

2018-2024年中国户外用品市场供需预测及投资战略研究咨询报告

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供需预测及投资战略研究咨询报告》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/364189.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

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综述

1.1户外用品行业概述 1.1.1行业定义 1.1.2行业主要商业模式 1.2户外用品行业特征分析
1.2.1产业链分析 1.2.2户外用品行业在产业链中的地位 1.2.3户外用品行业生命周期分析
(1) 行业生命周期理论基础 (2) 户外用品行业生命周期

1.3最近3-5年中国户外用品行业经济指标分析 1.3.1赢利性 1.3.2成长速度
1.3.3附加值的提升空间 1.3.4进入壁垒 / 退出机制 1.3.5风险性 1.3.6行业周期
1.3.7竞争激烈程度指标 1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析

第二章户外用品行业运行环境 (PEST) 分析 2.1户外用品行业政治法律环境分析

2.1.1行业管理体制分析 2.1.2行业主要法律法规 2.1.3行业相关发展规划

2.2户外用品行业经济环境分析 2.2.1国际宏观经济形势分析 2.2.2国内宏观经济形势分析

2.2.3产业宏观经济环境分析 2.3户外用品行业社会环境分析 2.3.1户外用品产业社会环境

2.3.2社会环境对行业的影响 2.3.3户外用品产业发展对社会发展的影响

2.4户外用品行业技术环境分析 2.4.1户外用品技术分析 2.4.2户外用品技术发展水平

2.4.3行业主要技术发展趋势 第三章我国户外用品所属行业运行分析

3.1我国户外用品所属行业发展状况分析 3.1.1我国户外用品行业发展阶段

3.1.2我国户外用品行业发展总体概况 3.1.3我国户外用品行业发展特点分析

3.22018年户外用品所属行业发展现状 3.2.12015-2018年我国户外用品所属行业市场规模

3.2.22018年我国户外用品所属行业发展分析 3.2.32018年中国户外用品企业发展分析

3.3区域市场分析 3.3.1区域市场分布总体情况 3.3.22018年重点省市市场分析

3.4户外用品产品/服务价格分析 3.4.12015-2018年户外用品价格走势

3.4.2影响户外用品价格的关键因素分析 (1) 成本 (2) 供需情况 (3) 关联产品
(4) 其他 3.4.32018-2024年户外用品产品/服务价格变化趋势

3.4.4主要户外用品企业价位及价格策略 第四章我国户外用品所属行业整体运行指标分析

4.12015-2018年中国户外用品所属行业总体规模分析 4.1.1企业数量结构分析

4.1.2人员规模状况分析 4.1.3行业资产规模分析 4.1.4行业市场规模分析

4.22015-2018年中国户外用品所属行业运营情况分析 4.2.1我国户外用品所属行业营收分析

4.2.2我国户外用品所属行业成本分析 4.2.3我国户外用品所属行业利润分析

4.32015-2018年中国户外用品所属行业财务指标总体分析

4.3.1我国户外用品所属行业盈利能力分析 4.3.2我国户外用品所属行业偿债能力分析

4.3.3我国户外用品所属行业营运能力分析 4.3.4我国户外用品所属行业发展能力分析

第五章我国户外用品行业供需形势分析	5.1户外用品行业供给分析
5.1.12015-2018年户外用品行业供给分析	5.1.22018-2024年户外用品行业供给变化趋势
5.1.3户外用品行业区域供给分析	5.22015-2018年我国户外用品行业需求情况
5.2.1户外用品行业需求市场	5.2.2户外用品行业客户结构
5.2.3户外用品行业需求的地区差异	5.3户外用品市场应用及需求预测
5.3.1户外用品应用市场总体需求分析	(1) 户外用品应用市场需求特征
(2) 户外用品应用市场需求总规模	5.3.22018-2024年户外用品行业领域需求量预测
(1) 2018-2024年户外用品行业领域需求产品/服务功能预测	
(2) 2018-2024年户外用品行业领域需求产品/服务市场格局预测	
5.3.3重点行业户外用品产品/服务需求分析预测	第六章户外用品行业产业结构分析
6.1户外用品产业结构分析	6.1.1市场充分程度分析
6.1.2领先企业的结构分析(所有制结构)	
6.2产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析	6.2.1产业价值链的构成
6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析	6.3产业结构发展预测
6.3.1产业结构调整指导政策分析	6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素
6.3.3中国户外用品行业参与国际竞争的战略市场定位	6.3.4户外用品产业结构调整方向分析
第七章我国户外用品行业产业链分析	7.1户外用品行业产业链分析
7.1.1产业链结构分析	
7.1.2主要环节的增值空间	7.1.3与上下游行业之间的关联性
7.2户外用品上游行业分析	
7.2.1户外用品产品成本构成	7.2.22018年上游行业发展现状
7.2.32018-2024年上游行业发展趋势	7.2.4上游供给对户外用品行业的影响
7.3户外用品下游行业分析	7.3.1户外用品下游行业分布
7.3.22017年下游行业发展现状	
7.3.32018-2024年下游行业发展趋势	7.3.4下游需求对户外用品行业的影响
第八章我国户外用品行业渠道分析及策略	8.1户外用品行业渠道分析
8.1.1渠道形式及对比	
8.1.2各类渠道对户外用品行业的影响	8.1.3主要户外用品企业渠道策略研究
8.1.4各区域主要代理商情况	8.2户外用品行业用户分析
8.2.1用户认知程度分析	
8.2.2用户需求特点分析	8.2.3用户购买途径分析
8.3户外用品行业营销策略分析	
8.3.1中国户外用品营销概况	8.3.2户外用品营销策略探讨
8.3.3户外用品营销发展趋势	
第九章我国户外用品行业竞争形势及策略	9.1行业总体市场竞争状况分析
9.1.1户外用品行业竞争结构分析	(1) 现有企业间竞争
(2) 潜在进入者分析	
(3) 替代品威胁分析	(4) 供应商议价能力
(5) 客户议价能力	(6) 竞争结构特点总结
9.1.2户外用品行业企业间竞争格局分析	9.1.3户外用品行业集中度分析
9.1.4户外用品行业SWOT分析	9.2中国户外用品行业竞争格局综述
9.2.1户外用品行业竞争概况	(1) 中国户外用品行业竞争格局
(2) 户外用品行业未来竞争格局和特点	(3) 户外用品市场进入及竞争对手分析
9.2.2中国户外用品行业竞争力分析	(1) 我国户外用品行业竞争力剖析

(2) 我国户外用品企业市场竞争的优势		(3) 国内户外用品企业竞争能力提升途径	
9.2.3户外用品市场竞争策略分析		第十章户外用品行业领先企业经营形势分析	
10.1北京探路者户外用品股份有限公司		10.1.1企业概况	10.1.2企业优势分析
10.1.3经营状况分析	10.2北京长天时代户外体育用品有限公司		10.2.1企业概况
10.2.2企业优势分析	10.2.3经营状况分析	10.3北京三夫户外用品股份有限公司	
10.3.1企业概况	10.3.2企业优势分析	10.3.3经营状况分析	10.4浙江牧高笛户外用品有限公司
10.4.1企业概况		10.4.2企业优势分析	10.4.3经营状况分析
10.5北京康尔健野旅游用品有限公司		10.5.1企业概况	10.5.2企业优势分析
10.5.3经营状况分析	10.6南京诺诗兰户外用品有限公司		10.6.1企业概况
10.6.3经营状况分析		10.6.2企业优势分析	
第十一章2018-2024年户外用品行业投资前景			
11.12018-2024年户外用品市场发展前景		11.1.12018-2024年户外用品市场发展潜力	
11.1.22018-2024年户外用品市场发展前景展望			
11.22018-2024年户外用品市场发展趋势预测		11.2.12018-2024年户外用品行业发展趋势	
11.2.22018-2024年户外用品市场规模预测		11.2.32018-2024年户外用品行业应用趋势预测	
11.32018-2024年中国户外用品行业供需预测			
11.3.12018-2024年中国户外用品行业供给预测			
11.3.22018-2024年中国户外用品行业需求预测			
11.3.32018-2024年中国户外用品供需平衡预测		11.4影响企业生产与经营的关键趋势	
11.4.1市场整合成长趋势		11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测	
11.4.3企业区域市场拓展的趋势		11.4.4科研开发趋势及替代技术进展	
11.4.5影响企业销售与服务方式的关键趋势			
第十二章2018-2024年户外用品行业投资机会与风险		12.1户外用品行业投融资情况	
12.1.1行业资金渠道分析	12.1.2固定资产投资分析	12.1.3兼并重组情况分析	
12.22018-2024年户外用品行业投资机会	12.2.1产业链投资机会	12.2.2重点区域投资机会	
12.32018-2024年户外用品行业投资风险及防范		12.3.1政策风险及防范	
12.3.2技术风险及防范	12.3.3供求风险及防范	12.3.4宏观经济波动风险及防范	
12.3.5关联产业风险及防范	12.3.6产品结构风险及防范	12.3.7其他风险及防范	
第十三章户外用品行业投资战略研究			
13.1户外用品行业发展战略研究		13.1.1战略综合规划	
13.1.2技术开发战略	13.1.3业务组合战略	13.1.4区域战略规划	13.1.5产业战略规划
13.1.6营销品牌战略	13.1.7竞争战略规划	13.2对我国户外用品品牌的战略思考	
13.2.1户外用品品牌的重要性		13.2.2户外用品实施品牌战略的意义	
13.2.3户外用品企业品牌的现状分析		13.2.4我国户外用品企业的品牌战略	
13.2.5户外用品品牌战略管理的策略		13.3户外用品经营策略分析	
13.3.1户外用品市场创新策略		13.3.2品牌定位与品类规划	13.3.3户外用品新产品差异化战略
第十四章研究结论及投资建议			
14.1户外用品行业研究结论		14.2户外用品行业投资价值评估	

14.3户外用品行业投资建议 14.3.1行业发展策略建议 14.3.2行业投资方向建议

14.3.3行业投资方式建议 图表目录： 图表1：户外用品行业生命周期

图表2：户外用品行业产业链结构 图表3：2015-2018年全球户外用品行业市场规模

图表4：2015-2018年中国户外用品行业市场规模

图表5：2015-2018年户外用品行业重要数据指标比较

图表6：2015-2018年中国户外用品市场占全球份额比较

图表7：2015-2018年户外用品行业工业总产值 图表8：2015-2018年户外用品行业销售收入

图表9：2015-2018年户外用品行业利润总额 图表10：2015-2018年户外用品行业资产总计

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/364189.html>