量情况

3.1.3 主要销售渠道零售额情况

3.2 户外用品行业展会销售渠道分析

3.2.1 亚洲运动用品与时尚展简况

3.2.2 历年国内企业参展情况分析

3.2.3 ISPO SHANGHAI 2018回顾

(1) 展会规模

(2) 参展品牌

3.2.4 ISPO SHANGHAI 2019参展说明

(1) 展会时间及地点

(2) 展会板块

3.3 户外运动品牌营销渠道建设案例分析——探路者

3.3.1 公司品牌定位分析

3.3.2 公司多品牌架构体系

3.3.3 公司销售网络布局分析

3.3.4 公司销售渠道建设分析

3.3.5 公司销售渠道建设策略

(1) 优化渠道建设，关闭低效店铺，加快优质渠道布局

(2) 门店形象升级改造，BOSS计划有序推进

(3) 零售转型升级，深挖会员价值

第4章：户外用品行业区域市场发展潜力

4.1 北京市户外用品行业发展潜力分析

- 4.1.1 北京户外用品行业发展现状分析
- 4.1.2 北京户外用品行业市场空间分析
 - (1) 北京居民可支配收入分析
 - (2) 北京户外资源禀赋分析
 - (3) 北京户外运动发展分析
- 4.1.3 北京户外用品行业发展潜力分析
- 4.2 江浙地区户外用品行业发展潜力分析
- 4.2.1 户外用品行业发展现状分析
- 4.2.2 户外用品行业市场空间分析
 - (1) 居民可支配收入分析
 - (2) 地区户外资源禀赋分析
 - (3) 地区户外运动发展分析
- 4.2.3 户外用品行业发展潜力分析
- 4.3 广东省户外用品行业发展潜力分析
- 4.3.1 广东户外用品行业发展现状分析
- 4.3.2 广东户外用品行业市场空间分析
 - (1) 广东居民可支配收入分析
 - (2) 广东地区户外资源禀赋分析
 - (3) 广东户外运动发展分析
- 4.3.3 广东户外用品行业发展潜力分析
- 4.4 山东省户外用品行业发展潜力分析
- 4.4.1 山东户外用品行业发展现状分析
- 4.4.2 山东户外用品行业市场空间分析
 - (1) 山东居民可支配收入分析
 - (2) 山东户外资源禀赋分析
 - (3) 山东户外运动发展分析
- 4.4.3 户外用品行业发展潜力分析
- 4.5 川渝地区户外用品行业发展潜力分析
- 4.5.1 户外用品行业发展现状分析
- 4.5.2 户外用品行业市场空间分析
 - (1) 居民可支配收入分析
 - (2) 周边户外资源禀赋分析

(3) 地区户外运动发展分析

4.5.3 户外用品行业发展潜力分析

4.6 武汉及长沙户外用品行业发展潜力分析

4.6.1 户外用品行业发展现状分析

4.6.2 户外用品行业市场空间分析

(1) 居民可支配收入分析

(2) 地区户外资源禀赋分析

(3) 居民私家车保有量分析

4.6.3 户外用品行业发展潜力分析

4.7 东北三省户外用品行业发展潜力分析

4.7.1 户外用品行业发展现状分析

(1) 市场消费特征分析

(2) 户外用品品牌入驻分析

4.7.2 户外用品行业市场空间分析

(1) 居民可支配收入分析

(2) 地区户外资源禀赋分析

(3) 居民私家车保有量分析

4.7.3 户外用品行业发展潜力分析

第5章：户外用品行业领先品牌经营分析

5.1 国外户外用品品牌经营分析

5.1.1 始祖鸟 (Arc'teryx)

(1) 品牌简介

(2) 品牌户外产品分析

(3) 品牌销售网络分析

(4) 品牌经营情况分析

5.1.2 土拨鼠 (Marmot)

(1) 品牌简介

(2) 品牌户外产品分析

(3) 品牌销售网络分析

5.1.3 山浩 (Mountain Hard Wear)

(1) 品牌简介

- (2) 品牌户外产品分析
- (3) 品牌科技研发分析
- (4) 品牌销售网络分析

5.1.4 The North Face北面

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌户外产品分析
- (3) 品牌经营情况分析

5.1.5 哥伦比亚 (Columbia)

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌户外产品分析】
- (3) 品牌销售网络分析
- (4) 品牌经营情况分析
- (5) 品牌最新发展动态

5.1.6 Jack Wolfskin狼爪

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌户外产品分析
- (3) 品牌销售网络分析
- (4) 品牌最新发展动态

5.1.7 沙乐华 (Salewa)

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌户外产品分析
- (3) 品牌销售网络分析

5.1.8 NORTHLAND诺诗兰

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌户外产品分析
- (3) 品牌销售网络分析
- (4) 品牌最新发展动态

5.1.9 乐飞叶 (LAFUMA)

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌户外产品分析
- (3) 品牌销售网络分析
- (4) 品牌经营情况分析

(5) 品牌最新发展动态

5.1.10 猛犸象 (MAMMUT)

(1) 品牌简介

(2) 品牌户外产品分析

(3) 品牌销售网络分析

(4) 品牌经营情况分析

第6章：中国户外用品行业发展前景预测

6.1 户外用品行业发展趋势分析

6.1.1 从专业户外向户外休闲发展

6.1.2 儿童户外与家庭户外潜力大

6.1.3 品牌升级加速，形象、定位更精确

6.1.4 市场竞争激烈，消费者对产品要求提高

6.1.5 户外运动市场将会更加细分

6.2 中国户外用品行业发展前景分析

6.2.1 中国户外用品市场与欧美对比

6.2.2 中国户外用品行业发展推动因素

(1) 消费升级背景下，户外休闲符合产业整体发展趋势

(2) 我国地大物博户外资源丰富，交通设施的不断改善

(3) 人口结构变化，80s90s及青少年成为户外运动的主力军

(4) 政策支持力度超前，体旅融合提上日程

(5) 户外用品相对高频且粘性够大，适应社会化媒体传播趋势

6.2.3 中国户外用品行业发展前景预测

6.3 户外用品行业发展建议

6.3.1 注重研发投入和技术创新

6.3.2 引导消费者户外生活理念

6.3.3 发挥政府调节、监督作用

6.3.4 建立健全安全保障体系

图表目录

图表1：户外运动基本分类

图表2：户外用品的分类

图表3：我国户外用品行业主要法律法规、政策

图表4：2016-2021年我国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表5：2016-2021年我国人均GDP情况（单位：元，%）

图表6：2016-2021年我国居民人均可支配收入增长情况（单位：元）

图表7：2016-2021年中国居民人均消费支出变化趋势（单位：元）

图表8：2016-2021年中国国内旅游人数变化情况（单位：亿人次，%）

图表9：2016-2021年中国国内旅游收入变化趋势（单位：亿元，%）

图表10：2016-2021年中国人口年龄结构（单位：%）

图表11：2012-2021年中国户外用品专利申请数量走势（单位：项）

图表12：截至2021年我国户外用品行业相关专利申请人构成表（单位：个）

图表13：截至2021年我国户外用品行业相关专利技术构成表（单位：个）

图表14：户外用品行业的产业链结构

图表15：商场店购买者户外产品购买类型结构（单位：%）

图表16：2013-2021年中国户外用品行业零售总额及出货总额增长情况（单位：亿元，%）

图表17：中国户外用品行业产品结构（单位：%）

图表18：中国户外市场品牌数量变动情况（单位：个）

图表19：中国户外市场品牌年度出货额占比情况（单位：%）

图表20：中国户外用品细分市场构成

图表21：2015-2021年户外用品细分市场结构变化（单位：%）

图表22：户外用品相关行业市场TOP10集中度（单位：%）

图表23：2014-2021年国内市场国内外户外用品品牌数量情况（单位：个，%）

图表24：主要户外用品国际品牌的产品特点

图表25：国内户外用品主要品牌的产品特点

图表26：2016-2021年中国户外用品行业各销售渠道数量变动情况（单位：家）

图表27：2021年中国户外用品行业不同销售渠道结构（单位：%）

图表28：2015-2021年ISPO Shanghai参与人数和展会面积（单位：人，平米）

图表29：ISPO Shanghai 2018中国大陆地区观众分布（单位：%）

图表30：ISPO Shanghai 2018部分参展品牌

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202406/462794.html>