

# 2022-2028年中国户外用品 产业发展现状与投资前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国户外用品产业发展现状与投资前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202203/278143.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

户外休闲狭义角度上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，户外用品产业则是伴随着户外运动兴起而发展起来的产业。户外用品分为户外服装、户外功能鞋及户外装备三大类别。从户外运动类别看，滑雪和登山攀岩是国内发展最快的两项运动，伴随着冬奥会和攀岩纳入奥运项目等一系列利好因素，户外用品产业也呈现出山高水阔、风雪兼程的发展态势。

户外产品分类简介

| 类别     | 产品                                                       |
|--------|----------------------------------------------------------|
| 服装类    | 衣、裤等                                                     |
| 鞋靴类    | 登山鞋、徒步鞋、攀岩鞋、高山靴等                                         |
| 背包类    | 登山包、旅行包、骑行包、背架包等                                         |
| 装备类    | 帐篷、睡袋、垫子、帷帐等                                             |
| 配件及器械类 | 配件包括岩点、冰锥、手表、GPS、炉具、灯具、刀具、绳索、登山杖、头盔、安全带等；器械包括自行车、船舶、滑翔伞等 |

数据来源：公开资料整理2018年中国户外用品市场各品类产品占比数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国户外用品产业发展现状与投资前景报告》共九章。首先介绍了户外用品行业市场发展环境、户外用品整体运行态势等，接着分析了户外用品行业市场运行的现状，然后介绍了户外用品市场竞争格局。随后，报告对户外用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了户外用品行业发展趋势与投资预测。您若想对户外用品产业有个系统的了解或者想投资户外用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章户外用品相关概述

第一节户外用品的相关定义

一、户外运动的定义

二、户外用品的定义

第二节户外用品的分类

一、服装类

二、鞋类

三、背包类

四、野营出行装备

五、专项户外运动装备

六、其他

## 第二章中国户外用品行业的发展环境分析

### 第一节宏观经济环境

一、2018年中国宏观经济运行分析

二、2019年经济运行形势分析及展望

三、2015-2019年中国经济发展预测

### 第二节行业发展环境

一、中国户外运动兴起催热户外用品市场

二、户外用品产业已成为中国新的经济增长点

三、户外用品行业已升级为大众化产业

四、中国户外用品市场逐渐成熟理性

五、户外用品正从“边缘”化迅速向主流化转变

## 第三章户外用品行业的发展

### 第一节国外户外用品产业发展概况

一、欧美户外用品行业发展浅析

二、美国户外用品市场快速增长

三、2019年美国户外用品销售情况

四、德国户外用品市场发展前景广阔

五、2019国内外户外用品展会年展会信息一览

### 第二节中国户外用品产业发展综述

一、中国户外用品行业的发展特点

二、中国户外用品行业多元化发展

三、中国户外用品行业的地域性和季节性特征

四、中国户外用品行业集中度较高

五、进入本行业的主要壁垒

### 第三节2015-2019年中国户外用品行业的发展

一、2019年中国户外用品行业发展分析

二、2019年中国户外用品行业发展分析

三、2019年大型零售企业户外时尚运动用品销售情况分析

四、2019年中国户外用品市场销售额

五、2019年全国重点大型零售企业户外时尚运动用品销售增长

六、2019年国际户外用品巨头掘金中国市场

七、2019年北京第八届亚太运动用品与时尚展介绍

第四节中国部分地区户外用品行业的发展

一、2019年北京商家推出户外用品换季前打折效果良好

二、2019年亚洲户外用品展在南京开幕

三、2019年青岛户外用品成掘金新热点

四、2019年阿迪达斯中国首家户外专营店落户哈尔滨

第五节中国户外用品行业发展的问题及对策

一、中国户外用品行业发展的不利因素

二、中国户外用品行业的尴尬处境

三、中国户外用品行业产品标准亟待完善

四、中国户外用品企业营销管理存在的不足

五、中国户外用品行业的发展对策

## 第四章中国户外用品市场及消费分析

### 第一节中国户外用品市场现状分析

户外用品行业在2013年之后零售总额增速逐年放缓，2017年和2018年仅为5.07%和2.10%，背后的原因包括：从需求端看，除了2013年之后受经济下行压力，国内服饰需求普遍较为低迷外，主要由于2013年之前户外用品行业的高景气更多和流行趋势有关，而不是国内户外运动兴起所致，比如很多消费者仅把冲锋衣作为御寒的服装穿着，或者只用于普通的观光旅游，使得冲锋衣的损耗非常小，直接导致消费者的复购率降低，而且也没有出现因为参与各种不同的户外运动，增加对相关的用于防护的其他户外用品的需求，因此连带率也很低；从供给端看，由于2013年之前行业的高景气，国内户外用品的品牌迅速增加，其中既有国内品牌，也有国外品牌，导致市场迅速饱和。国内户外市场品牌数量情况（个）数据来源：公开资料整理

一、中国户外用品市场迅速发展

二、中国户外用品大品牌市场份额逐步加大

三、中国户外用品市场面临发展机遇

四、中国户外市场整体呈现蓬勃发展的态势

五、中国户外用品市场发展不平衡

## 第二节中国户外用品市场发展路线解析

- 一、高成长持续
- 二、国内品牌快速增长
- 三、品牌不断壮大
- 四、户外用品增速远快于体育用品
- 五、装备配件类增速加快
- 六、品牌集中度不断提升

## 第三节中国户外用品市场消费者分析

- 一、户外用品市场客户群体
- 二、户外用品市场客户特征
- 三、户外用品市场客户渠道
- 四、商场店户外产品购买者类型占比

## 第四节中国旅游户外用品重度购买者的特征研究

- 一、旅游户外用品及重度购买者概述
- 二、理论假设
- 三、研究方法
- 四、研究结果
- 五、结论和讨论
- 六、市场营销启示

## 第五节2019年户外休闲纵深化消费调查

- 一、户外运动丰富多样
- 二、国内户外运动差异化
- 三、户外用品需配套发展
- 四、户外用品企业需重视户外装备的研发
- 五、研发创新是根本

## 第五章中国户外用品市场品牌及渠道分析

### 第一节2015-2019年中国户外用品市场品牌发展状况

- 一、新增品牌不断，但未来行业集中度提升仍是大势所趋
- 二、性价比高、渠道拓展能力强助力国内品牌份额超越国外品牌

### 第二节中国户外用品销售渠道现状分析

- 一、商场店模式因投入小、人流量大而迅速扩张

- 二、二、三线市场空白区域大、渠道下沉是必然趋势
- 三、区域性户外零售网络正在构建中
- 四、大型户外连锁店因定位问题而发展迟缓
- 五、中小型户外店资金管理信用和开店模式成发展瓶颈
- 六、2019年受户外运动升温推动户外用品网上销售火爆

### 第三节中国户外用品市场品牌商与零售商间的冲突

- 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

### 第四节中国户外用品行业做大品牌的对策

- 一、开创新品类
- 二、打造户外品牌文化
- 三、打造新的营销模式

### 第五节国外主要品牌发展关键

- 一、注重研发投入和技术创新，产品设计精益求精
- 二、户外服装收入占比最高，迎合大众需求最为关键
- 三、引导消费者的户外生活理念，推动品牌成长

## 第六章重点企业

### 第一节北京探路者户外用品股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、探路者竞争力分析
- 三、公司经营状况
- 四、公司财务数据
- 五、公司发展展望及策略

### 第二节北京三夫户外用品开发有限公司

- 一、公司简介
- 二、三夫户外的发展历程
- 三、三夫户外抓住中国户外用品行业的发展机遇

#### 四、三夫户外发展策略

#### 五、三夫户外未来发展战略目标

### 第三节北京长天时代户外用品有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、长天户外客户群及销售品牌的定位

#### 三、长天户外的主要经营模式

#### 四、长天户外的基本运作模式

### 第四节2019国际户外公司收入状况

#### 一、Jack

#### 二、Primaloft

#### 三、哥伦比亚

#### 四、L.L.Bean

#### 五、阿迪户外

#### 六、REI

#### 七、ECCO

#### 八、Deckers

#### 九、Crocs

#### 十、Black

#### 十一、Intersport计划未来10年在亚太地区开店500家

## 第七章中国户外用品市场营销分析

### 第一节中国户外用品市场的营销概况

#### 一、户外用品多采用“三位一体”销售模式

#### 二、中国户外用品体育营销方式日渐发展

#### 三、中国户外用品经营商家营销的问题

### 第二节中国户外用品市场营销创新的思考

#### 一、中国户外用品市场营销亟需创新

#### 二、重新定义需求内涵推崇“泛户外”概念

#### 三、注重户外市场服务互动与消费者价值体验

#### 四、营销规划需要结合科学和人文和艺术

#### 五、户外用品的网络营销策略创新

#### 六、2019年户外用品营销策略



### 第三节户外运动服装的营销方式

- 一、大型商场百货公司
- 二、普通商场服装店
- 三、户外运动服装专卖店
- 四、商场、超市及连锁店
- 五、批发市场
- 六、邮购
- 七、网上销售

### 第四节户外用品店的经营及营销策略建议

- 一、经营战略
- 二、营销策略
- 三、营销方案
- 四、营销战略

## 第八章2022-2028年中国户外用品市场的前景趋势分析

### 第一节2022-2028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、2022-2028年中国户外用品销售额预测

### 第二节2022-2028年中国户外用品行业的发展趋势预测

- 一、中国户外用品行业未来发展趋势
- 二、未来中国户外用品市场将呈跳跃式发展
- 三、中国户外用品市场兼并时代即将到来
- 四、大型户外用品连锁店是未来发展趋势

## 第九章2022-2028年中国户外用品行业投资策略（）

### 第一节投资优势

- 一、市场空间较大
- 二、投资收益看好
- 三、入行门槛不高

### 第二节投资环境

一、市场需求分析

二、市场调研分析

三、市场竞争分析

四、市场定位分析

### 第三节投资机会及建议

一、户外用品市场蕴含良好的投资机会

二、滑雪户外用品市场有待开发

三、户外用品店投资经营策略分析

四、二手户外用品店的投资建议

### 第四节投资风险

一、国内宏观经济风险

二、市场竞争风险

三、外包环节风险

### 第五节投资经营户外用品店的风险管理

一、风险分析

二、优质的服务

三、平和的心态

四、过硬的产品

### 第六节产品开发结构（）

一、背包

二、帐篷

三、睡袋

四、登山鞋

五、服装

六、攀登装备

七、露营装备

八、其它装备

九、旅游书籍

部分图表目录：

图表：户外行业产品品类

图表：2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2019年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2019年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2015-2019年城镇新增就业人员人数

图表：2015-2019年国家外汇储备及其增长速度

图表：2015-2019年公共财政收入及其增长速度

图表：2015-2019年粮食产量及其增长速度

图表：2015-2019年全年全部工业增加值及其增长速度

图表：2019年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2019年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2015-2019年建筑业增加值及其增长速度

图表：2015-2019年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2019年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2019年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表：2015-2019年全社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2019年货物进出口总额及其增长速度

图表：2015-2019年货物进出口总

图表：2019年非金融领域外商直接投资及其增长速度

图表：2019年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2019年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2015-2019年电话用户数

图表：2019年全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2015-2019年普通高等教育、中等职业教育、普通高中招生人数

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/278143.html>