

# 2016-2022年中国户外用品 市场分析预测及前景趋势报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国户外用品市场分析预测及前景趋势报告》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.abaogao.com/b/wenhuatiyu/H47750H2NR.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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年户外行业零售额221.9亿，同比增长11%，虽然维持较高增速，但较之前四年16.88%的复合增长率已经放缓；品牌方面增速同样放缓，户外行业已走出发展初期。同时户外电商处在快速发展期，线上门店数量在2010-2015年间的复合增长率达到70%线上零售额占总零售额的比例从8%升至30.2%。行业竞争格局方面：从国外品牌竞争看，国内品牌所占市场份额超过半数且增速更快。从企业规模看，超过1亿出货额的企业数量由2010年9个上升至2015年23个，当前户外用品市场分化明显，行业聚集效应已逐渐显现。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国户外用品市场分析预测及前景趋势报告》共九章。首先介绍了户外用品产业相关概念及发展环境，接着分析了中国户外用品行业规模及消费需求，然后对中国户外用品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国户外用品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国户外用品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2014-2016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 2014-2016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 行业现状
- 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 2014-2016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 2014年行业品牌发展
  - 5.1.2 2015年行业品牌发展
  - 5.1.3 2016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 2014年行业销售状况
  - 5.2.2 2015年行业销售状况
  - 5.2.3 2016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 2014-2016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 2014年企业经营状况
- 7.1.3 2015年企业经营状况
- 7.1.4 2016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 未来前景展望
- 7.2.6 企业经营面临的形势及风险

### 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 企业运营模式
- 7.3.3 企业经营状况
- 7.3.4 企业面临风险
- 7.3.5 企业发展战略
- 7.3.6 企业发展目标

### 7.4 北京长天时代户外用品有限公司

- 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（ZY CW）

- 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 2016-2022年中国户外用品行业预测分析
  - 9.2.1 行业影响因素分析
  - 9.2.2 行业零售总额预测
  - 9.2.3 行业出货总额预测
- 9.3 中国户外用品行业发展趋势
  - 9.3.1 行业发展方向
  - 9.3.2 产业趋势分析
  - 9.3.3 行业竞争趋势

### 图表目录：

- 图表1 户外用品的分类
- 图表2 主要户外用品市场零售总额情况
- 图表3 户外消费者户外品的年消费额
- 图表4 哥伦比亚（Columbia）公司研究发展历程
- 图表5 哥伦比亚（Columbia）公司细分产品收入
- 图表6 TNF全球销售收入及利润率

- 图表7 我国户外用品行业主要法律法规、政策
- 图表8 我国规模以上工业增加值同比增速
- 图表9 2016年我国规模以上工业生产主要数据
- 图表10 全国固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表11 全国固定资产投资到位资金同比增速
- 图表12 全国固定资产投资（不含农户）主要数据
- 图表13 民间固定资产投资和全国固定资产投资增速
- 图表14 民间固定资产投资主要数据
- 图表15 城镇居民家庭恩格尔系数
- 图表16 城镇居民人均大类消费增速对比
- 图表17 2014-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比）
- 图表18 中国户外用品专利申请数量走势（申请年）
- 图表19 中国户外用品专利申请数量走势（公开年）
- 图表20 中国户外用品零售业市场容量
- 图表21 注册驴友数量变化
- 图表22 资深驴友购买户外装备占比
- 图表23 休闲人群购买户外装备占比
- 图表24 资深驴友全套户外装备
- 图表25 户外服装用品用户需求占比
- 图表26 户外鞋用户需求占比
- 图表27 户外装备相关网络热词搜索指数变化（1）
- 图表28 户外装备相关网络热词搜索指数变化（2）
- 图表29 中国户外用品渠道对比分析
- 图表30 抽样样本的人口统计特征
- 图表31 旅游户外用品购买数量
- 图表32 旅游户外用品购买量细分市场
- 图表33 轻度和重度购买者在人口统计特征上的差异
- 图表34 旅游户外用品购买者行为和心里统计特征
- 图表35 轻度和重度购买者在心理统计特征上的差异
- 图表36 商场对户外店的影响
- 图表37 户外用品品牌商经营成本
- 图表38 户外店投资预期

- 图表39 户外用品品牌商投资预期
- 图表40 2013-2015年中国户外品牌年度品牌数量变化
- 图表41 2014年中国户外用品品牌品类年度发展概况
- 图表42 2011-2015年中国户外用品市场国外品牌洲别统计
- 图表43 2014年中国户外用品市场典型国外品牌品类分析
- 图表44 2014-2015年户外用品品牌数量
- 图表45 2001-2014年中国户外用品市场发展情况
- 图表46 2010-2013中国户外用品市场年度销售情况
- 图表47 2011-2015年中国户外用品渠道来源
- 图表48 2014-2016年中国户外用品渠道来源
- 图表49 直营模式和加盟模式主要对比
- 图表50 经销模式和代销模式主要对比
- 图表51 2013-2015年哥伦比亚运动服装公司综合损益表
- 图表52 2014-2015年哥伦比亚运动服装公司综合损益表
- 图表53 2014-2016年哥伦比亚运动服装公司综合损益表
- 图表54 2014-2016年北京探路者户外用品股份有限公司总资产和净资产
- 图表55 2014-2015年北京探路者户外用品股份有限公司营业收入和净利润
- 图表56 2016年北京探路者户外用品股份有限公司营业收入和净利润
- 图表57 2014-2015年北京探路者户外用品股份有限公司现金流量
- 图表58 2016年北京探路者户外用品股份有限公司现金流量
- 图表59 2014年北京探路者户外用品股份有限公司主营业务收入分行业
- 图表60 2014年北京探路者户外用品股份有限公司主营业务收入分产品
- 图表61 2014年北京探路者户外用品股份有限公司主营业务收入分区域
- 图表62 2014-2015年北京探路者户外用品股份有限公司成长能力
- 图表63 2016年北京探路者户外用品股份有限公司成长能力
- 图表64 2014-2015年北京探路者户外用品股份有限公司短期偿债能力
- 图表65 2016年北京探路者户外用品股份有限公司短期偿债能力
- 图表66 2014-2015年北京探路者户外用品股份有限公司长期偿债能力
- 图表67 2016年北京探路者户外用品股份有限公司长期偿债能力
- 图表68 2014-2015年北京探路者户外用品股份有限公司运营能力
- 图表69 2016年北京探路者户外用品股份有限公司运营能力
- 图表70 2014-2015年北京探路者户外用品股份有限公司盈利能力

- 图表71 2016年北京探路者户外用品股份有限公司盈利能力
- 图表72 三夫户外三位一体运营模式
- 图表73 2012-2015年三夫户外全面损益表
- 图表74 中国与欧美日韩关于户外用品消费额占GDP比重对比图
- 图表75 我国城镇居民人均可支配收入及农村居民人均纯收入及其增长
- 图表76 我国恩格尔系数变动趋势
- 图表77 国际旅游收入增长统计
- 图表78 中国旅游收入增长统计
- 图表79 我国户外用品市场规模变化趋势
- 图表80 2016-2022年中国户外用品零售总额预测
- 图表81 2016-2022年中国户外用品出货总额预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/H47750H2NR.html>