

2024-2030年中国帐篷市场 深度分析与市场调查预测报告

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

《2024-2030年中国帐篷市场深度分析与市场调查预测报告》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/202310/418739.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国帐篷市场深度分析与市场调查预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 世界帐篷行业整体运营状况分析 1 第一节 世界帐篷市场运行环境分析 1 一、疫情下医用防疫帐篷需求量大增加 1 二、中国户外野营、探险盛行 1 第二节 世界户外用品业运行格局透析 1 一、世界户外用品特色分析 1 二、世界户外用品品牌综述 2 三、世界户外用品市场规模分析 5 第三节 部分国家帐篷行业运行分析 5 一、中国 5 二、美国 7 三、日本 7 四、韩国 8 第四节 世界帐篷行业市场趋势 8 第二章 中国帐篷行业市场运行环境解析 10 第一节 中国宏观经济环境分析 10 第二节 中国帐篷市场政策环境分析 13 一、行业监管体制 13 二、行业相关政策 13 三、行业相关标准 17 图表 12：我国帐篷行业相关标准 标准编号 标准名称 发布部门 实施日期 状态 DB31/T 1069-2017 经营性帐篷露营地建设与服务规范 上海市质量技术监督局 2018-1-1 现行 DB33/T 885-2013 帐篷安装、维护及再利用技术规范 浙江省质量技术监督局 2013-3-20 现行 DB51/T 1611 -2013 游牧用框架式帐篷结构承载性检验方法 四川省质量技术监督局 2013-12-1 现行 DB51/T 985-2010 游牧用框架式帐篷 四川省质量技术监督局 2010-3-1 现行 DB51/T 986-2010 游牧用双撑杆式帐篷 四川省质量技术监督局 2010-3-1 现行 DB51/T 987-2010 游牧用单撑杆式帐篷 四川省质量技术监督局 2010-3-1 现行 FZ/T 64037-2014 帐篷用双轴向经编基布 工业和信息化部 2014-10-1 现行 GA 1052局1-2013 帐篷 第1部分：12 m2单帐篷 公安部 2013-4-1 现行 GA 1052局2-2013 帐篷 第2部分：12 m2棉帐篷 公安部 2013-4-1 现行 GA 1052局3-2013 帐篷 第3部分：24 m2单帐篷 公安部 2013-4-1 现行 GA 1052局4-2013 帐篷 第4部分：24 m2棉帐篷 公安部 2013-4-1 现行 GA 1052局5-2013 帐篷 第5部分：60 m2单帐篷 公安部 2013-4-1 现行 GA 1052局6-2013 帐篷 第6部分：60 m2棉帐篷 公安部 2013-4-1 现行 GA 1052局7-2013 帐篷 第7部分：厕所帐篷 公安部 2013-4-1 现行 GB/T 27735-2011 野营帐篷国家质量监督检验检疫局 2012-7-1 现行 GB/Z 27735-2022 野营帐篷国家市场监督管理总局 2022-11-1 即将实施 GB/T 31710 局3-2015 休闲露营地建设与服务规范 第3部分：帐篷露营地国家质量监督检验检疫局 2016-5-1 现行 GB/T 33272-2016 遮阳篷和野营帐篷用织物国家质量监督检验检疫局 2017-7-1 现行 HDB/FZ127-2016 合成纤维制帐篷加工贸易单耗标准 海关总署 国家发展局 2016-9-12 现行 MZ/T 011局1-2010 救灾帐篷 第1部分：8m2单帐篷 民政部 2010-3-15 现行 MZ/T 011局2-2010 救灾帐篷 第2部分：12m2单帐篷 民政部 2010-3-15 现行 MZ/T 011局3-2010

救灾帐篷 第3部分：36m2单帐篷民政部 2010-3-15 现行 MZ/T 011局4-2010 救灾帐篷
第4部分：12m2棉帐篷民政部 2010-3-15 现行 MZ/T 011局5-2010 救灾帐篷 第5部分
：36m2棉帐篷民政部 2010-3-15 现行 MZ/T 011局6-2010 救灾帐篷 第6部分：厕所帐篷
民政部 2010-3-15 现行 MZ/T 011局7-2010 救灾帐篷 第7部分：帐篷涂层布 民政部
2010-3-15 现行 MZ/T 011局8-2013 救灾帐篷 第8部分：高原、高寒 20m2棉帐篷 民政部
2013-9-27 现行 QB/T 5512-2020 框架式结构帐篷 工业和信息化部 2021-1-1 现行
QB/T 5582-2021 帐篷用聚氯乙烯人造革 工业和信息化部 2021-10-1 现行 YS/T 847-2012
帐篷用高强度铝合金管 工业和信息化部 2013-6-1 现行 资料来源：中企顾问网整理 第
三节 中国帐篷市场社会环境分析 20 一、人口规模增长 20 二、成长化率持续推进 21 三、居
民收入不断增长 22 第三章 中国户外用品行业运行态势剖析 24 第一节 中国户外用品发展 24
一、中国户外用品行业发展历程 24 二、中国户外用品行业产业链 25 三、中国户外用品行业
零售额增长 25 第二节 中国户外用品业消费者分析 26 一、中国户外运动用品行业消费者基本
属性 26 二、中国户外运动用品行业消费者户外项目青睐度 28 三、中国户外运动用品行业消
费者消费支出情况 29 四、中国户外运动用品行业消费者产品选择情况 29 第三节 中国户外用
品业热点问题探讨 30 第四章 中国帐篷制造行业数据监测 35 第一节 中国行业规模分析 35
一、资产规模分析 35 二、销售规模分析 36 三、利润规模分析 36 第二节 中国行业产值分析
37 第三节 中国行业成本费用分析 38 第四节 中国行业运营效益分析 38 第五章 中国帐篷市
场运行走势分析 40 第一节 中国帐篷市场运行动态分析 40 一、美国对中国产帐篷实施召回 40
二、公安部技术成果多功能警用帐篷投入一线实战 41 第二节 中国帐篷市场运行状况分析 43
一、中国帐篷行业产量增长 43 二、中国帐篷行业表观需求量增长 44 三、中国帐篷行业国内
市场规模增长 44 第三节 中国帐篷市场消费群分析 45 一、消费者以体验者（业余爱好者）为
主 45 二、消费者具有年轻、高学历、中高收入的特征 45 第四节 中国帐篷细分市场运行分析
45 第六章 中国帐篷市场进出口贸易数据监测 47 第一节 棉制帐篷进出口情况 47 一、中国棉
制帐篷进口数据分析 47 二、中国棉制帐篷出口数据分析 48 三、中国棉制帐篷进出口平均单
价分析 48 四、中国棉制帐篷进出口国家及地区分析 49 第二节 合纤制帐篷进出口情况 51 一
、中国合纤制帐篷进口数据分析 51 二、中国合纤制帐篷出口数据分析 52 三、中国合纤制帐
篷进出口平均单价分析 52 四、中国合纤制帐篷进出口国家及地区分析 53 第三节 其他纺织材
料制帐篷进出口情况 55 一、中国其他纺织材料制帐篷进口数据分析 55 二、中国其他纺织材
料制帐篷出口数据分析 56 三、中国其他纺织材料制帐篷进出口平均单价分析 56 四、中国其
他纺织材料制帐篷进出口国家及地区分析 57 第七章 中国帐篷市场营销策略解析 59 第一节
中国帐篷市场的营销概况 59 一、帐篷多采用“三位一体”销售模式 59 二、中国
帐篷体育营销方式日渐发展 60 三、中国帐篷重度购买者的营销特点 60 第二节 中国帐篷市场

营销策略 61 一、重新定义需求内涵推崇“泛户外”概念 61 二、注重户外市场服务互动与消费者价值体验 62 三、营销规划需要结合科学和人文和艺术 63 第三节 中国户外运动服装纺织的营销方式 64 一、大型商场/百货公司 64 二、普通商场/服装店 64 三、户外运动服装专卖店 65 四、商场、超市及连锁店 65 五、批发市场 65 六、网上销售 65 第四节 中国帐篷品牌营销策略分析 66 一、从专业户外向户外休闲发展 66 二、销售渠道向二三线城市下沉 66 三、自主设计和开发能力增强 66 四、户外用品流行跳跃性色彩 67 第八章 中国帐篷市场竞争新格局透析 68 第一节 中国户外用品行业竞争总况 68 一、中国户外用品行业竞争格局分析 68 二、中国户外用品行业集中度分析 69 第二节 中国帐篷市场进入壁垒分析 70 一、品牌壁垒 70 二、设计研发壁垒 71 三、营销网络壁垒 71 四、综合供应能力壁垒 72 五、供应链管理壁垒 73 六、管理及人才壁垒 73 第三节 中国帐篷业集中度分析 73 一、市场集中度分析 73 二、区域集中度分析 75 第四节 中国帐篷行业竞争趋势预测 75 第九章 中国帐篷优势生产企业竞争力及关键性数据分析 76 第一节 浙江永强集团股份有限公司 76 一、企业概况 76 二、企业主要经济指标分析 76 三、企业盈利能力分析 77 四、企业偿债能力分析 77 五、企业运营能力分析 78 六、企业成长能力分析 78 第二节 牧高笛户外用品股份有限公司 79 一、企业概况 79 二、企业主要经济指标分析 80 三、企业盈利能力分析 81 四、企业偿债能力分析 81 五、企业运营能力分析 82 六、企业成长能力分析 82 第三节 天津环球休闲用品有限公司 83 一、企业概况 83 二、企业主要经济指标分析 83 三、企业盈利能力分析 84 四、企业偿债能力分析 85 五、企业运营能力分析 85 六、企业成长能力分析 86 第四节 浙江泰普森实业集团有限公司 86 一、企业概况 86 二、企业主要经济指标分析 87 三、企业盈利能力分析 88 四、企业偿债能力分析 89 五、企业运营能力分析 89 六、企业成长能力分析 90 第五节 探路者控股集团股份有限公司 90 一、企业概况 90 二、企业主要经济指标分析 91 三、企业盈利能力分析 91 四、企业偿债能力分析 92 五、企业运营能力分析 93 六、企业成长能力分析 93 第六节 扬州金泉旅游用品股份有限公司 94 一、企业概况 94 二、企业主要经济指标分析 94 三、企业盈利能力分析 95 四、企业偿债能力分析 95 五、企业运营能力分析 96 六、企业成长能力分析 97 第十章 中国帐篷行业发展趋势及进入策略 98 第一节 中国帐篷行业发展前景预测 98 一、中国户外用品业前景预测 98 二、中国帐篷市场前景预测 98 第二节 中国帐篷行业市场预测分析 98 一、帐篷供给情况预测分析 98 二、帐篷需求情况预测分析 99 三、帐篷进出口贸易预测分析 99 第三节 中国帐篷市场盈利预测分析 99 第四节 中国帐篷行业进入策略分析 99 一、投资进入策略 99 二、运作模式策略 100

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418739.html>