

2021-2027年中国户外运动 行业前景展望与市场运营趋势报告

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年中国户外运动行业前景展望与市场运营趋势报告》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/202012/197633.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

户外运动，是一组在自然环境举行的带有探险或体验探险的运动项目群。其中包括登山、攀岩、悬崖速降、皮划艇、潜水、帆船、定向运动、等项目，户外运动中多数带有探险性，属于极限和亚极限运动，有很大的挑战性和刺激性，拥抱自然，挑战自我。目前中国的户外产业基数小，并且未来的户外基础设施也会在政策促动下展开，9000亿的产业规模可以实现2016-2018年中国户外运动行业市场规模走势2017年中国户外运动各细分领域市场规模（单位：亿元）中企顾问网发布的《2021-2027年中国户外运动行业前景展望与市场运营趋势报告》共十四章。首先介绍了中国户外运动行业市场发展环境、户外运动整体运行态势等，接着分析了中国户外运动行业市场运行的现状，然后介绍了户外运动市场竞争格局。随后，报告对户外运动做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国户外运动行业发展趋势与投资预测。您若想对户外运动产业有个系统的了解或者想投资中国户外运动行业，本报告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：

第一部分产业环境透视

第一章户外运动行业概述

第一节户外运动行业概述

一、户外运动的定义

二、户外运动的分类

第二节最近3-5年中国户外运动行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业生命周期

第二章2016-2019年中国户外运动行业发展环境分析

第一节2016-2019年中国户外运动行业经济环境分析

一、2016-2019年中国经济运行形势分析

二、2016-2019年经济运行中的主要问题

三、2021-2027宏观调控政策取向分析

第二节2016-2019年中国户外运动行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、行业发展规划分析

三、相关行业标准分析

第三节2016-2019年中国户外运动行业发展社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节2016-2019年中国户外运动行业技术环境分析

一、行业技术发展水平

二、行业技术发展动态

三、行业技术发展趋势

第二部分行业深度分析

第三章2016-2019年中国户外运动所属行业发展概况

第一节2016-2019年中国户外运动所属行业发展概况

一、中国户外运动行业发展阶段

二、中国户外运动行业发展总体概况

三、中国户外运动行业发展特点分析

第二节2016-2019年中国户外运动行业发展现状

一、2016-2019年中国户外运动行业市场规模

二、2016-2019年中国户外运动行业发展分析 2019年中国户外运动行业整体市场规模达484亿元人民币，其中核心户外市场规模达到184.4亿元，较上年增长1.9%。2017年户外整体市场规模达504.2亿元人民币，其中核心户外市场规模达到190.3亿元，较上年增长3.2%。2019年户外运动行业整体市场规模达537亿元人民币，其中核心户外市场规模达到204.1亿元.2012-2018年

核心户外市场规模及变化情况（单位：亿元，%）

三、2016-2019年中国户外运动行业企业发展分析

第三节2016-2019年中国户外运动市场动态分析

第四章2016-2019年中国户外运动所属行业运行分析

第一节中国户外运动行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业销售收入规模状况

五、行业利润规模情况分析

第二节中国户外运动行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第五章2016-2018中国户外运动市场供需分析

第一节2016-2018中国户外运动行业供给分析

一、2016-2019年中国户外运动行业产值情况

二、2016-2019年中国户外运动行业供给区域

第二节2016-2019年中国户外运动行业需求分析

一、2016-2019年中国户外运动行业需求情况

二、2016-2019年中国户外运动行业需求区域

第三节2016-2018户外运动行业供需平衡分析

第六章2016-2019年中国户外运动区域市场规模分析

第一节2016-2019年中国户外运动市场规模分析

第二节2016-2019年中国户外运动区域市场规模分析

一、2016-2019年东北地区市场规模分析

二、2016-2019年华北地区市场规模分析

三、2016-2019年华东地区市场规模分析

- 四、2016-2019年华中地区市场规模分析
- 五、2016-2019年华南地区市场规模分析
- 六、2016-2019年西部地区市场规模分析

第七章2016-2019年中国户外运动上下游行业分析

第一节户外运动行业上下游分析

- 一、与行业上下游之间的关联性
- 二、上游原材料供应形势分析
- 三、下游市场发展分析

第二节户外运动行业产业链分析

- 一、行业上游影响及风险分析
- 二、行业下游风险分析及提示
- 三、关联行业风险分析及提示

第三部分竞争格局分析

第八章中国户外运动行业市场竞争格局及策略分析

第一节行业总体市场竞争状况分析

- 一、户外运动行业竞争结构分析

第二节户外运动行业竞争策略

- 一、提高户外运动企业核心竞争力的对策
- 二、影响户外运动企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高户外运动企业竞争力的策略

第九章户外运动行业国内重点企业分析

第一节探路者控股集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业优势与劣势分析
- 五、企业发展战略分析

第二节三夫户外用品有限公司

- 一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第三节深圳火狐狸户外用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第四节宁波雪狼户外服饰有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第五节福建省乾昆体育用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第六节火枫野营用品公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第七节派格户外用品(上海)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第八节杭州犸凯奴户外用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第四部分发展前景展望

第十章2021-2027年中国户外运动行业投资效益与机会分析

第一节2016-2019年行业投资收益率比较及分析

一、2016-2019年相关产业投资收益率比较

二、2016-2018行业投资收益率分析

第二节2021-2027年中国户外运动行业投资效益分析

一、2021-2027年户外运动行业投资效益分析

二、2021-2027年户外运动行业投资趋势预测

三、2021-2027年户外运动行业投资的建议

四、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节2021-2027年影响户外运动行业发展的主要因素

一、2021-2027年影响户外运动行业运行的有利因素分析

二、2021-2027年影响户外运动行业运行的不利因素分析

三、2021-2027年中国户外运动行业发展面临的挑战分析

四、2021-2027年中国户外运动行业发展面临的机遇分析

第十一章户外运动行业发展预测分析

第一节户外运动行业发展预测分析

一、2021-2027年中国户外运动行业潜力分析

二、2021-2027年中国户外运动行业前景展望分析

三、2021-2027年中国户外运动行业发展趋势分析

第二节2021-2027年中国户外运动行业发展预测分析

一、2021-2027年中国户外运动供给预测

二、2021-2027年中国户外运动需求预测

三、2021-2027年中国户外运动供需平衡预测

第三节2021-2027年中国户外运动行业投资风险分析

一、2021-2027年户外运动行业市场风险及控制策略

二、2021-2027年户外运动行业政策风险及控制策略

三、2021-2027年户外运动行业经营风险及控制策略

四、2021-2027年户外运动行业技术风险及控制策略

五、2021-2027年户外运动同业竞争风险及控制策略

六、2021-2027年户外运动行业其他风险及控制策略

第十二章观点与结论

第一节2016-2019年户外运动行业研究结论建议

第二节2021-2027年户外运动行业投资价值评估

第三节户外运动行业投资建议

图表目录

图表：行业生命周期图

图表：2017-2019年国内生产总值增长速度（季度同比）

图表：2017-2019年全国规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：2017-2019年固定资产投资增速情况

图表：2019年社会消费品零售总额增速

图表：2019年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表：2019年全国居民人均消费支出及构成

图表：2013-2019年我国人口规模

图表：2019年各学段资助情况

图表：各学段财政投入占比情况

图表：2019年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入统计及增长情况

图表：2013-2019年中国城镇化率走势

图表：我国户外用品行业三大发展阶段

图表：近年来国家体育产业主要政策

图表：2016-2019年中国户外运动行业市场规模（单位：亿元）

图表：2011-2019年核心户外市场规模（单位：亿元）

图表：2019年中国户外运动各细分领域市场规模（单位：亿元）

图表：2019年中国户外运动各细分领域市场规模（单位：亿元）

图表：2012-2019年核心户外市场规模变化情况

图表：2016-2019年国内六大运动鞋服企业营业收入情况对比

图表：2016-2019年国内六大运动鞋服企业净利润对比

图表：2008-2019年我国户外运动从业人数（单位：万人）

图表：2010-2019年我国户外运动行业资产规模（单位：亿元）

图表：2015-2019年中国户外用品零售总额

图表：2016-2019年国内主要户外服饰企业营收情况

图表：2016-2019年国内主要户外服饰企业净利润情况

图表：2014-2019年户外运动行业营运能力指标

图表：2014-2019年行业资产负债率情况

图表：2014-2019年流动比率及速动比率变化情况

图表：2016-2019年中国户外运动行业产值（单位：亿元）

图表：2016-2019年中国户外产业增加值（单位：亿元）

图表：2016-2019年中国东部地区户外运动行业产值（单位：亿元）

图表：2016-2019年中国东部地区户外产业增加值（单位：亿元）

图表：2011-2019年中国富裕阶层人数（万人）

图表：2016-2019年中国户外运动市场规模（广义）

图表：2014-2019年东北地区户外运动市场规模（广义）

图表：东北地区户外运动群体年均消费情况分布

图表：2014-2019年华北地区户外运动市场规模（广义）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/197633.html>