

2020-2025年中国户外用品行业竞争格局分析及投资规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国户外用品行业竞争格局分析及投资规划研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/cosmetics/610287.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

户外装备指的是参加各种探险旅游及户外活动时需要配置的一些设备。这些装备包括：帐篷、背包、睡袋、防潮垫或气垫、登山绳、岩石钉、安全带、上升器、下降器、大小铁锁、绳套、冰镐、岩石锤、冰爪、雪杖、头盔、踏雪板、高山眼镜、羽绒衣裤、防风衣裤、毛衣裤、手套、高山靴、防寒帽、冰锥、雪锥、炊具、炉具、多功能水壶、吸管或净水杯、指北针、望远镜、等高线地图或其它资料、防水灯具、刀具等。

中国户外用品行业仍处于发展初步阶段，从零售额来看，行业在发展初期呈现“迸发式发展”趋势，2011年市场零售额同比增速高达50.91%。但自2012年之后，中国户外用品零售额增速逐渐放缓。根据中纺协户外分会(COCA)数据显示，2019年中国户外用品零售额为250.2亿元，同比2018年仅增长了0.16%，达2002年以来行业增速最低，增速连续8年下降，行业迈入稳步发展阶段。

2010-2019年中国户外用品行业零售额及增速

我国户外用品出货额受销售额影响，2012年行业出货额增速逐年下降，自2012年的36.1%下降至2019年的0.28%，达历史最低增速。

2011-2019年中国户外用品行业出货额及增速

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 户外用品行业发展概述

第一节 户外用品行业相关概述

一、户外用品行业定义

二、户外用品分类概述

三、户外用品行业政策

（一）行业监管体制

（二）行业法规政策

第二节 户外用品行业经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、对外贸易发展形势分析

第三节 户外用品行业社会环境分析

一、中国人口2015-2019年龄结构

二、城乡居民收入情况

三、居民消费水平与结构

第四节 国内旅游业发展态势

一、居民旅游市场规模分析

（一）中国居民旅游人数规模

（二）国内居民旅游花费总额

（三）城乡居民国内旅游情况

二、入境旅游市场规模分析

（一）入境游客人数规模分析

（二）入境旅游收入规模分析

（三）入境旅游客源分布情况

（1）客源结构分析

（2）客源入境方式

（3）入境旅游目的

（4）2015-2019年龄及性别结构

（四）入境旅游过夜游客数

三、国内出境旅游市场分析

（一）居民出境旅游人数分析

（二）因私出境旅游人数分析

（三）赴日旅游市场状况分析

（四）赴台旅游市场状况分析

四、旅游细分市场发展分析

（一）休闲度假旅游市场分析

（二）蜜月旅行市场发展分析

（三）商务旅行市场发展分线

第五节 自驾游市场发展分析

一、中国房车产销量情况

（一）中国房车产量情况

（二）中国房车销量情况

二、自驾游市场发展特征

三、自驾游人数规模分析

四、自驾游市场调查分析

(一) 自驾游目的情况

(二) 自驾游组织情况

(三) 自驾游安排情况

(四) 自驾游车型情况

(五) 自驾游路段选择

(六) 自驾游热门区域

(七) 自驾游热门主题

(八) 出境自驾游市场

第六节 户外运动市场发展分析

一、户外运动基本情况分析

(一) 户外运动发展概况

(二) 户外运动类型分析

(三) 户外运动特征分析

二、户外运动发展方面分析

(一) 户外运动人数规模

(二) 户外运动市场规模

三、户外运动消费者分析

(一) 户外消费人群2015-2019年龄分布

(二) 户外消费人群喜爱户外运动排名

(三) 户外运动消费人群消费能力

四、户外产业发展趋势分析

第七节、户外俱乐部市场发展分析

一、中国主要户外俱乐部情况

二、国内主要户外俱乐部介绍

(一) 三夫俱乐部

(二) 兰州大玩家户外运动俱乐部

(三) 武汉穿山豹

(四) 合肥行者户外俱乐部

第八节 国内外户外露营地发展分析

一、国外旅游营地发展过程及现状

二、国外旅游营地发展经验总结

三、国外著名旅游营地情况

(一) 乡村型露营地

(二) 五星级露营地

(三) 海滨型露营地

(四) 山地型露营地

(五) 森林型露营地

(六) 河畔型露营地

四、中国户外露营地发展分析

(一) 房车营地概述

(二) 房车营地的分类和功能

(三) 中国营地发展状况分析

(四) 中国营地发展规模分析

(五) 中国主要露营地分析

(六) 中国露营旅游发展前景

第二章 国内外户外用品行业运行态势

第一节 国外户外用品所属行业运行分析

一、国外户外用品行业发展历程

二、国外户外用品行业品牌数量

三、国外户外用品品牌出货规模

四、国外户外用品行业竞争状况

第二节 国内户外用品行业运行态势

一、国内户外用品行业发展历程

二、国内户外用品行业市场规模

三、国内户外用品行业品牌数量

随着消费者对户外用品认知的普及，产品品质和品牌在消费者心目中的地位将越来越重要。

从我国户外用品品牌数量来看，由于2012年之前行业的高景气，我国户外用品的品牌迅速增加，国内品牌数量增长最快，2013年即超过了国外品牌数量，品牌数量的激增也导致了市场迅速饱和。近几年我国户外用品品牌数量逐渐下降，且国内品牌数量降幅高于国际品牌，2018年我国国内户外用品品牌数量为490个，国外品牌市占率为445个。

2011-2018年中国户外用品品牌数量

四、国内户外用品品牌出货规模

五、国内户外用品的品牌占有率

(一) 一线城市品牌占有率

(二) 二线城市品牌占有率

(三) 三线城市品牌占有率

第三节 国内外户外用品行业竞争分析

一、国内外户外用品竞争现状

二、国内品牌较国外品牌优势

三、国内品牌较国外品牌劣势

四、国内外户外用品竞争对比

（一）品牌价差分析

（二）渠道发展对比

（三）品牌市场份额

五、零售市场发展的不利因素

六、户外用品行业发展壁垒分析

第四节 体育用品企业进军户外行业剖析

一、体育用品企业户外品牌发展现状

二、体育用品企业进军户外壁垒分析

三、体育用品企业进军户外策略分析

四、主要体育用品企业户外品牌分析

（一）阿迪达斯（Adidas）

（二）李宁（Li-Ning Adventure）

（三）安踏（ANTA）

（四）361°

（五）彪马（Puma）

第三章 中国户外用品细分行业发展分析

第一节 户外服装行业发展分析

一、户外服装行业发展概况

二、户外服装市场规模分析

三、户外服装品牌竞争状况

四、户外服装功能需求分析

五、户外服装盈利水平分析

六、主要户外服装市场分析

（一）冲锋衣裤市场分析

（二）抓绒衣裤市场分析

（三）速干衣裤市场分析

（四）迷彩衣裤市场分析

（五）滑雪衣裤市场分析

（六）骑行服装市场分析

（七）毛衣风衣市场分析

（八）休闲服装市场分析

第二节 户外鞋类行业发展分析

一、户外鞋类行业发展概况

二、户外鞋类市场规模分析

三、户外鞋类品牌竞争格局

四、户外鞋类功能需求分析

五、户外鞋类市场价格分析

六、主要户外鞋类市场分析

（一）登山鞋&徒步鞋市场分析

（二）攀岩鞋市场分析

（三）溯溪鞋市场分析

（四）滑雪靴市场分析

（五）休闲鞋市场分析

第三节 户外包类行业发展分析

一、户外包类行业发展概况

二、户外包类市场规模分析

三、户外包类品牌关注调查

四、户外包类市场价格分析

五、主要户外包类市场分析

（一）登山包市场分析

（二）旅行包市场分析

（三）摄影包市场分析

（四）骑行包市场分析

（五）洗漱包市场分析

（六）冰包市场分析

第四节 户外装备行业发展分析

一、户外装备行业发展概况

二、户外装备市场规模分析

三、户外装备品牌竞争格局

四、户外装备市场价格分析

五、主要户外装备市场分析

（一）帐篷睡袋装备市场分析

（二）户外垫子装备市场分析

（三）登山攀岩装备市场分析

（四）户外仪表工具市场分析

（五）户外运动车市场分析

第四章 中国户外用品行业营销渠道分析

第一节 户外用品营销渠道结构分析

第二节 户外用品商场营销渠道分析

一、户外用品商场营销现状

二、户外用品商场发展规模

三、户外服装商场竞争分析

四、户外用品商场发展潜力

第三节 户外用品专卖店营销分析

一、户外用品专卖店营销现状

二、户外用品专卖店发展规模

三、户外用品专卖店SWOT分析

四、专业户外店的经营模式分析

五、户外用品专卖店发展潜力

第四节 户外用品电商营销渠道分析

一、户外用品电商发展现状

二、户外用品电商市场规模

三、户外用品电商竞争分析

四、户外用品电商发展潜力

五、户外用品电商平台分析

（一）淘宝/天猫

（二）京东商城

（三）如此网

（四）互联诚品户外商城

（五）户外营网上商城

（六）82驴友商城

第五节 户外用品展会营销渠道分析

一、户外用品展会发展现状

二、主要地区展会市场发展分析

（一）北京展会市场发展分析

（二）上海展会市场发展分析

（三）广东展会市场发展分析

（四）江苏展会市场发展分析

（五）浙江展会市场发展分析

三、ISPO china展会发展分析

（一）展会基本情况

（二）展会情况分析

（三）展会价值影响

第五章 中国户外用品行业供应链管理分析

第一节 户外用品行业供应链管理概述

一、户外用品行业物流链管理分析

（一）户外用品行业物流链管理特点

（二）户外用品行业物流链管理方法

（三）户外用品行业物流链管理策略

二、户外用品行业信息链管理分析

（一）户外用品行业信息链管理特点

（二）户外用品行业信息链管理方法

（三）户外用品行业信息链管理策略

三、户外用品行业资金链管理分析

（一）户外用品行业资金链管理方法

（二）户外用品行业资金链管理策略

第二节 户外用品供应链环节管理分析

一、户外用品原料采购环节管理分析

二、户外用品产品设计环节管理分析

三、户外用品产品生产环节管理分析

四、户外用品品牌营销环节管理分析

第三节 电商环境下户外用品行业供应链管理

一、电商对供应链管理影响分析

二、电商环境下供应链管理瓶颈

三、电商环境下供应链管理策略

第六章 国内外户外用品行业品牌发展分析

第一节 国外户外用品品牌发展分析

一、哥伦比亚(COLUMBIA)

（一）品牌基本情况

（二）品牌定位分析

（三）品牌渠道建设

（四）公司规模情况

二、乐斯菲斯/北面(TNF)

（一）品牌基本情况

（二）品牌定位分析

（三）品牌渠道建设

（四）公司规模情况

三、土拔鼠(MARMOT)

（一）品牌基本情况

（二）品牌定位分析

（三）品牌渠道建设

（四）公司规模情况

四、始祖鸟(ARC'TERYX)

（一）品牌基本情况

（二）品牌定位分析

（三）品牌渠道建设

（四）公司规模情况

五、狼爪（JackWolfskin）

（一）品牌基本情况

（二）品牌定位分析

（三）品牌渠道建设

（四）公司规模情况

六、沙乐华（SALEWA）

（一）品牌基本情况

（二）品牌定位分析

（三）品牌渠道建设

（四）公司规模情况

第二节 国内户外用品品牌发展分析

一、探路者(TOREAD)

（一）品牌基本情况

（二）品牌定位分析

（三）经营情况分析

（四）品牌渠道建设

二、三夫户外

（一）品牌基本情况

（二）品牌定位分析

（三）经营情况分析

（四）品牌渠道建设

三、奥索卡(Ozark)

（一）品牌基本情况

（二）品牌定位分析

（三）经营情况分析

（四）品牌渠道建设

四、牧高笛（Mobigarden）

- （一）品牌基本情况
- （二）品牌定位分析
- （三）经营情况分析
- （四）品牌渠道建设

五、凯乐石（KAILAS）

- （一）品牌基本情况
- （二）品牌定位分析
- （三）经营情况分析
- （四）品牌渠道建设

六、极星(Shehe)

- （一）品牌基本情况
- （二）品牌定位分析
- （三）经营情况分析
- （四）品牌渠道建设

第七章 2015-2019年中国户外用品行业前景及投资分析

第一节 2015-2019年中国户外用品行业SWOT分析

- 一、户外用品行业发展优势分析
- 二、户外用品行业发展劣势分析
- 三、户外用品行业发展机遇分析
- 四、户外用品行业发展威胁分析

第二节 2015-2019年中国户外用品行业发展前景

- 一、户外用品行业发展前景分析
- 二、户外用品行业发展趋势分析
- 三、户外用品行业盈利能力预测
- 四、户外用品行业市场规模预测

第三节 2015-2019年中国户外用品行业投资风险

- 一、宏观经济风险分析
- 二、市场竞争风险分析
- 三、材料价格上涨风险
- 四、渠道管理风险分析
- 五、知识产权风险分析

第四节 2015-2019年中国户外用品行业投资策略

第八章 中国户外用品企业投融资及IPO上市策略指导(AK HTNG)

第一节 户外用品企业境内IPO上市目的及条件

一、户外用品企业境内上市主要目的

二、户外用品企业上市需满足的条件

（一）企业境内主板IPO主要条件

（二）企业境内中小板IPO主要条件

（三）企业境内创业板IPO主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第二节 户外用品企业IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

（一）企业上市前综合评估

（二）企业的内部规范重组

（三）选择并配合中介机构

（四）应如何选择中介机构

第三节 户外用品企业IPO上市的规划实施

一、上市费用规划和团队组建

二、尽职调查及问题解决方案

三、改制重组需关注重点问题

四、企业上市辅导及注意事项

五、上市申报材料制作及要求

六、网上路演推介及询价发行

第四节 户外用品企业挂牌“新三板”分析

一、“新三板”基本情况介绍

二、“新三板”市场发展历程

三、企业挂牌新三板的好处

四、企业挂牌新三板的条件

五、企业挂牌新三板的流程

六、挂牌新三板的时间安排

第五节 企业IPO上市审核工作流程

一、企业IPO上市基本审核流程

二、企业IPO上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项

图表目录：

图表1户外用品分类

图表2 2015-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表3 2015-2019年国内生产总值构成及增长速度统计

图表4 2015-2019年中国规模以上工业增加值月度增长速度

图表5 2015-2019年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图

图表6 2015-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表7 2015-2019年中国货物进出口总额变化趋势图

图表8 2015-2019年中国人口总量增长趋势图

图表9 2015-2019年全国人口数及其构成

图表10 2015-2019年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/cosmetics/610287.html>