

2018-2024年中国户外运动 服市场运行态势及投资策略建议报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国户外运动服市场运行态势及投资策略建议报告》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.abaogao.com/b/fuzhuang/C971613E78.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2015年我国户外用品市场规模为454亿元，同比增长12.5%。其中核心户外用品市场（由专业户外品牌组成）规模为180亿元，同比增长5.3%。户外运动产业链的主要组成部分有户外运动俱乐部、户外用品零售商、户外信息网站、户外装备制造商。在户外行业成熟度较高的欧洲，户外用品销售额占GDP的比重为0.1%。如果按照我国2015年的GDP水平以及欧洲户外用品销售额占GDP的比例（0.1%）测算，我国户外用品潜在市场空间超过680亿元。

2015年国内整体户外市场规模454亿元 资料来源：公开资料，智研数据研究中心整理

2006-2020中国户外用品核心市场规模及增速 资料来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国户外运动服市场运行态势及投资策略建议报告》共七章。首先介绍了中国户外运动服行业市场发展环境、户外运动服整体运行态势等，接着分析了中国户外运动服行业市场运行的现状，然后介绍了户外运动服市场竞争格局。随后，报告对户外运动服做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国户外运动服行业发展趋势与投资预测。您若想对户外运动服产业有个系统的了解或者想投资中国户外运动服行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 户外运动服市场发展概况

第一节 户外运动服市场及产品介绍

第二节 2016年户外运动服市场发展概况

第三节 户外运动服市场相关政策法规

第四节 2018-2024年户外运动服市场发展前景预测

第五节 行业技术水平

第六节 市场推广在户外运动服行业的重要性

第七节 营销渠道建设是户外运动服市场竞争的关键

第二章 户外运动服市场容量/市场规模分析

第一节 2013-2016年户外运动服市场容量/市场规模统计

第二节 户外运动服下游应用市场结构

第三节 影响户外运动服市场容量/市场规模增长的因素

第四节 2018-2024年中国户外运动服市场容量/市场规模预测

第三章 户外运动服市场推广策略研究

第一节 户外运动服行业新品推广模式研究

第二节 户外运动服市场终端产品发布特点

第三节 户外运动服市场中间商、代理商参与机制

第四节 户外运动服市场网络推广策略研究

第五节 户外运动服市场广告宣传策略

第六节 户外运动服市场推广与配套供货渠道建立

第七节 户外运动服新产品推广常见问题

第八节 直销模式在户外运动服推广过程中的应用

第九节 国外户外运动服市场推广经验介绍（欧美、韩日市场）

第四章 户外运动服盈利模式研究

第一节 户外运动服市场盈利模式的分类

第二节 户外运动服生产企业的盈利模式研究

第三节 户外运动服经销代理商盈利模式研究

第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响

第五节 独立经销网络盈利模式改进研究

第六节 第三方经销网络优化管理研究

第五章 户外运动服营销渠道建立策略

第一节 户外运动服市场营销渠道结构

一、主力型渠道

二、紧凑型渠道

三、伙伴型渠道

四、松散型渠道

第二节 户外运动服市场伙伴型渠道研究

第三节 户外运动服市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

一、直接分销渠道

二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）

第四节 大客户直供销售渠道建立策略

第五节 网络经销渠道优化

第六节 渠道经销管理问题

一、现金流管理

二、货品进出物流管理

三、售后服务

第六章 户外运动服市场客户群研究与渠道匹配分析

第一节 户外运动服主要客户群消费特征分析

第二节 户外运动服主要销售渠道客户群稳定性分析

第三节 大客户经销渠道构建问题研究

第四节 网客户渠道化发展建议

第五节 渠道经销商维护策略研究

第六节 户外运动服市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向

第七章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例（ZY GXH）

第一节 晋江市龙湖镇依格思尔服装厂

一、企业介绍与户外运动服相关业务

二、2013-2016年产销统计数据

三、企业户外运动服市场推广策略与渠道管理

四、户外运动服营销体系布局与商务政策设计分析

第二节 建趣动户外电子商务有限公司

一、企业介绍与户外运动服相关业务

二、2013-2016年产销统计数据

三、企业户外运动服市场推广策略与渠道管理

四、户外运动服营销体系布局与商务政策设计分析

第三节 石狮市迪人杰商贸有限公司

一、企业介绍与户外运动服相关业务

二、2013-2016年产销统计数据

三、企业户外运动服市场推广策略与渠道管理

四、户外运动服营销体系布局与商务政策设计分析

第四节 义乌市芭邑电子商务商行

一、企业介绍与户外运动服相关业务

二、2013-2016年产销统计数据

三、企业户外运动服市场推广策略与渠道管理

四、户外运动服营销体系布局与商务政策设计分析

第五节 义乌市恩劲服装商行

一、企业介绍与户外运动服相关业务

二、2013-2016年产销统计数据

三、企业户外运动服市场推广策略与渠道管理

四、户外运动服营销体系布局与商务政策设计分析（ZY GXH）

图表目录：

图表：户外运动服市场及产品介绍

图表：户外运动服市场相关政策法规

图表：2018-2024年户外运动服市场发展前景预测

图表：市场推广在户外运动服行业的重要性

图表：2013-2016年户外运动服市场容量/市场规模统计

图表：户外运动服下游应用市场结构

图表：影响户外运动服市场容量/市场规模增长的因素

图表：2018-2024年中国户外运动服市场容量/市场规模预测

图表：户外运动服行业常见新品推广模式

图表：户外运动服市场终端产品发布特点

图表：户外运动服市场中间商参与机制

图表：户外运动服市场网络推广策略

图表：户外运动服市场广告宣传策略

图表：户外运动服新产品推广常见问题

图表：美国户外运动服市场推广经验

图表：日本户外运动服市场推广经验

图表：德国户外运动服市场推广经验

图表：户外运动服市场盈利模式的分类

图表：户外运动服生产企业的盈利模式研究

图表：户外运动服经销代理商盈利模式研究

图表：盈利模式对市场推广策略选择的影响

图表：独立经销网络盈利模式改进研究

图表：第三方经销网络优化管理研究

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/C971613E78.html>