

2016-2022年中国户外用品 市场深度研究与投资策略报告

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

《2016-2022年中国户外用品市场深度研究与投资策略报告》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/maoyi/H47750HISR.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

目前我国户外用品行业主要有以下四种经营模式：

1、垂直一体化的经营模式

在该模式中，户外用品企业以集成化的运作模式为主要特征，即：采取全部外包或者部分外包的生产模式，自有配送和物流外包相结合的物流模式，以及加盟店与营店相结合的销售模式，以争夺产业链的有利地位，并以获得品牌附加值的最大化为目标。目前国际及国内知名户外用品企业基本选择该种经营模式。

2、单一的制造商模式

目前，我国大多数户外装备和器材企业仍采取ODM或OEM制造商模式，以赚取生产环节的增值利润为主要目标，该模式下的企业面对上游原材料供应商和下游垂直一体化经营商的不不断侵入和激烈竞争，议价能力日渐降低，利润空间受到挤压。

3、制造——批发模式

部分从事低端户外用品生产的企业由于自身品牌知名度较低，并缺乏独立的营销网络，一般在自有工厂进行生产，主要通过专业户外店进行批发销售，赚取一定的制造及批发环节的利润。

4、分销商模式

该模式是由户外用品企业作为分销商对品牌户外用品产品采取买断式销售，由其发展和管理终端销售环节。在这种模式下，户外用品企业多采取连锁网络进行销售，充分利用其专业分销能力赚取流通、销售环节利润。

报告目录：

第一章 户外用品行业发展概述

第一节 户外用品行业相关概述

一、户外用品行业定义

二、户外用品分类概述

三、户外用品行业政策

（一）行业监管体制

（二）行业法规政策

第二节 户外用品行业经济环境分析

一、2015年中国GDP增长情况分析

二、2015年工业经济发展形势分析

三、2015年社会固定资产投资分析

四、2015年全社会消费品零售总额

五、2015年对外贸易发展形势分析

第三节 户外用品行业社会环境分析

一、中国人口年龄结构

二、城乡居民收入情况

三、居民消费水平与结构

第四节 国内旅游业发展态势

一、居民旅游市场规模分析

(一) 中国居民旅游人数规模

(二) 国内居民旅游花费总额

(三) 城镇居民国内旅游情况

(四) 农村居民国内旅游情况

二、入境旅游市场规模分析

(一) 入境游客人数规模分析

(二) 入境旅游收入规模分析

(三) 入境旅游客源分布情况

(1) 客源结构分析

(2) 客源入境方式

(3) 入境旅游目的

(4) 年龄及性别结构

(四) 入境旅游过夜游客数

三、国内出境旅游市场分析

(一) 居民出境旅游人数分析

(二) 因私出境旅游人数分析

(三) 赴日旅游市场状况分析

(四) 赴台旅游市场状况分析

第五节 户外运动市场发展分析

一、户外运动发展概况

二、户外运动类型分析

三、户外运动人数规模

四、户外运动特征分析

第二章 国内外户外用品行业运行态势

第一节 国外户外用品行业运行分析

- 一、国外户外用品行业发展历程
- 二、国外户外用品行业市场分析
- 三、国外户外用品行业品牌数量
- 四、国外户外用品品牌出货规模
- 五、国外户外用品行业竞争格局

第二节 国内户外用品行业运行态势

- 一、国内户外用品行业市场规模
- 二、国内户外用品行业品牌数量
- 三、国内户外用品品牌出货规模
- 四、国内户外用品的品牌占有率

(一) 一线城市品牌占有率

(二) 二线城市品牌占有率

(三) 三线城市品牌占有率

第三节 国内外户外用品行业竞争分析

- 一、国内外户外用品竞争现状
- 二、国内品牌较国外品牌优势
- 三、国内品牌较国外品牌劣势
- 四、国内外户外用品竞争对比

(一) 品牌价差分析

(二) 渠道发展对比

(三) 品牌市场份额

第四节 体育用品企业进军户外行业剖析

- 一、体育用品企业户外品牌发展现状
- 二、体育用品企业进军户外壁垒分析
- 三、体育用品企业进军户外策略分析
- 四、主要体育用品企业户外品牌分析

(一) 阿迪达斯 (Adidas)

(二) 李宁 (Li-Ning Adventure)

(三) 安踏 (ANTA)

(四) 361°

(五) 彪马 (Puma)

第三章 中国户外用品细分行业发展分析

第一节 户外服装行业发展分析

一、户外服装行业发展概况

二、户外服装市场规模分析

三、户外服装品牌竞争格局

四、户外服装盈利水平分析

五、主要户外服装市场分析

(一) 冲锋衣裤市场分析

(二) 抓绒衣裤市场分析

(三) 速干衣裤市场分析

(四) 迷彩衣裤市场分析

(五) 滑雪衣裤市场分析

(六) 骑行服装市场分析

(七) 毛衣风衣市场分析

(八) 休闲服装市场分析

第二节 户外鞋类行业发展分析

一、户外鞋类行业发展概况

二、户外鞋类市场规模分析

三、户外鞋类品牌竞争格局

四、户外鞋类市场价格分析

五、主要户外鞋类市场分析

(一) 登山鞋市场分析

(二) 徒步鞋市场分析

(三) 攀岩鞋市场分析

(四) 溯溪鞋市场分析

(五) 滑雪靴市场分析

(六) 休闲鞋市场分析

第三节 户外包类行业发展分析

- 一、户外包类行业发展概况
- 二、户外包类市场规模分析
- 三、户外包类品牌关注调查
- 四、户外包类市场价格分析
- 五、主要户外包类市场分析

- (一) 登山包市场分析

- (二) 旅行包市场分析

- (三) 摄影包市场分析

- (四) 骑行包市场分析

- (五) 洗漱包市场分析

- (六) 冰包市场分析

第四节 户外装备行业发展分析

- 一、户外装备行业发展概况
- 二、户外装备市场规模分析
- 三、户外装备品牌竞争格局
- 四、户外装备市场价格分析
- 五、主要户外装备市场分析

- (一) 帐篷睡袋装备市场分析

- (二) 户外垫子装备市场分析

- (三) 登山攀岩装备市场分析

- (四) 户外仪表工具市场分析

- (五) 户外运动车市场分析

第四章 中国户外用品行业营销渠道分析

第一节 户外用品营销渠道结构分析

第二节 户外用品商场营销渠道分析

- 一、户外用品商场营销现状
- 二、户外用品商场发展规模
- 三、户外服装商场竞争分析
- 四、户外用品商场发展潜力

第三节 户外用品专卖店营销分析

- 一、户外用品专卖店营销现状

二、户外用品专卖店发展规模

三、户外用品专卖店竞争分析

四、户外用品专卖店发展潜力

第四节 户外用品电商营销渠道分析

一、户外用品电商发展现状

二、户外用品电商市场规模

三、户外用品电商竞争分析

四、户外用品电商发展潜力

五、户外用品电商平台分析

(一) 淘宝/天猫

(二) 京东商城

(三) 如此网

(四) 互联诚品户外商城

(五) 户外营网上商城

(六) 8264驴友商城

第五节 户外用品展会营销渠道分析

一、户外用品展会发展现状

二、主要地区展会市场分析

(一) 北京展会市场分析

(二) 上海展会市场分析

(三) 广东展会市场分析

(四) 江浙展会市场分析

三、ISPO china展会发展分析

(一) 展会基本情况

(二) 参展企业分析

(三) 展会价值影响

第五章 中国户外用品行业供应链管理分析

第一节 户外用品行业供应链管理概述

一、户外用品行业物流链管理分析

(一) 户外用品行业物流链管理特点

(二) 户外用品行业物流链管理方法

(三) 户外用品行业物流链管理策略

二、户外用品行业信息链管理分析

(一) 户外用品行业信息链管理特点

(二) 户外用品行业信息链管理方法

(三) 户外用品行业信息链管理策略

三、户外用品行业资金链管理分析

(一) 户外用品行业资金链管理特点

(二) 户外用品行业资金链管理方法

(三) 户外用品行业资金链管理策略

第二节 户外用品供应链环节管理分析

一、户外用品原料采购环节管理分析

二、户外用品产品设计环节管理分析

三、户外用品产品生产环节管理分析

四、户外用品品牌营销环节管理分析

第三节 电商环境下户外用品行业供应链管理

一、电商对供应链管理影响分析

二、电商环境下供应链管理瓶颈

三、电商环境下供应链管理策略

第六章 国内外户外用品行业品牌发展分析

第一节 国外户外用品品牌发展分析

一、哥伦比亚(COLUMBIA)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 公司发展动态

二、乐斯菲斯/北面(TNF)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

三、土拔鼠(MARMOT)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 在华经营战略

四、始祖鸟(ARC’TERYX)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

五、狼爪 (JackWolfskin)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

六、沙乐华 (SALEWA)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 在华经营战略

七、爱步 (ECCO)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

八、匡威 (Converse)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

九、诺诗兰 (NORTHLAND)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 在华经营战略

十、萨洛蒙(SALOMON)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 在华经营战略

十一、乐飞叶(LAFUMA)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌优势分析

十二、添柏岚(Timberland)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展战略

十三、艾高(AIGLE)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 在华经营战略

第二节 国内户外用品品牌发展分析

一、探路者(TOREAD)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

二、奥索卡(Ozark)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

三、牧高笛 (Mobigarden)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

四、凯乐石 (KAILAS)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

五、极星 (Shehe)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌竞争优势

六、龙鸟 (SinTeryx)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

七、哥仑步 (Kolumb)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

八、凯图巅峰 (k2summit)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

九、日高 (NIKKO)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

十、康健(KINGCAMP)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

十一、阿珂姆(ACME)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

十二、雪狼 (Snowwolf)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌发展理念

(四) 品牌发展历程

十三、卡瓦格博 (Kawadgarbo)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌技术分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌特点分析

十四、骆驼 (CAMEL)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌特点分析

十五、普尔兰德(PURELAND)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌故事分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌产品系列

十六、思凯乐 (SCALER)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

十七、火枫 (Fire-Maple)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

第七章 2016-2022年中国户外用品行业前景及投资分析

第一节 2016-2022年中国户外用品行业SWOT分析

一、户外用品行业发展优势分析

二、户外用品行业发展劣势分析

三、户外用品行业发展机遇分析

四、户外用品行业发展威胁分析

第二节 2016-2022年中国户外用品行业发展前景

一、户外用品行业发展前景分析

二、户外用品行业发展趋势分析

三、户外用品行业盈利能力预测

四、户外用品行业需求前景预测

(一) 户外服装需求前景预测

(二) 户外鞋类需求前景预测

(三) 户外装备需求前景预测

第三节 2016-2022年中国户外用品行业投资风险

一、宏观经济风险分析

二、市场竞争风险分析

三、材料价格上涨风险

四、渠道管理风险分析

五、知识产权风险分析

第四节 2016-2022年中国户外用品行业投资策略

第八章 中国户外用品企业IPO上市策略指导

第一节 户外用品企业境内IPO上市目的及条件

一、户外用品企业上市目的

二、企业上市需满足的条件

（一）企业境内主板 IPO 主要条件

（二）企业境内中小板IPO主要条件

（三）企业境内创业板IPO主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第二节 户外用品企业IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

（一）企业上市前综合评估

（二）企业的内部规范重组

（三）选择并配合中介机构

（四）应如何选择中介机构

第三节 户外用品企业IPO上市的规划实施

一、上市费用规划和团队组建

二、尽职调查及问题解决方案

三、改制重组需关注重点问题

四、企业上市辅导及注意事项

五、上市申报材料制作及要求

六、网上路演推介及询价发行

第四节 户外用品企业IPO上市审核工作流程

一、企业IPO上市基本审核流程

二、企业IPO上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项（ZY LXY）

图表目录：

图表 33 中国户外运动人数规模及增长趋势图

图表 34 国外户外品牌科技产品代表

图表 35 国外户外品牌概况

图表 36 全球主要国家户外用品行业市场规模统计

图表 37 中国户外用品国外户外品牌数量统计

图表 38 中国户外用品国外品牌出货总额统计

图表 39 中国户外用品市场零售额增长趋势图

图表 40 中国户外用品出货总额统计

图表 41 中国户外用品品牌数量统计

图表 42 中国户外用品国内品牌出货总额统计

图表 43 国内一线城市户外用品品牌市场占有率

图表 44 国内二线城市户外用品品牌市场占有率

图表 45 国内三线城市户外用品品牌市场占有率

图表 46 中国户外服装市场规模增长趋势图

图表 47 国内户外服装行业品牌份额结构图

图表 48 中国毛衣主要品牌介绍

图表 49 中国羊毛衫主要品牌介绍

图表 50 中国风衣主要品牌介绍

图表 51 中国户外鞋搜索热度示意图

图表 52 中国户外鞋类市场规模增长趋势图

图表 53 中国户外鞋主要品牌介绍

图表 54 淘宝网登山鞋销量排名前五省份

图表 55 淘宝网徒步鞋销量排名前五省份

图表 56 淘宝网攀岩鞋销量排名前五省份

图表 57 淘宝网溯溪鞋主要品牌

图表 58 淘宝网溯溪鞋销量排名前五省份

图表 59 中国户外包类市场规模增长趋势图

图表 60 中国户外背包关注度排名

图表 61 中国户外背包关注度与价格区间重合情况

图表 62 主要高档品牌户外包

图表 63 主要中档品牌户外包

图表 64 主要低档品牌户外包

图表 65 摄影包主要品牌情况

图表 66 洗漱包主要品牌情况

图表 67 中国户外装备市场规模增长趋势图

图表 68 户外垫子主要品牌

图表 69 户外用品营销渠道结构图

图表 70 户外用品商场数量规模

图表 71 户外用品商场数量排行榜

图表 72 户外用品专卖店数量规模

图表 73 户外用品专卖店数量排行榜

图表 74 中国户外用品电商渠道零售额统计

图表 75 淘宝/天猫主要户外品牌

图表 76 淘宝/天猫主要户外运动用品种类

图表 77 互联诚品户外商城经营的主要户外品牌

图表 78 广东主要展馆情况统计

图表 79 直链式信息传递模式图

图表 80 直链式跨级信息传递模式图

图表 81 网状信息传递模式图

图表 82 集成式信息流运作模式图

图表 83 部分体育、户外品牌库存数据分析

图表 84 户外用品企业采购流程图

图表 85 户外用品企业生产流程

图表 86 户外用品企业营销流程

图表 87 The North Face渠道数量超过40个的7个省市

图表 88 The North Face覆盖城市最多的5个省

图表 89 诺斯兰产品销售渠道分布

图表 90 乐飞叶产品销售渠道分布

图表 91 Timberland的绿色标准

图表 92 奥索卡线上销售排名前五的区域

图表 93 奥索卡网上旗舰店销售情况

图表 94 奥索卡线上商城销售情况

图表 95 奥索卡网络搜索热度情况

图表 96 凯乐石赞助队员情况

图表 97 哥仑布直营店铺分布情况

图表 98 凯图巅峰的营销网络建设情况

图表 99 KingCamp营销网点分布图

图表 100 CAMEL的品牌定位分析

图表 101 普尔兰德营销网络图

图表 102 天津普尔兰德旅游装备有限公司产品介绍

图表 103 火枫主要产品分析

图表 104 2016-2022年中国户外用品行业市场规模预测

图表 105 2016-2022年中国户外服装市场规模预测趋势图

图表 106 2016-2022年中国户外鞋类市场规模预测趋势图

图表 107 2016-2022年中国户外装备市场规模预测趋势图

图表 108 户外用品企业IPO上市网上路演的主要事项

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/H47750HISR.html>