

2021-2027年中国户外用品 市场深度分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国户外用品市场深度分析与投资战略报告》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.cction.com/report/202012/198445.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

专业户外店：大点在不断优化升级下逐渐恢复增长，而中小户外店仍发展不佳。百货渠道回暖，户外大店增长良好

中企顾问网发布的《2021-2027年中国户外用品市场深度分析与投资战略报告》共十四章。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：

第一部分户外用品业运行新形势聚焦

第一章 户外用品相关概述

第一节 户外用品的概念

一、户外用品界定

二、户外用品特点

三、户外用品适用人群

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 2016-2019年全球户外用品行业运行状况分析

第一节 2016-2019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牌分析
- 四、金融危机对世界户外用品行业影响

第二节 2016-2019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 2016-2019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 2021-2027年世界户外用品发展趋势展望

第三章 2016-2019年中国户外用品行业市场发展环境解析

第一节 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019年中国户外用品行业运行新形势透析

第一节 2016-2019年中国户外用品运行总况

- 一、中国户外运动用品发展历程
- 二、中国户外运动用品特点分析
- 三、中国户外用品市场跳跃式发展分析
- 四、中国户外用品市场多元化发展分析

第二节 2016-2019年中国户外用品市场分析

- 一、我国户外运动用品品牌发展分析 2017年户外用品品牌数量下降亿元规模以上的品牌占市场份额大头
- 二、户外运动用品销售渠道分析
- 三、户外运动用品地域分布
- 四、户外用品展览会发展分析

第三节 2016-2019年中国户外用品行业问题及对策

- 一、户外用品行业假货问题分析
- 二、户外用品行业产品同质化问题
- 三、户外用品行业质量安全问题

第四节 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

第五章 2016-2019年中国户外用品制造所属行业数据监测分析

第一节 2016-2019年中国户外用品制造所属行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

第二节 2019年中国户外用品制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

(一)、不同类型分析

(二)、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

(一)、不同类型分析

(二)、不同所有制分析

第三节 2016-2019年中国户外用品制造所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2016-2019年中国户外用品制造所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2016-2019年中国户外用品制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第二部分 户外用品市场深度调研

第六章 2016-2019年中国户外用品细分市场运行分析

第一节 2016-2019年中国运动鞋产业生存现状

一、品牌运动鞋市场发展状况

二、国内运动鞋产业与国际品牌的差距

三、运动鞋企业振兴方法探索

四、我国运动鞋市场发展趋势

第二节 2016-2019年中国户外服装及背包市场发展分析

一、户外服装市场发展现状

二、中国户外运动服装销售渠道构成

三、户外服装店营销分析

四、2016-2019年中国背包市场分析

第七章 2016-2019年中国部分地区户外用品产业分析

第一节 深圳户外用品产业发展分析

- 一、深圳经济指标分析
- 二、深圳户外用品销售动态
- 三、户外运动制造新机遇分析
- 四、深圳户外培训产业发展分析

第二节 哈尔滨户外用品市场分析

- 一、哈尔滨户外用品市场发展形势
- 二、户外用品功能走向分析
- 三、定位通讯设备市场分析

第三节 南京户外用品市场发展分析

- 一、南京户外用品市场聚集情况
- 二、南京户外用品国际知名品牌分析
- 三、南京户外用品市场前景分析

第四节 麻城户外用品产业发展分析

- 一、麻城户外用品产业发展状况
- 二、麻城户外用品产业发展环境分析
- 三、麻城户外用品产业动态

第八章 2016-2019年中国户外用品需求与消费者偏好调查

第一节 2016-2019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

第三部分 户外用品市场竞争力透析

第九章 2016-2019年中国户外用品市场竞争格局透析

第一节 2016-2019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 2016-2019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L.L.Bean在中国市场扩张分析

三、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 2016-2019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 2016-2019年中国户外用品行业竞争中存的问题

第五节 2021-2027年中国户外用品行业竞争趋势分析

第十章 2016-2019年中国户外用品企业竞争策略分析

第一节 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019年中国户外用品优势生产企业竞争力及关键性数据分析

第一节 泉州鸿星尔克体育用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第二节 青岛双星集团出口鞋有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第三节 湖州四友旅游用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第四节 浙江牧高笛户外用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第五节 连云港恒君户外用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第六节 厦门诚宝工贸有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第四部分 户外用品市场前景与投资策略研究

第十二章 2021-2027年中国户外用品行业前景预测分析

第一节 2021-2027年户外用品行业发展趋势

一、大型户外用品连锁店发展趋势

二、“大户外”概念趋势

三、户外企业商场渠道趋势

四、企业品牌建设趋势

第二节 户外服装“泛户外化”趋势

一、功能化细分化趋势

二、人性化趋势

三、携带轻便化趋势

第三节 2021-2027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、中国户外用品市场兼并时代即将到来

第四节 2021-2027年中国户外用品市场盈利预测分析

第十三章 2021-2027年中国户外用品行业投资机会及风险规避指引

第一节 2016-2019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 2021-2027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 2021-2027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

第十四章 2021-2027年中国户外用品行业投资战略研究()

第一节 户外用品店开店策略

一、合理安排产品结构

二、降低管理成本

三、根据目标消费群选店址

四、对户外活动有兴趣

五、代理户外产品品牌

六、组织活动策略

第二节 户外用品零售店投资方案解析

第三节 二手户外用品店的投资建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198445.html>