

2017-2022年中国户外用品市场研究及发展趋势预测报告

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研究及发展趋势预测报告》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/313996.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

户外用品市场的规模与户外运动的普及程度息息相关，我国户外用品市场随着近年来户外运动的兴起而蓬勃发展。自 2001 年以来，我国户外用品市场经历了一段高速发展期，根据 COCA 数据，2001 年至 2015 年，我国户外用品市场年均零售总额增长率为 10.51%，年均出货总额增长率为 12.22%。2015 年度，我国户外用品市场零售总额为 221.9 亿元，出货额为 123.1 亿元。

2001 年-2015 年我国户外用品市场规模

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：

第一部分户外用品业运行新形势聚焦 29

第一章户外用品相关概述 29

第一节户外用品的概念 29

一、户外用品界定 29

二、户外用品特点 29

三、户外用品适用人群 30

第二节户外用品的分类 31

一、服装纺织类 31

二、鞋类 31

三、背包类 31

四、装备类 32

五、配件类 32

六、器材类 32

第二章 2014-2016年全球户外用品行业运行状况分析 34

第一节 2014-2016年世界户外用品行业发展分析 34

一、世界户外用品发展特色分析 34

二、世界户外用品热销用品点评 34

- 三、世界户外用品关注品牌分析 35
- 四、金融危机对世界户外用品行业影响 39
- 第二节 2014-2016年欧洲户外用品行业发展分析 39
 - 一、欧洲户外服装纺织类销售情况 39
 - 二、英国户外运动产业分析 40
 - 三、德国户外运动产业分析 41
 - 四、欧洲户外市场未来发展趋势分析 41
- 第三节 2014-2016年美国户外用品行业发展分析 45
 - 一、美国户外产品网络销售情况 45
 - 二、美国滑雪用品销售额变化情况 46
- 第四节 2016-2022年世界户外用品发展趋势展望 47

第三章 2014-2016年中国户外用品行业市场发展环境解析 48

- 第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析 48
 - 一、中国GDP分析 48
 - 二、消费价格指数分析 50
 - 三、城乡居民收入分析 51
 - 四、社会消费品零售总额 52
 - 五、全社会固定资产投资分析 54
 - 六、进出口总额及增长率分析 55
- 第二节 2014-2016年中国户外用品市场政策环境分析 57
 - 一、户外用品国家标准 57
 - 二、《新疆维吾尔自治区户外运动管理条例(草案)》 58
 - 三、《全民健身计划纲要》 60
 - 四、《山地户外运动管理办法》 65
 - 五、进出口政策分析 69
 - 六、其他相关法律法规的影响分析 70
- 第三节 2014-2016年中国户外用品社会发展环境分析 70
 - 一、全国社会消费品零售总额 70
 - 二、全国百家重点大型零售企业销售情况 72
 - 三、全国居民消费价格分析 74

第四章 2014-2016年中国户外用品行业运行新形势透析 76

第一节 2014-2016年中国户外用品运行总况 76

- 一、中国户外运动用品发展历程 76
- 二、中国户外运动用品特点分析 76
- 三、中国户外用品市场跳跃式发展分析 77
- 四、中国户外用品市场多元化发展分析 77

第二节 2014-2016年中国户外用品市场分析 78

一、我国户外运动用品品牌发展分析 78

我国近年来户外用品品牌数量变化情况

二、户外运动用品销售渠道分析 78

三、户外运动用品地域分布 83

四、户外用品展览会发展分析 84

第三节 2014-2016年中国户外用品行业问题及对策 85

- 一、户外用品行业假货问题分析 85
- 二、户外用品行业产品同质化问题 87
- 三、户外用品行业质量安全问题 87

第四节 户外用品市场品牌商与零售商间冲突及对策 88

- 一、渠道冲突 88
- 二、产品冲突 91
- 三、价格冲突 93
- 四、供货冲突 95
- 五、服务冲突 97
- 六、推广冲突 97
- 七、户外产品零售店发展对策 98

第五章 2014-2016年中国户外用品制造行业数据监测分析 99

第一节 2014-2016年9月中国户外用品制造行业规模分析 99

- 一、企业数量增长分析 99
- 二、从业人数增长分析 100
- 三、资产规模增长分析 101

第二节 2016年9月中国户外用品制造行业结构分析 102

- 一、企业数量结构分析 102
 - (一)、不同类型分析 102
 - (二)、不同所有制分析 103

二、销售收入结构分析 103

(一)、不同类型分析 103

(二)、不同所有制分析 104

第三节 2014-2016年9月中国户外用品制造行业产值分析 105

一、产成品增长分析 105

二、工业销售产值分析 106

三、出口交货值分析 107

第四节2014-2016年9月中国户外用品制造行业成本费用分析 108

一、销售成本分析 108

二、费用分析 109

第五节2014-2016年9月中国户外用品制造行业盈利能力分析 110

一、主要盈利指标分析 110

二、主要盈利能力指标分析 111

第二部分户外用品市场深度调研 112

第六章 2014-2016年中国户外用品细分市场运行分析 112

第一节 2014-2016年中国运动鞋产业生存现状 112

一、品牌运动鞋市场发展状况 112

二、国内运动鞋产业与国际品牌的差距 116

三、运动鞋企业振兴方法探索 117

四、我国运动鞋市场发展趋势 119

第二节 2014-2016年中国户外服装及背包市场发展分析 119

一、户外服装市场发展现状 119

二、中国户外运动服装销售渠道构成 121

三、户外服装店营销分析 123

四、2014-2016年中国背包市场分析 125

第七章 2014-2016年中国部分地区户外用品产业分析 126

第一节深圳户外用品产业发展分析 126

一、深圳经济指标分析 126

二、深圳户外用品销售动态 129

三、户外运动制造新机遇分析 129

四、深圳户外培训产业发展分析 129

第二节哈尔滨户外用品市场分析 130

一、哈尔滨户外用品市场发展形势 130

二、户外用品功能走向分析 131

三、定位通讯设备市场分析 134

第三节南京户外用品市场发展分析 135

一、南京户外用品市场聚集情况 135

二、南京户外用品国际知名品牌分析 135

三、南京户外用品市场前景分析 136

第四节麻城户外用品产业发展分析 136

一、麻城户外用品产业发展状况 136

二、麻城户外用品产业发展环境分析 136

三、年麻城户外用品产业动态 138

第八章 2014-2016年中国户外用品需求与消费者偏好调查 142

第一节 2014-2016年中国户外用品消费者分析 142

一、户外用品消费者特征 142

二、户外用品消费群分析 143

三、旅游户外用品重度购买者特征及其营销分析 143

第二节运动鞋市场消费观念调查 144

一、品牌认知度调查 144

二、运动鞋价位选购调查 144

三、运动鞋颜色选择调查 145

四、影响消费因素 145

第三部分户外用品市场竞争力透析 146

第九章 2014-2016年中国户外用品市场竞争格局透析 146

第一节 2014-2016年中国户外用品行业竞争分析 146

一、洋品牌开拓中国市场 146

二、本土品牌竞争分析 146

三、户外产品核心价值分析 147

第二节 2014-2016年外资在中国户外用品市场竞争分析 150

一、国际户外品牌在中国市场发展分析 150

二、美国L.L.Bean在中国市场扩张分析 151

三、年阿迪达斯进军户外用品市场分析 152

四、德国索力户外休闲鞋开发中国市场 153

第三节 2014-2016年中国户外用品行业集中度分析 154

一、市场集中度分析 154

二、生产企业的集中分布 154

第四节 2014-2016年中国户外用品行业竞争中存的问题 155

第五节 2014-2016年中国户外用品行业竞争趋势分析 157

第十章 2014-2016年中国户外用品企业竞争策略分析 159

第一节 2014-2016年中国户外用品市场竞争策略分析 159

一、户外装备中国化策略 159

二、中国户外店各种形态与策略 160

三、户外企业商业模式创新 165

第二节 2014-2016年中国户外运动鞋服品牌竞争策略 169

一、开创新品类 169

二、品牌文化 171

三、营销模式 172

第十一章 2014-2016年中国户外用品优势生产企业竞争力及关键性数据分析（企业可自选）
174

第一节 泉州鸿星尔克体育用品有限公司 174

一、企业概况 174

二、企业主要经济指标分析 176

三、企业盈利能力分析 176

四、企业偿债能力分析 177

五、企业运营能力分析 179

六、企业成长能力分析 182

第二节 青岛双星集团出口鞋有限责任公司 183

一、企业概况 183

二、企业主要经济指标分析 184

三、企业盈利能力分析 184

四、企业偿债能力分析 185

五、企业运营能力分析 187

六、企业成长能力分析 190

第三节湖州四友旅游用品有限公司 191

一、企业概况 191

二、企业主要经济指标分析 191

三、企业盈利能力分析 191

四、企业偿债能力分析 192

五、企业运营能力分析 194

六、企业成长能力分析 197

第四节常州市庭园装饰用品有限公司 198

一、企业概况 198

二、企业主要经济指标分析 198

三、企业盈利能力分析 198

四、企业偿债能力分析 199

五、企业运营能力分析 201

六、企业成长能力分析 204

第五节连云港恒君户外用品有限公司 204

一、企业概况 204

二、企业主要经济指标分析 205

三、企业盈利能力分析 205

四、企业偿债能力分析 206

五、企业运营能力分析 208

六、企业成长能力分析 211

第六节厦门诚宝工贸有限公司 212

一、企业概况 212

二、企业主要经济指标分析 212

三、企业盈利能力分析 212

四、企业偿债能力分析 213

五、企业运营能力分析 215

六、企业成长能力分析 218

第七节上海鑫美野营用品有限公司 218

一、企业概况 218

二、企业主要经济指标分析 219

三、企业盈利能力分析 219

四、企业偿债能力分析 220

五、企业运营能力分析 222

第八节台州市高登旅游帐篷厂 225

- 一、企业概况 225
- 二、企业主要经济指标分析 226
- 三、企业盈利能力分析 226
- 四、企业偿债能力分析 227
- 五、企业运营能力分析 229
- 六、企业成长能力分析 232

第九节武义恒隆金属制造有限公司 233

- 一、企业概况 233
- 二、企业主要经济指标分析 233
- 三、企业盈利能力分析 233
- 四、企业偿债能力分析 234
- 五、企业运营能力分析 236
- 六、企业成长能力分析 239

第十节丹阳市森林户外用品有限公司 239

- 一、企业概况 239
- 二、企业主要经济指标分析 240
- 三、企业盈利能力分析 240
- 四、企业偿债能力分析 241
- 五、企业运营能力分析 243
- 六、企业成长能力分析 246

第十一节北京探路者户外用品股份有限公司 246

- 一、企业概况 246
- 二、企业主要经济指标分析 248
- 三、企业盈利能力分析 248
- 四、企业偿债能力分析 249
- 五、企业运营能力分析 251
- 六、企业成长能力分析 254

第十二节北京三夫户外用品开发有限公司 255

- 一、企业概况 255
- 二、企业主要经济指标分析 255
- 三、企业盈利能力分析 256
- 四、企业偿债能力分析 257
- 五、企业运营能力分析 259
- 六、企业成长能力分析 262

第十三节北京长天时代户外用品有限公司 263

- 一、企业概况 263
- 二、企业主要经济指标分析 265
- 三、企业盈利能力分析 266
- 四、企业偿债能力分析 267
- 五、企业运营能力分析 269
- 六、企业成长能力分析 272

第十四节福建哥仑步户外用品有限公司 272

- 一、企业概况 272
- 二、企业主要经济指标分析 272
- 三、企业盈利能力分析 273
- 四、企业偿债能力分析 274
- 五、企业运营能力分析 276
- 六、企业成长能力分析 279

第十五节骆驼 279

- 一、企业概况 279
- 二、企业主要经济指标分析 280
- 三、企业盈利能力分析 280
- 四、企业偿债能力分析 281
- 五、企业运营能力分析 283
- 六、企业成长能力分析 286

第十六节奥索卡 287

- 一、企业概况 287
- 二、企业主要经济指标分析 287
- 三、企业盈利能力分析 288
- 四、企业偿债能力分析 289
- 五、企业运营能力分析 291
- 六、企业成长能力分析 294

第四部分户外用品市场与投资战略研究 295

第十二章 2016-2022年中国户外用品行业前景预测分析 295

第一节 2016-2022年户外用品行业发展趋势 295

- 一、大型户外用品连锁店发展趋势 295
- 二、“大户外”概念趋势 296

三、户外企业商场渠道趋势 296

四、企业品牌建设趋势 297

第二节户外服装“泛户外化”趋势 298

一、功能化细分化趋势 298

二、人性化趋势 298

三、携带轻便化趋势 299

第三节 2016-2022年中国户外用品行业的发展前景展望 299

一、中国户外用品蕴藏巨大市场前景 299

二、中国户外用品市场增长潜力大 300

三、中国户外用品市场将迎来发展黄金时期 300

四、中国户外用品市场兼并时代即将到来 302

第四节 2016-2022年中国户外用品市场盈利预测分析 302

第十三章 2016-2022年中国户外用品行业投资机会及风险规避指引 305

第一节2014-2016年中国户外用品行业投资概况分析 305

一、户外用品投资特性 305

二、中国户外用品业投资优势分析 305

第二节2016-2022年中国户外用品行业投资机会分析 307

一、大众化和专业化相结合的户外运动用品 307

二、连锁化的专业零售渠道 307

三、户外用品市场蕴含良好的投资机会 307

四、极地户外用品市场有待开发 308

第三节2016-2022年中国户外用品行业投资风险预警 309

一、政策风险 309

二、经营风险 310

三、进入退出风险 311

四、信贷风险 312

第十四章 2016-2022年中国户外用品行业投资战略研究 314

第一节户外用品店开店策略 314

一、合理安排产品结构 314

二、降低管理成本 314

三、根据目标消费群选店址 315

- 四、对户外活动有兴趣 315
- 五、代理户外产品品牌 315
- 六、组织活动策略 316
- 第二节户外用品零售店投资方案解析 316
- 第三节二手户外用品店的投资建议 333

图表目录：

- 图表 1 国内户外用品品牌格局 35
- 图表 2 2014-2016年我国季度GDP增长率单位：% 48
- 图表 3 2013-2016年我国三产业增加值季度增长率单位：% 49
- 图表 4 2013-2016年我国CPI、PPI运行趋势单位：% 50
- 图表 5 2012-2010年农村居民人均纯收入及其增长速度 51
- 图表 6 2012-2010年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 51
- 图表 7 2013-2016年我国社会消费品零售总额走势图单位：亿元 % 53
- 图表 8 2013-2016年固定资产投资走势图单位：% 55
- 图表 9 2013-2016年进出口走势图单位：% 56
- 图表 10 2013-2016年我国社会消费品零售总额走势图单位：亿元 % 71
- 图表 11 2010 和 2011 年各月百家重点大型零售企业零售额增速（%） 73
- 图表 12 2010 和 2011 年各月百家重点大型零售企业家电类零售额增速（%） 73
- 图表 13 2013-2016年我国CPI、PPI运行趋势单位：% 74
- 图表 14 国内渠道对比 80
- 图表 15 2014-2016年我国户外用品制造行业规模企业个数及增长情况 99
- 图表 16 2014-2016年我国户外用品制造行业规模企业个数及增长对比 99
- 图表 17 2014-2016年我国户外用品制造行业从业人员及增长情况 100
- 图表 18 2014-2016年我国户外用品制造行业从业人员及增长对比 100
- 图表 19 2014-2016年我国户外用品制造行业资产合计及增长情况 101
- 图表 20 2014-2016年我国户外用品制造行业资产合计及增长对比 101
- 图表 21 2016年1-9月我国户外用品制造行业不同规模企业数量对比 102
- 图表 22 2016年1-9月我国户外用品制造行业不同所有制企业数量对比 103
- 图表 23 2016年1-9月我国户外用品制造行业不同规模企业销售收入对比 103
- 图表 24 2016年1-9月我国户外用品制造行业不同所有制企业销售收入对比 104
- 图表 25 2014-2016年我国户外用品制造行业产成品及增长情况 105
- 图表 26 2014-2016年我国户外用品制造行业产成品及增长对比 105
- 图表 27 2014-2016年我国户外用品制造行业工业销售产值及增长情况 106

- 图表 28 2014-2016年我国户外用品制造行业工业销售产值及增长对比 106
- 图表 29 2014-2016年我国户外用品制造行业出口交货值及增长情况 107
- 图表 30 2014-2016年我国户外用品制造行业出口交货值及增长对比 107
- 图表 31 2014-2016年我国户外用品制造行业主营业务成本及增长情况 108
- 图表 32 2014-2016年我国户外用品制造行业主营业务成本及增长对比 108
- 图表 33 2014-2016年我国户外用品制造行业营业费用及增长情况 109
- 图表 34 2014-2016年我国户外用品制造行业营业费用及增长对比 109
- 图表 35 2014-2016年我国户外用品制造行业销售收入及增长情况 110
- 图表 36 2014-2016年我国户外用品制造行业销售收入及增长对比 110
- 图表 37 2014-2016年我国户外用品制造行业利润总额及增长情况 111
- 图表 38 2014-2016年我国户外用品制造行业利润总额及增长对比 111
- 图表 39 深圳市主要经济指标——2010年12月 126
- 图表 40 2016年1-9月深圳市主要经济指标 128
- 图表 41 近3年泉州鸿星尔克体育用品有限公司销售毛利率变化情况 177
- 图表 42 近3年泉州鸿星尔克体育用品有限公司资产负债率变化情况 178
- 图表 43 近3年泉州鸿星尔克体育用品有限公司产权比率变化情况 179
- 图表 44 近3年泉州鸿星尔克体育用品有限公司固定资产周转次数情况 180
- 图表 45 近3年泉州鸿星尔克体育用品有限公司流动资产周转次数变化情况 181
- 图表 46 近3年泉州鸿星尔克体育用品有限公司总资产周转次数变化情况 182
- 图表 47 近3年青岛双星集团出口鞋有限责任公司销售毛利率变化情况 185
- 图表 48 近3年青岛双星集团出口鞋有限责任公司资产负债率变化情况 186
- 图表 49 近3年青岛双星集团出口鞋有限责任公司产权比率变化情况 186
- 图表 50 近3年青岛双星集团出口鞋有限责任公司固定资产周转次数情况 187
- 图表 51 近3年青岛双星集团出口鞋有限责任公司流动资产周转次数变化情况 188
- 图表 52 近3年青岛双星集团出口鞋有限责任公司总资产周转次数变化情况 189
- 图表 53 近3年湖州四友旅游用品有限公司销售毛利率变化情况 192
- 图表 54 近3年湖州四友旅游用品有限公司资产负债率变化情况 193
- 图表 55 近3年湖州四友旅游用品有限公司产权比率变化情况 194
- 图表 56 近3年湖州四友旅游用品有限公司固定资产周转次数情况 195
- 图表 57 近3年湖州四友旅游用品有限公司流动资产周转次数变化情况 196
- 图表 58 近3年湖州四友旅游用品有限公司总资产周转次数变化情况 197
- 图表 59 近3年常州市庭园装饰用品有限公司销售毛利率变化情况 199
- 图表 60 近3年常州市庭园装饰用品有限公司资产负债率变化情况 200
- 图表 61 近3年常州市庭园装饰用品有限公司产权比率变化情况 201
- 图表 62 近3年常州市庭园装饰用品有限公司固定资产周转次数情况 202

图表 93 近4年北京奥索卡体育用品有限公司产权比率变化情况 290

图表 94 近4年北京奥索卡体育用品有限公司固定资产周转次数情况 291

图表 95 近4年北京奥索卡体育用品有限公司流动资产周转次数变化情况 292

图表 96 近4年北京奥索卡体育用品有限公司总资产周转次数变化情况 293

图表 97 2016-2022年中国户外用品行业利润总额预测结果 303

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/313996.html>