

2024-2030年中国户外用品 行业分析与市场运营趋势报告

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年中国户外用品行业分析与市场运营趋势报告》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/202310/412743.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

户外运动是指在自然场地（非专用场地）或人工模拟的自然场地，开展的体育活动。专门为户外运动生产的用品“户外用品”。随着户外运动的不断发展，科学技术的不断革新，户外运动的外延可能还会继续扩大，户外用品的种类也会不断增加。

近几年来，中国户外运动兴起，人们的热情也越来越高，登山、攀岩、徒步穿越等运动形式愈来愈受到人们的喜爱。由于户外运动是一项专业性较强的体育活动，除了对参与者自身体能的要求外，还需要所使用的户外运动装备能适应恶劣的天气和复杂的地理环境，使之成为户外运动安全保证的第一道“保护屏障”，随之催生了户外用品市场。

受大环境影响，同时由于基数不断增大，户外用品行业发展增速回落，但仍保持较为稳定的低速增长。

随着我国经济的快速发展以及人均可支配收入增加，近年来我国户外用品市场飞速发展，目前已成为全球主要的户外运动用品市场之一，2021年中国户外用品营收规模达1831.20亿元，较2020年增加了137.93亿元，同比增长8.15%，未来将继续保持增长，预计2025年中国户外用品营收规模将达到2409.60亿元。

虽然受到新冠疫情影响，但当前的户外行业环境与2003年已不完全相同，国内户外用品行业目前仍在继续巨大的未来发展空间。2022年3月，中办、国办印发《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》，其中明确提出要大力推动户外运动发展，编制好户外运动产业规划，构建户外运动“三纵四横”的空间布局，开展自然资源向户外运动开放试点。这意味着覆盖运动领域最多的户外产业迎来了国家级层面的重大政策利好。2022年11月，国家体育总局、国家发展改革委同工业和信息化部、自然资源部、住房和城乡建设部、文化和旅游部、林草局、国铁集团等部门共同印发《户外运动产业规划（2022-2025年）》。《规划》以6大主要任务和20项重要举措直面我国户外运动产业发展中的问题与薄弱环节，引领我国户外运动产业未来发展。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国户外用品行业分析与市场运营趋势报告》共九章。首先介绍了户外用品的概念及国际户外用品行业的发展状况，接着详细阐述了中国产业发展面临的外部发展环境及行业的发展状况。随后，报告深入分析了户外用品行业的品牌发展、销售渠道、市场营销、重点企业运营状况及投资潜力。最后，报告对户外用品行业的发展前景及趋势进行科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、中国纺织品商业协会户外用品分会、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国商业联合会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若

想对户外用品市场有个系统深入的了解、或者想投资户外用品相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 户外用品相关概述

1.1 户外用品相关定义

1.1.1 户外运动定义

1.1.2 户外用品定义

1.2 户外用品分类

1.2.1 服装类

1.2.2 鞋类

1.2.3 背包类

1.2.4 装备类

1.2.5 配件类

1.2.6 器材类

第二章 国际户外用品市场发展

2.1 欧洲户外用品市场发展状况

2.1.1 市场整体发展

2.1.2 市场发展特点

2.1.3 市场发展渠道

2.2 美国户外用品市场发展分析

2.2.1 市场发展状况

2.2.2 消费者特点分析

2.2.3 消费者行为分析

2.2.4 市场销售渠道分析

2.2.5 行业利好政策动态

2.3 亚洲户外用品市场发展分析

2.3.1 市场总体状况

2.3.2 日本市场发展状况

2.3.3 韩国市场发展状况

2.4 国外户外用品行业的成功要素分析

第三章 2021-2023年中国户外用品行业发展环境分析

3.1 中国户外用品行业政策环境

3.1.1 行业管理体制

3.1.2 行业政策法规

3.2 中国户外用品行业经济环境

3.2.1 国民经济运行状况

3.2.2 工业经济增长情况

3.2.3 固定资产投资情况

3.2.4 经济转型升级形势

3.2.5 宏观经济发展趋势

3.2.6 经济发展潜力分析

3.3 中国户外用品行业消费环境

3.3.1 消费差异性明显

3.3.2 消费群体特征

3.3.3 居民消费水平

3.4 中国户外用品行业社会环境

3.4.1 人口环境分析

3.4.2 教育环境分析

3.4.3 文化环境分析

3.4.4 生态环境分析

3.5 中国户外用品行业其他环境

3.5.1 技术环境

3.5.2 产业环境

第四章 2021-2023年中国户外用品行业发展

4.1 中国户外用品产业发展综述

4.1.1 发展阶段

4.1.2 行业特征

4.1.3 行业规模

4.1.4 经营模式

4.1.5 市场需求

- 4.2 中国户外登山用品产业发展综述
 - 4.2.1 社会环境分析
 - 4.2.2 技术发展分析
 - 4.2.3 行业发展趋势
- 4.3 中国户外运动服装产业发展综述
 - 4.3.1 产业发展分析
 - 4.3.2 服装分类及其防护性能
 - 4.3.3 服装面料性能
 - 4.3.4 社会环境影响
 - 4.3.5 未来发展趋势
- 4.4 中国户外用品行业消费者分析
 - 4.4.1 客户群体
 - 4.4.2 目标客户
 - 4.4.3 消费者特征
 - 4.4.4 客户渠道
- 4.5 中国户外用品行业重度购买者特征
 - 4.5.1 旅游户外用品及重度购买者概述
 - 4.5.2 理论假设
 - 4.5.3 研究方法
 - 4.5.4 研究结果
 - 4.5.5 结论和思考
- 4.6 中国户外用品市场调研分析
 - 4.6.1 商场对户外店的影响
 - 4.6.2 户外用品品牌商经营成本
 - 4.6.3 户外店的投资预期
 - 4.6.4 户外用品品牌商的投资预期
- 4.7 中国户外用品行业发展问题及对策
 - 4.7.1 行业发展不利因素
 - 4.7.2 产品标准亟待完善
 - 4.7.3 行业发展对策
 - 4.7.4 行业发展措施建议

第五章 2021-2023年中国户外用品品牌及销售分析

5.1 中国户外用品品牌发展

5.1.1 2020年行业品牌发展

5.1.2 2021年行业品牌发展

5.1.3 2022年行业品牌发展

5.1.4 本土户外用品品牌发展

5.1.5 做大品牌的对策

5.2 中国户外用品销售分析

5.2.1 2020年行业销售状况

5.2.2 2021年行业销售状况

5.2.3 2022年行业销售状况

5.3 中国户外用品销售渠道分析

5.3.1 行业销售渠道回顾

5.3.2 行业销售渠道变化

5.3.3 行业主要销售渠道分析

5.3.4 户外用品销售模式

5.3.5 行业国内海淘市场

5.4 中国户外用品市场商家间冲突

5.4.1 渠道冲突

5.4.2 产品冲突

5.4.3 价格冲突

5.4.4 供货冲突

5.4.5 服务冲突

5.4.6 推广冲突

第六章 中国户外用品市场营销分析

6.1 中国户外用品市场的营销状况

6.1.1 行业进入稳增长期

6.1.2 新营销模式推行

6.1.3 体验营销火热

6.1.4 毕业旅游市场升温

6.2 中国户外用品市场营销创新

- 6.2.1 营销理念再度革新
- 6.2.2 趣味网络营销平台
- 6.2.3 实体店运动体验营销
- 6.2.4 无缝连接实现渠道贯通
- 6.3 户外运动服装的营销方式
 - 6.3.1 大型商场/百货公司
 - 6.3.2 普通商场/服装店
 - 6.3.3 户外运动服装专卖店
 - 6.3.4 商场、超市及连锁店
 - 6.3.5 批发市场
 - 6.3.6 邮购
 - 6.3.7 网上销售
- 6.4 中国户外用品企业营销策略
 - 6.4.1 大型企业营销策略建议
 - 6.4.2 中小型企业营销策略建议
- 6.5 户外用品店的经营及营销策略建议
 - 6.5.1 经营战略
 - 6.5.2 营销策略
 - 6.5.3 营销方案
 - 6.5.4 营销战略

第七章 2020-2023年户外用品行业重点企业发展分析

- 7.1 哥伦比亚运动服装公司（Columbia）
 - 7.1.1 企业发展概况
 - 7.1.2 2020年企业经营状况
 - 7.1.3 2021年企业经营状况
 - 7.1.4 2022年企业经营状况
- 7.2 北京探路者户外用品股份有限公司（Toread）
 - 7.2.1 企业发展概况
 - 7.2.2 经营效益分析
 - 7.2.3 业务经营分析
 - 7.2.4 财务状况分析

- 7.2.5 核心竞争力分析
- 7.2.6 公司发展战略
- 7.2.7 未来前景展望
- 7.3 北京三夫户外用品股份有限公司（Sanfo）
 - 7.3.1 企业发展概况
 - 7.3.2 经营效益分析
 - 7.3.3 业务经营分析
 - 7.3.4 财务状况分析
 - 7.3.5 核心竞争力分析
 - 7.3.6 公司发展战略
 - 7.3.7 未来前景展望
- 7.4 北京长天时代户外体育用品有限公司
 - 7.4.1 企业发展概况
 - 7.4.2 企业客户群及销售品牌的定位
 - 7.4.3 企业主要经营模式
 - 7.4.4 企业基本运作模式
- 7.5 其他著名品牌
 - 7.5.1 GORE-TEX
 - 7.5.2 VAUDE
 - 7.5.3 THE NORTH FACE
 - 7.5.4 ARC'TERYX

第八章 中国户外用品行业投资分析

- 8.1 中国户外用品行业投资优势
 - 8.1.1 市场空间较大
 - 8.1.2 投资收益看好
 - 8.1.3 入行门槛不高
- 8.2 中国户外用品市场投资环境
 - 8.2.1 市场需求分析
 - 8.2.2 市场定位分析
 - 8.2.3 市场周期性分析
 - 8.2.4 市场竞争分析

- 8.2.5 市场壁垒分析
- 8.3 中国户外用品行业投资机会
 - 8.3.1 行业有利因素分析
 - 8.3.2 市场蕴含良好的投资机会
 - 8.3.3 国内户外鞋市场投资热情高涨
 - 8.3.4 休闲运动催热户外用品市场
- 8.4 中国户外用品行业投资风险
 - 8.4.1 国内宏观经济风险
 - 8.4.2 市场竞争风险
 - 8.4.3 外包环节风险
- 8.5 投资经营户外用品店的风险管理
 - 8.5.1 风险分析
 - 8.5.2 优质的服务
 - 8.5.3 专业化是取胜之道
 - 8.5.4 合理安排产品结构
 - 8.5.5 建立网站延伸业务
 - 8.5.6 投资经营策略分析
 - 8.5.7 二手店投资建议
- 8.6 中国户外用品产品开发结构
 - 8.6.1 背包
 - 8.6.2 帐篷
 - 8.6.3 睡袋
 - 8.6.4 登山鞋
 - 8.6.5 服装
 - 8.6.6 攀登装备
 - 8.6.7 露营装备
 - 8.6.8 其它装备
 - 8.6.9 旅游书籍

第九章 中国户外用品市场的前景趋势分析

- 9.1 中国户外用品行业前景展望
 - 9.1.1 市场前景广阔

- 9.1.2 市场潜力巨大
- 9.1.3 市场规模展望
- 9.1.4 儿童市场前景分析
- 9.2 中国户外用品行业发展趋势
 - 9.2.1 行业发展方向
 - 9.2.2 产业趋势分析
 - 9.2.3 行业竞争趋势
- 9.3 2024-2030年中国户外用品行业预测分析
 - 9.3.1 行业影响因素分析
 - 9.3.2 行业零售总额预测
 - 9.3.3 行业出货总额预测

图表目录

- 图表 户外用品的分类
- 图表 主要户外用品市场零售总额情况
- 图表 户外消费者户外品的年消费额
- 图表 哥伦比亚（Columbia）公司研究发展历程
- 图表 哥伦比亚（Columbia）公司细分产品收入
- 图表 TNF全球销售收入及利润率
- 图表 我国户外用品行业主要法律法规、政策
- 图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2017-2021年全国三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表 2021年年末人口数及其构成
- 图表 2017-2021年全国城镇新增就业人数
- 图表 2021年居民消费价格月度涨跌幅
- 图表 2021年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表 2021-2022年全国居民消费价格涨跌幅
- 图表 2022年居民消费价格主要数据
- 图表 2017-2021年年末常住人口城镇化率
- 图表 2017-2021年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表 2021-2022年全国社会消费品零售总额同比增速
- 图表 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速

图表 2022年社会消费品零售总额主要数据

图表 2021年三次产业投资占固定资产投资

图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2021-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2022年固定资产（不含农户）主要数据

图表 2017-2021年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成

图表 中国户外用品专利申请数量走势（申请年）

图表 中国户外用品专利申请数量走势（公开年）

图表 中国户外用品零售业市场容量

图表 注册驴友数量变化

图表 资深驴友购买户外装备占比

图表 休闲人群购买户外装备占比

图表 资深驴友全套户外装备

图表 户外服装用品用户需求占比

图表 户外鞋用户需求占比

图表 户外装备相关网络热词搜索指数变化（1）

图表 户外装备相关网络热词搜索指数变化（2）

图表 中国户外用品渠道对比分析

图表 抽样样本的人口统计特征

图表 旅游户外用品购买数量

图表 旅游户外用品购买量细分市场

图表 轻度和重度购买者在人口统计特征上的差异

图表 旅游户外用品购买者行为和心理统计特征

图表 轻度和重度购买者在心理统计特征上的差异

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412743.html>