

2019-2025年中国户外用品行业市场深度分析及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国户外用品行业市场深度分析及发展前景预测报告》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/389782.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

我国户外运动起步较晚，发展空间广阔。国内户外运动市场经历了萌芽阶段、初创阶段、培育阶段，实现了行政化主导到商业化、大众化转变。据中国户外联盟（COA）统计，目前我国每年有1.3亿人参与徒步旅行、休闲户外等泛户外运动（占总人口的9.5%），有6000万人参与登山、攀岩、徒步等运动（占总人口的4.38%），但仍与美国50%的户外运动参与率差距较大，具有广阔的发展空间。

户外产业包含的内涵广泛，狭义角度上看，户外休闲指在自然或半自然的环境中进行的休闲活动，包括露营、野外探险、骑行、登山、滑雪、自驾越野等。广义角度上看，户外休闲更像是一种生活形态，兼具健身、旅游、体育、娱乐休闲等元素。

2017年我国户外用品整体市场规模零售额为532.8亿元，同比增长8.2%。国内户外运动市场将保持稳定增长，到2020年我国户外用品行业整体市场规模零售额有望达到673亿元。

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 2015-2018年全球户外用品所属行业运行状况分析34

第一节 2015-2018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 2015-2018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 2015-2018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 2019-2025年世界户外用品发展趋势展望47

第三章 2015-2018年中国户外用品行业市场发展环境解析48

第一节 2015-2018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 2015-2018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 2015-2018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 2015-2018年中国户外用品行业运行新形势透析76

第一节 2015-2018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 2015-2018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

目前国内户外用品主要分为服装类、鞋类、背包类、装备类、器械及配件类等。2017年底我国户外用品行业品牌总数达到925个，其中本土品牌数量为482个，国外品牌数量为443个。

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 2015-2018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 2015-2018年中国户外用品制造所属行业数据监测分析99

第一节 2013-2018年中国户外用品制造所属行业规模分析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 2018年中国户外用品制造所属行业结构分析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 2013-2018年中国户外用品制造所属行业产值分析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 2013-2018年中国户外用品制造所属行业成本费用分析108

一、销售成本分析108

二、费用分析109

第五节 2013-2018年中国户外用品制造所属行业盈利能力分析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 2015-2018年中国户外用品细分市场运行分析112

第一节 2015-2018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 2015-2018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、2015-2018年中国背包市场分析125

第七章 2015-2018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 2015-2018年中国户外用品需求与消费者偏好调查	142
第一节 2015-2018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 2015-2018年中国户外用品市场竞争格局透析	146
第一节 2015-2018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 2015-2018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 2015-2018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 2015-2018年中国户外用品行业竞争中存的问题	155
第五节 2019-2025年中国户外用品行业竞争趋势分析	157
第十章 2015-2018年中国户外用品企业竞争策略分析	159
第一节 2015-2018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 2015-2018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 2015-2018年中国户外用品优势生产企业竞争力及关键性数据分析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 北京长天时代户外体育用品有限公司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 户外用品市场前景与投资策略研究295

第十二章 2019-2025年中国户外用品行业前景预测分析295

第一节 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025年中国户外用品市场盈利预测分析302

第十三章 2019-2025年中国户外用品行业投资机会及风险规避指引305

第一节 2015-2018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 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025年中国户外用品行业投资战略研究314 (AK LF)

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 2012-2018年我国4季度GDP增长率单位：%48

图表3 2012-2018年我国三产业增加值季度增长率单位：%49

图表4 2012-2018年我国CPI、PPI运行趋势单位：%50

图表5 2012-2018年农村居民人均纯收入及其增长速度51

图表6 2012-2018年城镇居民人均可支配收入及其增长速度51

图表7 2012-2018年我国社会消费品零售总额走势图单位：亿元%53

图表8 2012-2018年固定资产投资走势图单位：%55

图表9 2012-2018年进出口走势图单位：%56

图表10 2012-2018年我国社会消费品零售总额走势图单位：亿元%71

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/389782.html>