

2017-2022年中国户外用品 市场调查与行业竞争对手分析报告

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

《2017-2022年中国户外用品市场调查与行业竞争对手分析报告》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/P289412UIU.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

户外用品指的是参加各种探险旅游及户外活动时需要配置的一些设备。根据中国户外用品零售行业商会（CORA）的分类，户外用品分为服装类、鞋类、背包类、装备类、配件类和器材类六大类，常见装备包括帐篷、登山鞋、防风衣裤、头盔、踏雪板、高山眼镜等。根据中国纺织品商业协会户外用品分会（COCA）数据，2014年我国户外用品消费中，服装、鞋类、背包消费金额占户外用品消费的90%以上。

户外用品分类	类别	定义	产品
服装类	为户外运动专门制作的，穿着于人体起保护和装饰作用的纺织产品	速干衣、速干裤、冲锋衣、冲锋裤、风雨衣、雨裤、羽绒衣裤、滑雪衣裤等	
鞋类	为户外运动专门制作的，穿着于脚上直接与地面接触的产品	登山鞋、越野跑鞋、徒步鞋、沙漠鞋、凉鞋、攀岩鞋、高山靴、雪鞋等	
背包类	为户外运动专门制作的，用于容纳物品的，单体独立的包裹类产品	登山包、徒步包、旅行包、腰包、斜挎包、摄影包、折叠整理箱等	
装备类	为户外运动专门制作的，在露营时提供保护的可折叠的产品	露营帐篷、沙滩帐篷、帐篷配件、睡袋、防潮垫、帷帐、家具等	
配件类	为户外运动专门制作的，用于辅助运动的各类配件	灯具、照明、指南针、头盔、GPS、登山杖、弹弓、绳索等	
器材类	为户外运动专门制作的，大型机械性器具	自行车、充气船、快艇、滑翔伞、摩托车、越野车等	

户外运动属于舶来品，20世纪80年代初户外运动从欧美传入中国，2000年左右，我国户外用品行业迎来爆发式增长。根据COCA统计数据，2000-2015年我国户外用品年零售总额从1.48亿元上升至221.9亿元，GAGR高达43.08%。受消费疲软的大环境影响，近年来户外用品行业进入调整期，增速有所下降，2015年增速为10.51%。

《2017-2022年中国户外用品市场调查与行业竞争对手分析报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了户外用品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国户外用品行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国户外用品行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一章 户外用品相关概述

第一节 户外用品的概念

一、户外用品定义

二、户外用品特点

三、户外用品适用人群

四、户外用品发展历程

第二节 户外用品的分类

一、服装纺织类

二、鞋类

三、背包类

四、装备类

五、配件类

六、器材类

第二章 2016-2017年全球户外用品行业运行状况分析

第一节 2016-2017年世界户外用品行业发展分析

一、世界户外用品发展特色分析

二、世界户外用品热销用品点评

三、世界户外用品关注品

四、金融危机对世界户外用品行业影响

第二节 2016-2017年欧洲户外用品行业发展分析

一、欧洲户外服装纺织类销售情况

二、英国户外运动产业分析

三、德国户外运动产业分析

四、欧洲户外市场未来发展趋势分析

第三节 2016-2017年美国户外用品行业发展分析

一、美国户外产品网络销售情况

二、美国滑雪用品销售额变化情况

第四节 2017-2022年世界户外用品发展趋势展望

一、加拿大始祖鸟公司

二、德国沙乐华公司

三、美国哥伦比亚公司

- 四、美国土拨鼠公司
- 五、美国狮牌公司
- 六、美国天坡伦公司

第三章 2016-2017年中国户外用品行业市场发展环境解析

第一节 2016-2017年中国宏观经济环境分析

- 一、中国gdp分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2016-2017年中国户外用品市场政策环境分析

- 一、户外用品国家标准
- 二、《新疆维吾尔自治区户外运动管理条例(草案)》
- 三、《全民健身计划纲要》
- 四、《山地户外运动管理办法》
- 五、进出口政策分析
- 六、其他相关法律法规的影响分析

第三节 2016-2017年中国户外用品社会发展环境分析

- 一、全国社会消费品零售总额
- 二、全国百家重点大型零售企业销售情况
- 三、全国居民消费价格分析

第四章 2016-2017年中国户外用品行业发展现状分析

第一节 2016-2017年中国户外用品运行总况

- 一、中国户外用品行业市场发展现状分析
- 二、国际知名户外用品品牌加速抢滩中国
- 三、未来5年户外用品进入高速通道
- 四、中国户外用品行业前景分析

第二节 2016-2017年中国户外用品行业运行现状分析

- 一、品牌成长迅速

- 二、产业规模发展较快
- 三、销售网络初步织就
- 四、在发展方向上由专业化向大众化转变
- 五、在发展速度上由高速发展向平稳、持续增长转变
- 六、在产品品味上由实用型向流行性转变

第三节 户外用品市场品牌商与零售商间冲突及对策

- 一、渠道冲突
- 二、产品冲突
- 三、价格冲突
- 四、供货冲突
- 五、服务冲突
- 六、推广冲突
- 七、户外产品零售店发展对策

第四节 中国户外用品行业存的隐忧

- 一、行业标准亟待制订
- 二、行业竞争急需规范
- 三、营销网络进一步拓展

第五章 2016-2017年中国户外用品市场运行分析

第一节 中国户外用品市场需求分析

- 一、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
- 二、户外用品需求规模分析
- 三、户外用品需求结构分析

第二节 户外用品市场结构分析

- 一、户外用品品牌增长分析
- 二、户外用品市场出货分析
- 三、户外用品市场价格分析
 - 1、户外运动服装价格分析
 - 2、户外运动鞋价格分析

第三节 2016-2017年中国户外用品进出口分析

一、中国户外用品进口分析

二、中国户外用品出口分析

三、中国户外用品产业的出口机遇

第四节 中国市场户外用品市场动态分析

第六章 2016-2017中国户外用品行业区域市场发展潜力

第一节 北京市户外用品行业发展潜力分析

一、北京户外用品行业发展现状分析

二、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

三、北京户外用品行业发展潜力分析

第二节 江浙地区户外用品行业发展潜力分析

一、户外用品行业发展现状分析

二、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

三、户外用品行业发展潜力分析

第三节 广东省户外用品行业发展潜力分析

一、广东户外用品行业发展现状分析

二、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、广东居民私家车保有量分析

三、广东户外用品行业发展潜力分析

第四节 山东省户外用品行业发展潜力分析

一、山东户外用品行业发展现状分析

二、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

三、户外用品行业发展潜力分析

第五节 川渝地区户外用品行业发展潜力分析

一、户外用品行业发展现状分析

二、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

三、户外用品行业发展潜力分析

第六节 武汉及长沙户外用品行业发展潜力分析

一、户外用品行业发展现状分析

二、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

三、户外用品行业发展潜力分析

第七节 东北三省户外用品行业发展潜力分析

一、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

二、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

三、户外用品行业发展潜力分析

第七章 2016-2017年中国户外用品市场营销分析

第一节 中国户外用品市场的营销概况

一、户外用品多采用“三位一体”销售模式

二、中国户外用品体育营销方式日渐发展

三、中国户外用品经营商家营销的问题

第二节 中国户外用品市场营销创新的思考

- 一、中国户外用品市场营销亟需创新
- 二、重新定义需求内涵推崇“泛户外”概念
- 三、注重户外市场服务互动与消费者价值体验
- 四、营销规划需要结合科学和人文和艺术
- 五、户外用品的网络营销策略创新
- 六、2017年户外用品营销策略

第三节 户外运动服装的营销方式

- 一、大型商场百货公司
- 二、普通商场服装店
- 三、户外运动服装专卖店
- 四、商场、超市及连锁店
- 五、批发市场
- 六、邮购
- 七、网上销售

第四节 户外用品店的经营及营销策略建议

- 一、经营战略
- 二、营销策略
- 三、营销方案
- 四、营销战略

第八章 2016-2017年中国户外用品需求与消费者偏好调查

第一节 2016-2017年中国户外用品消费者分析

- 一、户外用品消费者特征
- 二、户外用品消费群分析
- 三、旅游户外用品重度购买者特征及其营销分析

第二节 运动鞋市场消费观念调查

- 一、品牌认知度调查
- 二、运动鞋价位选购调查
- 三、运动鞋颜色选择调查
- 四、影响消费因素

第九章 2016-2017年中国户外用品市场竞争格局分析

第一节 2016-2017年中国户外用品行业竞争分析

一、洋品牌开拓中国市场

二、本土品牌竞争分析

三、户外产品核心价值分析

第二节 2016-2017年外资在中国户外用品市场竞争分析

一、国际户外品牌在中国市场发展分析

二、美国I.l.bean在中国市场扩张分析

三、年阿迪达斯进军户外用品市场分析

四、德国索力户外休闲鞋开发中国市场

第三节 2016-2017年中国户外用品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第四节 2017-2022年中国户外用品行业竞争趋势分析

第十章 2016-2017年中国户外用品企业竞争策略分析

第一节 2016-2017年中国户外用品市场竞争策略分析

一、户外装备中国化策略

二、中国户外店各种形态与策略

三、户外企业商业模式创新

第二节 2016-2017年中国户外运动鞋服品牌竞争策略

一、开创新品类

二、品牌文化

三、营销模式

第十一章 2017年中国户外用品部分企业运行现状分析

第一节 北京探路者户外用品股份有限公司

第二节 浙江牧高笛户外用品有限公司

第三节 富信天伦天福建、户外体育用品有限公司

第四节 福建鸿星尔克体育用品有限公司

第五节 亚玛芬体育用品贸易(上海)有限公司

第六节 北京奥索克体育用品有限公司

第七节 李宁(中国)体育用品有限公司

第八节 南京诺诗兰户外用品有限公司

第九节 宁波市江北牧高笛户外用品有限公司

第十节 北京康尔健野旅游用品有限公司

第十一节 圣弗莱(福建)户外用品有限公司

第十二章 2017-2022年中国户外用品市场的前景趋势分析

第一节 2017-2022年中国户外用品行业的发展前景展望

- 一、中国户外用品蕴藏巨大市场前景
- 二、中国户外用品市场增长潜力大
- 三、中国户外用品市场将迎来发展黄金时期
- 四、2017-2022年中国户外用品销售额预测

第二节 2017-2022年中国户外用品行业的发展趋势预测

- 一、中国户外用品行业未来发展趋势
- 二、未来中国户外用品市场将呈跳跃式发展
- 三、中国户外用品市场兼并时代即将到来
- 四、大型户外用品连锁店是未来发展趋势

第十三章 2017-2022年中国户外用品行业投资机会及风险规避指引

第一节 2017-2022年中国户外用品行业投资概况分析

- 一、户外用品投资特性
- 二、中国户外用品业投资优势分析

第二节 2017-2022年中国户外用品行业投资机会分析

- 一、大众化和专业化相结合的户外运动用品
- 二、连锁化的专业零售渠道
- 三、户外用品市场蕴含良好的投资机会
- 四、极地户外用品市场有待开发

第三节 2017-2022年中国户外用品行业投资风险预警

- 一、政策风险
- 二、经营风险
- 三、进入退出风险
- 四、信贷风险

第四节 专家投资建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/P289412UIU.html>