

2018-2024年中国户外用品市场行情动态分析及发展前景趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国户外用品市场行情动态分析及发展前景趋势预测报告》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/detail/351810.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

报告目录：

第一部分 户外用品业运行新形势聚焦

第二部分 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 2014-2017年全球户外用品行业运行状况分析

第一节 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2018-2024年世界户外用品发展趋势展望

第三章 2014-2017年中国户外用品行业市场发展环境解析

第一节 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017年中国户外用品行业运行新形势透析

第一节 2014-2017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 2014-2017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

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 2014-2017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 2010-2017年中国户外用品制造行业数据监测分析

第一节 2010-2017年中国户外用品制造行业规模分析

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 2017年中国户外用品制造行业结构分析

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 2010-2017年中国户外用品制造行业产值分析

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 2010-2017年中国户外用品制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2010-2017年中国户外用品制造行业盈利能力分析

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 2014-2017年中国户外用品细分市场运行分析

第一节 2014-2017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 2014-2017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、2014-2017年中国背包市场分析

第七章 2014-2017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 2014-2017年中国户外用品需求与消费者偏好调查

第一节 2014-2017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

第二部分 户外用品市场竞争力透析

第九章 2014-2017年中国户外用品市场竞争格局透析

第一节 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017年中国户外用品行业竞争中存的问题

第五节 2018-2024年中国户外用品行业竞争趋势分析

第十章 2014-2017年中国户外用品企业竞争策略分析

第一节 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第七节 上海鑫美野营用品有限公司

- 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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八节 台州市高登旅游帐篷厂

- 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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第九节 武义恒隆金属制造有限公司

- 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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十节 丹阳市森林户外用品有限公司

- 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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十一节 探路者控股集团股份有限公司

- 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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十二节 北京三夫户外用品股份有限公司

- 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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十三节 北京长天时代户外用品有限公司

- 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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十四节 福建哥仑步户外用品有限公司

- 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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十五节 骆驼

- 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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十六节 奥索卡

- 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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四部分 户外用品市场前景展望与投资战略研究

第十二章 2018-2024年中国户外用品行业前景预测分析

第一节 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024年中国户外用品市场盈利预测分析

第十三章 2018-2024年中国户外用品行业投资机会及风险规避指引

第一节 2014-2017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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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：<https://www.huaon.com/detail/351810.html>