

# 2017-2022年中国户外用品市场深度调查及投资方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国户外用品市场深度调查及投资方向研究报告》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/detail/302127.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1章：户外用品行业发展背景分析

#### 1.1 户外用品行业的界定与行业特性

##### 1.1.1 户外用品行业相关概念

##### 1.1.2 行业进入壁垒分析

#### 1.2 户外用品行业发展环境分析

##### 1.2.1 户外用品行业政策环境分析

##### 1.2.2 户外用品行业经济环境分析

##### 1.2.3 户外用品行业社会环境分析

##### 1.2.4 户外用品行业技术环境

#### 1.3 户外用品行业产业链分析

##### 1.3.1 户外用品行业产业链简介

##### 1.3.2 上游行业发展对行业的影响分析

### 第2章：中国户外用品行业发展现状分析

#### 2.1 中国户外用品市场需求分析

##### 2.1.1 中国户外用品消费群体特征分析

##### 2.1.2 户外用品需求规模分析

##### 2.1.3 户外用品需求结构分析

#### 2.2 户外用品市场结构分析

##### 2.2.1 户外用品品牌增长分析

##### 2.2.2 户外用品市场出货分析

#### 2.3 户外用品市场价格分析

##### 2.3.1 户外运动服装价格分析

##### 2.3.2 户外运动鞋价格分析

#### 2.4 中国市场户外用品市场竞争分析

##### 2.4.1 户外用品市场竞争格局分析

##### 2.4.2 户外用品品牌特征分析

### 第3章：中国户外用品营销渠道分析

#### 3.1 户外用品行业销售渠道分析

- 3.1.1 户外用品的主要销售渠道
- 3.1.2 主要销售渠道数量情况
- 3.1.3 主要销售渠道零售额情况
- 3.2 户外用品行业展会销售渠道分析
  - 3.2.1 亚洲运动用品与时尚展简况
  - 3.2.2 历年国内企业参展情况分析
  - 3.2.3 ISPO BEIJING 2013回顾
  - 3.2.4 ISPO BEIJING 2013参展说明
- 3.3 户外运动品牌营销渠道建设案例分析——探路者
  - 3.3.1 公司品牌建设战略分析
  - 3.3.2 建立多品牌组织架构体系
  - 3.3.3 公司销售网络布局分析
  - 3.3.4 公司销售渠道建设分析
  - 3.3.5 公司销售渠道建设策略

#### 第4章：户外用品行业区域市场发展潜力

- 4.1 北京市户外用品行业发展潜力分析分析
  - 4.1.1 北京户外用品行业发展现状分析
  - 4.1.2 北京户外用品行业市场空间分析
  - 4.1.3 北京户外用品行业发展潜力分析
- 4.2 江浙地区户外用品行业发展潜力分析
  - 4.2.1 户外用品行业发展现状分析
  - 4.2.2 户外用品行业市场空间分析
  - 4.2.3 户外用品行业发展潜力分析
- 4.3 广东省户外用品行业发展潜力分析
  - 4.3.1 广东户外用品行业发展现状分析
  - 4.3.2 广东户外用品行业市场空间分析
  - 4.3.3 广东户外用品行业发展潜力分析
- 4.4 山东省户外用品行业发展潜力分析
  - 4.4.1 山东户外用品行业发展现状分析
  - 4.4.2 山东户外用品行业市场空间分析
  - 4.4.3 户外用品行业发展潜力分析
- 4.5 川渝地区户外用品行业发展潜力分析
  - 4.5.1 户外用品行业发展现状分析
  - 4.5.2 户外用品行业市场空间分析

#### 4.5.3 户外用品行业发展潜力分析

### 4.6 武汉及长沙户外用品行业发展潜力分析

#### 4.6.1 户外用品行业发展现状分析

#### 4.6.2 户外用品行业市场空间分析

#### 4.6.3 户外用品行业发展潜力分析

### 4.7 东北三省户外用品行业发展潜力分析

#### 4.7.1 户外用品行业发展现状分析

#### 4.7.2 户外用品行业市场空间分析

#### 4.7.3 户外用品行业发展潜力分析

## 第5章：户外用品行业领先品牌经营分析

### 5.1 国外户外用品品牌经营分析

#### 5.1.1 始祖鸟 (Arc'teryx)

#### 5.1.2 土拨鼠 (Marmot)

#### 5.1.3 哈德威尔 (Mountain Hard Wear)

#### 5.1.4 Patagonia

#### 5.1.5 乐斯菲斯 (The North Face)

#### 5.1.6 哥伦比亚 (Columbia)

#### 5.1.7 布莱亚克 (Black Yak)

#### 5.1.8 沙乐华 (Salewa)

#### 5.1.9 飞鹰 (ALGLE)

#### 5.1.10 乐飞叶 (LAFUMA)

#### 5.1.11 猛犸象 (MAMMUT)

#### 5.1.12 沃德 (VAUDE)

#### 5.1.13 博根斯 (Bergans)

#### 5.1.14 奥索卡 (OZARK)

### 5.2 国内户外用品品牌经营分析

#### 5.2.1 探路者 (Toroad)

#### 5.2.2 牧高笛 (MOBIGARDEN)

#### 5.2.3 极星 (Shehe)

#### 5.2.4 雪狼 (Snow Wolf)

#### 5.2.5 阿尼玛卿 (Anemaqen)

#### 5.2.6 凯梦来 (Campland)

#### 5.2.7 傲石开 (OURSKY)

#### 5.2.8 慕士塔格 (Muztaga)

### 5.2.9 卡纳斯 (KALLAS)

### 5.2.10 凯图巅峰 (K2summit)

## 第6章：中国户外用品行业发展前景预测

### 6.1 户外用品行业发展趋势分析

#### 6.1.1 从专业户外向户外休闲发展

#### 6.1.2 销售渠道向二三线城市下沉

#### 6.1.3 户外用品设计趋向人性化

#### 6.1.4 户外用品流行跳跃性色彩

#### 6.1.5 户外运动市场将会更加细分

### 6.2 中国户外用品行业发展前景分析

#### 6.2.1 中国户外用品市场与欧美对比

#### 6.2.2 中国户外用品行业发展推动因素

#### 6.2.3 中国户外用品行业发展前景预测

### 6.3 户外用品行业发展建议

#### 6.3.1 注重研发投入和技术创新

#### 6.3.2 迎合大众需求确定产品分类

#### 6.3.3 引导消费者户外生活理念

## 图表目录

图表1：户外运动基本分类

图表2：户外用品的分类

图表3：我国户外用品行业主要法律法规、政策

图表4：2010年以来我国人均国内生产总值及其增值速度（单位：元，%）

图表5：我国主要地区人均GDP情况（单位：元，美元）

图表6：2010年以来我国城镇居民可支配收入（单位：元）

图表7：2010年以来我国农村居民人均纯收入（单位：元）

图表8：2010年以来中国农村、城镇居民消费水平及同比增速（单位：元/人，%）

图表9：2010年以来我国城乡居民恩格尔曲线（单位：%）

图表10：2010年以来城镇居民消费结构情况（单位：%）

图表11：2010年以来农村居民消费结构情况（单位：%）

图表12：2010年以来中国国内旅游人数（单位：亿人次，%）

图表13：2010年以来中国国内旅游收入（单位：亿元，%）

图表14：2010年以来中国城镇和农村居民出游率变化（单位：次/年）

图表15：2010年以来中国人口年龄结构（单位：%）

图表16：2010年以来中国户外用品专利申请数量走势（申请年）（单位：项）

图表17：2010年以来中国户外用品专利申请数量走势（公开年）（单位：件）

图表18：2010年以来户外用品行业专利产出规模指数（单位：项，%）

图表19：2010年以来户外用品行业专利产出质量指数（单位：项，%）

图表20：2010年以来探路者研发投入情况（单位：万元，%）

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/302127.html>