

# 2020-2026年中国户外用品 市场评估与投资可行性报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国户外用品市场评估与投资可行性报告》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.cction.com/report/202004/160812.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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处于快速增长的成长阶段。2016年我国户外用品行业零售市场规模约232.8亿元，同比2015年的221.9亿元增长了4.91%，户外用品行业出货金额约11亿元，同比2015年的123.1亿元增长了6.5%。 2015-2019年全球户外用品市场规模分析

中企顾问网发布的《2020-2026年中国户外用品市场评估与投资可行性报告》共九章。首先介绍了户外用品相关概念及发展环境，接着分析了中国户外用品规模及消费需求，然后对中国户外用品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国户外用品面临的机遇及发展前景。您若想对中国户外用品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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015年行业品牌发展

#### 5.1.2 2016年行业品牌发展

#### 5.1.3 2019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 2015年行业销售状况

#### 5.2.2 2016年行业销售状况

#### 5.2.3 2019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 2015-2019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 2015年企业经营状况

#### 7.1.3 2016年企业经营状况

#### 7.1.4 2019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

### 7.3 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

### 7.4 北京长天时代户外体育用品有限公司

#### 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

## 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

### 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2007-2016年中国户外用品行业市场规模
- 9.1.4 儿童市场前景分析
- 9.2 2020-2026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 2019年我国规模以上工业生产主要数据
- 图表10 2020-2026年中国户外用品零售总额预测
- 图表11 2020-2026年中国户外用品出货总额预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202004/160812.html>