

2014-2020年中国户外服装 市场前景研究与投资战略分析报告

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

《2014-2020年中国户外服装市场前景研究与投资战略分析报告》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/fuzhuang/U72719TTPG.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

第一部分产业状况分析

第一章户外服装行业现状 1

第一节行业介绍 1

一、户外服装行业的描述及定义 1

二、户外服装行业特点及主要问题 1

第二节国家产业政策及行业运行环境 4

第三节户外服装产品所处产业生命周期 6

一、户外服装产品发展周期展示 6

二、户外服装产品所处生命周期位置 6

第四节户外服装产品产业链现状及分析 7

第五节户外服装行业市场竞争分析 10

第六节户外服装行业市场进入 / 退出壁垒 12

第二章行业生产调查分析 14

第一节 2011-2014年国内户外服装行业产量统计 14

一、产品构成 14

二、产量统计数据 14

第二节企业市场集中度 14

一、主要产品市场分布 14

二、整个市场区域划分 15

第三节产品生产成本 16

一、原材料 16

二、生产成本 16

三、管理费用 16

第四节近期户外服装产品发展动态与机会 18

一、近期新兴产品动态及其市场定位 18

二、产品新技术及技术发展动向 20

三、企业投资的方向和空间 21

第三章户外服装产品消费调查分析 23

第一节产品消费量调查 23

第二节产品价格调查 25

一、不同层次产品价格区间 25

二、不同区域市场价格区间 26

三、不同销售渠道价格情况 27

第三节消费群体调查 27

一、消费群体构成 27

二、不同消费群体偏好以及对产品的关注要素 28

三、下游消费市场需求规模调查 28

第四节品牌满意度调查 29

一、品牌构成 29

二、品牌满意度 33

第二部分产业渠道及竞争分析

第四章户外服装销售渠道分析 39

第一节行业产品销售的主要渠道 39

一、商超渠道分析 39

二、专卖店渠道分析 41

三、普通商场 41

四、大型商场 42

五、批发市场 42

六、邮购 42

七、网上销售 43

第二节不同企业群体的渠道方式分析 43

一、国内企业群体渠道分析 43

二、国外企业群体渠道分析 44

三、北京品牌企业渠道分析 44

四、辽宁品牌企业渠道分析 47

五、上海品牌企业渠道分析 49

六、广东品牌企业渠道分析 52

七、浙江品牌企业渠道分析 55

第三节渠道新策略 58

一、新的销售渠道 58

二、渠道整合 59

第四节户外用品行业渠道存在的问题 60

一、渠道冲突 61

二、产品冲突 65

三、价格冲突 67

四、供货冲突 68

五、服务冲突 70

六、推广冲突 71

七、户外产品零售店发展对策 72

第五章户外服装竞争调查分析 86

第一节竞争结构 86

一、现有企业间竞争调研 86

二、潜在进入者调研 86

三、替代品调研 87

四、供应商议价能力调研 88

五、客户议价能力调研 90

第二节行业集中度调研 91

一、市场集中度调研 91

二、企业集中度调研 92

三、区域集中度调研 92

第三节户外服装行业主要企业竞争调研 93

一、重点企业竞争横向对比分析 93

二、重点企业全年营业收入对比分析 94

三、重点企业渠道对比分析 96

四、重点企业利润总额对比分析 99

五、重点企业国外市场对比分析 101

第六章 2011-2014年户外用品进出口市场调研 103

第一节 户外用品进口市场分析 103

- 一、进口产品结构 103
- 二、进口地域格局 103
- 三、进口量与金额统计 103

第二节 户外用品出口市场分析 104

- 一、出口产品结构 104
- 二、出口地域格局 104
- 三、出口量与金额统计 104

第三节 进出口政策 105

- 一、贸易政策 105
- 二、出口贸易存在的问题 106
- 三、存在问题的原因 107
- 四、出口贸易建议 110
- 五、贸易壁垒 114

第三部分 重点企业及关联产业分析

第七章 户外服装重点企业与品牌分析 116

第一节 企业分析 116

- 一、探路者 116
 - 1、企业简介 116
 - 2、组织架构及销售系统 117
 - 3、产销量统计 120
 - 4、公司主要财务指标分析 121
 - 5、产品线构成以及各产品市场定位 124
 - 6、渠道策略 125
 - 7、近期发展规划 129
 - 8、企业优劣势 132
- 二、三夫 136
 - 1、企业简介 136
 - 2、发展形势 139

- 3、销售渠道 140
- 4、销售网络 141
- 5、2014年经营情况 142
- 6、2014年展望 143
- 三、哥伦比亚 143
 - 1、企业概况 143
 - 2、经营情况 145
 - 3、运营模式 151
 - 4、品牌分析 153
 - 5、销售渠道 156
 - 6、持续创新 158
- 四、始祖鸟 159
 - 1、企业概况 159
 - 2、品牌情况 161
 - 3、经营情况 163
- 五、雪狼 164
 - 1、企业概况 164
 - 2、经营业务 165
 - 3、发展战略 165
 - 4、发展模式 167
 - 5、经营模式 167
 - 6、产品优势 168
- 第二节强势品牌调研 169
 - 一、kailas 169
 - 1、品牌描述 169
 - 2、品牌定位 171
 - 3、品牌影响力 172
 - 二、KingCamp 172
 - 1、品牌描述 172
 - 2、品牌定位 173
 - 3、品牌影响力 173
 - 4、品牌网络 174

三、奥索卡 174

1、品牌描述 174

2、品牌定位 176

3、品牌影响力 176

四、JACKWOLFSKIN 177

1、品牌描述 177

2、品牌策略 179

3、品牌渠道 181

4、品牌影响力 183

5、品牌经营 185

五、THENORTHFACE 185

1、品牌描述 185

2、品牌经营 186

3、品牌影响力 186

4、品牌经营规划 188

第八章户外服装行业上下游市场调研 190

第一节 2014-2020年户外服装原材料市场分析 190

一、户外服装上游原材料构成 190

二、户外服装上游原材料最新市场动态 190

三、国内产销量 197

四、原材料价格走势 198

五、主要供应企业供应量 199

六、产业政策 201

第二节消费市场 203

一、户外服装产品消费市场构成 203

二、户外服装产品消费市场结构变化趋势 203

三、户外服装产品下游市场相关政策 205

四、主要消费群体（企业）消费量 206

第三节潜在市场 210

一、户外服装产品的现有潜在用户分析 210

二、户外服装产品的潜在用户挖掘 211

第四节产业链运行分析 212

一、户外服装产业经济环境 212

二、户外服装产业社会环境 246

三、户外服装产品产业环境分析 256

四、上下游关联度分析 259

第五节户外服装产品产业发展前景预测 259

一、技术 259

二、消费者对于产品特性要求新变化或趋势 262

三、户外用品发展概况 264

四、整体市场前景预测 268

第四部分细分行业及战略探讨

第九章户外服装细分市场调研 271

第一节冲锋衣 271

一、产品特性 271

二、市场前景 272

三、消费模式 273

四、消费者需求发展趋势 274

五、品牌推荐 275

第二节骑行服 277

一、产品特性 277

二、市场前景 282

三、消费模式 283

四、消费者需求发展趋势 283

第三节户外休闲衣 284

一、产品特性 284

二、市场前景 284

三、面料趋势 287

四、消费者需求发展趋势 289

第十章主要结论及中国产业洞察网策略建议 291

第一节主要结论及观点 291

第二节策略建议 292

一、产品策略 292

二、渠道策略 294

三、价格策略 296

四、开发潜在市场的建议 300

五、市场竞争策略建议 301

第三节战略研究 303

一、技术开发战略 303

二、业务组合战略 306

三、区域战略规划 309

四、产业战略规划 319

五、战略营销规划 320

六、信息建设战略 323

图表目录

图表：产品发展生命周期展示 6

图表：户外运动用品专业零售品牌地域分布 16

图表：2014年我国户外细分市场占比情况 23

图表：2014年中国核心户外市场上品牌数量情况 24

图表：2014年中国户外产品销售点情况 25

图表：四户外品牌北京渠道数量占比分析 45

图表：四户外品牌北京渠道类型及数量对比 46

图表：四大品牌辽宁区域渠道类型及数量对比 47

图表：四大品牌辽宁区域渠道分布占比 49

图表：户外品牌上海渠道数量占比分析 50

图表：户外品牌上海渠道类型及数量对比 51

图表：户外品牌上海市五个重点区域渠道数量对比 52

图表：户外品牌广东渠道数量占比情况 53

图表：户外品牌广东6个城市渠道对比 54

图表：户外品牌浙江渠道数量占比 56

- 图表：户外品牌浙江渠道类型及数量对比 57
- 图表：户外用品居2014年淘宝商品销售排行第5名 63
- 图表：各个派别当中具有代表性的品牌横向对比 93
- 图表：2014年探路者销售业绩 94
- 图表：2014年哥伦比亚销售状况 95
- 图表：户外品牌国家占比情况 96
- 图表：最近六个月内三品牌网络关注度数据 97
- 图表：最近六个月内关注三品牌地区分布 97
- 图表：最近六个月内关注品牌地区分布 98
- 图表：渠道未来格局 99
- 图表：2014年我国户外用品进口地区分析 103
- 图表：北京探路者户外用品股份有限公司组织架构 117
- 图表：2014年上半年北京探路者户外用品股份有限公司行业构成分析 120
- 图表：2014年上半年北京探路者户外用品股份有限公司产品构成分析 120
- 图表：2014年上半年北京探路者户外用品股份有限公司产品构成分析 121
- 图表：2011-2014年北京探路者户外用品股份有限公司偿债能力分析 121
- 图表：2011-2014年北京探路者户外用品股份有限公司资本结构分析 122
- 图表：2011-2014年北京探路者户外用品股份有限公司经营效率分析 122
- 图表：2011-2014年北京探路者户外用品股份有限公司获利能力分析 123
- 图表：2011-2014年北京探路者户外用品股份有限公司发展能力分析 123
- 图表：2011-2014年北京探路者户外用品股份有限公司现金流分析 124
- 图表：2011-2014年北京探路者户外用品股份有限公司投资收益分析 124

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/U72719TTPG.html>