

# 2017-2022年中国户外用品市场分析预测及发展趋势研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国户外用品市场分析预测及发展趋势研究报告》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.chyxx.com/research/201609/450064.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

根据美国户外基金会的调查数据显示，2015年美国户外活动总参与次数为11.7亿次，1.424亿美国人（占美国人口总数的48.4%）至少参加过一次户外活动；在欧洲，根据市场研究机构NPD显示，58%德国人是户外运动爱好者。在我国，根据中国户外品牌联盟有限公司（COA）2013年的报告，我国约有1.3亿人开展户外运动，占总人口的9.5%。其次，从人均户外用品消费额看，2013年中国人均户外用品消费额约为138元，而美国约为500元，约为中国的3.63倍。我国在户外运动参与率与户外用品人均消费额这两个维度上与欧美均存在较大差距，我国户外用品零售行业规模仍具备较大提升空间。

### 2006-2015美国户外运动参与人数与参与率

近几年来，受国内消费疲软影响，行业竞争进入调整期，新进入品牌数量逐渐减少，2015年新增品牌数仅为10家，行业进入较为稳定的发展阶段。截止2015年底，中国户外用品品牌总数量为955家，行业竞争较为激烈。

### 2008-2015国内市场户外用品品牌数量及增长率

智研咨询发布的《2017-2022年中国户外用品市场分析预测及发展趋势研究报告》共八章。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 户外用品行业发展概述 18

##### 第一节 户外用品行业相关概述 18

###### 一、户外用品行业定义 18

###### 二、户外用品分类概述 18

###### 三、户外用品行业政策 21

###### （一）行业监管体制 21

###### （二）行业法规政策 21

##### 第二节 户外用品行业经济环境分析 22

###### 一、中国GDP增长情况分析 22

###### 二、工业经济发展形势分析 23

###### 三、社会固定资产投资分析 25

四、全社会消费品零售总额 26

五、对外贸易发展形势分析 28

第三节 户外用品行业社会环境分析 29

一、中国人口2010-2016年龄结构 29

2015年中国总人口数量超13.6亿人 60周岁以上老龄人口2.1亿

二、城乡居民收入情况 30

三、居民消费水平与结构 31

第四节 国内旅游业发展态势 33

一、居民旅游市场规模分析 33

(一) 中国居民旅游人数规模 33

2011-2015年中国旅游人次(单位:亿)

(二) 国内居民旅游花费总额 33

(三) 城乡居民国内旅游情况 34

二、入境旅游市场规模分析 34

(一) 入境游客人数规模分析 34

2004-2014年我国入境游人数情况

(二) 入境旅游收入规模分析 37

2004-2014年我国入境游收入情况

(三) 入境旅游客源分布情况 38

(1) 客源结构分析 38

(2) 客源入境方式 39

(3) 入境旅游目的 40

(4) 2010-2016年龄及性别结构 42

(四) 入境旅游过夜游客数 43

三、国内出境旅游市场分析 44

(一) 居民出境旅游人数分析 44

2014-2016年中国出境游人数

(二) 因私出境旅游人数分析 45

(三) 赴日旅游市场状况分析 45

(四) 赴台旅游市场状况分析 46

四、旅游细分市场发展分析 47

(一) 休闲度假旅游市场分析 47

(二) 蜜月旅行市场发展分析 47

(三) 商务旅行市场发展分线 48

第五节 自驾游市场发展分析 48

一、中国房车产销量情况 48

(一) 中国房车产量情况 48

(二) 中国房车销量情况 49

2014-2018年中国房车保有量及销售增长预测

二、自驾游市场发展特征 50

三、自驾游人数规模分析 51

四、自驾游市场调查分析 52

(一) 自驾游目的情况 52

(二) 自驾游组织情况 53

(三) 自驾游安排情况 53

(四) 自驾游车型情况 54

(五) 自驾游路段选择 54

(六) 自驾游热门区域 55

(七) 自驾游热门主题 56

(八) 出境自驾游市场 56

第六节 户外运动市场发展分析 57

一、户外运动基本情况分析 57

(一) 户外运动发展概况 57

(二) 户外运动类型分析 58

(三) 户外运动特征分析 61

二、户外运动发展方面分析 62

(一) 户外运动人数规模 62

(二) 户外运动市场规模 62

三、户外运动消费者分析 63

(一) 户外消费人群2010-2016年龄分布 63

(二) 户外消费人群喜爱户外运动排名 64

(三) 户外运动消费人群消费能力 65

四、户外产业发展趋势分析 66

第七节、户外俱乐部市场发展分析 67

一、中国主要户外俱乐部情况 67

二、国内主要户外俱乐部介绍 68

(一) 三夫俱乐部 68

(二) 兰州大玩家户外运动俱乐部 68

(三) 武汉穿山豹 69

(四) 合肥行者户外俱乐部 70

## 第八节 国内外户外露营地发展分析 70

### 一、国外旅游营地发展过程及现状 70

### 二、国外旅游营地发展经验总结 71

### 三、国外著名旅游营地情况 73

#### (一) 乡村型露营地 73

#### (二) 五星级露营地 73

#### (三) 海滨型露营地 74

#### (四) 山地型露营地 75

#### (五) 森林型露营地 76

#### (六) 河畔型露营地 77

### 四、中国户外露营地发展分析 78

#### (一) 房车营地概述 78

#### (二) 房车营地的分类和功能 80

#### (三) 中国营地发展状况分析 80

#### (四) 中国营地发展规模分析 81

#### (五) 中国主要露营地分析 82

#### (六) 中国露营旅游发展前景 89

## 第二章 国内外户外用品行业运行态势 90

### 第一节 国外户外用品行业运行分析 90

#### 一、国外户外用品行业发展历程 90

#### 二、国外户外用品行业品牌数量 92

#### 三、国外户外用品品牌出货规模 92

#### 四、国外户外用品行业竞争状况 92

### 第二节 国内户外用品行业运行态势 93

#### 一、国内户外用品行业发展历程 93

#### 二、国内户外用品行业市场规模 96

#### 三、国内户外用品行业品牌数量 97

#### 四、国内户外用品品牌出货规模 98

#### 五、国内户外用品的品牌占有率 98

##### (一) 一线城市品牌占有率 98

##### (二) 二线城市品牌占有率 99

##### (三) 三线城市品牌占有率 99

### 第三节 国内外户外用品行业竞争分析 100

#### 一、国内外户外用品竞争现状 100

#### 二、国内品牌较国外品牌优势 100

- 三、国内品牌较国外品牌劣势 101
- 四、国内外户外用品竞争对比 101
  - (一) 品牌价差分析 101
  - (二) 渠道发展对比 101
  - (三) 品牌市场份额 102
- 五、零售市场发展的不利因素 102
- 六、户外用品行业发展壁垒分析 104
- 第四节 体育用品企业进军户外行业剖析 106
  - 一、体育用品企业户外品牌发展现状 106
  - 二、体育用品企业进军户外壁垒分析 107
  - 三、体育用品企业进军户外策略分析 107
  - 四、主要体育用品企业户外品牌分析 109
    - (一) 阿迪达斯 (Adidas) 109
    - (二) 李宁 (Li-Ning Adventure) 110
    - (三) 安踏 (ANTA) 111
    - (四) 361° 112
    - (五) 彪马 (Puma) 113
- 第三章 中国户外用品细分行业发展分析 114
  - 第一节 户外服装行业发展分析 114
    - 一、户外服装行业发展概况 114
    - 二、户外服装市场规模分析 115
    - 三、户外服装品牌竞争状况 115
    - 四、户外服装功能需求分析 116
    - 五、户外服装盈利水平分析 116
    - 六、主要户外服装市场分析 117
      - (一) 冲锋衣裤市场分析 117
      - (二) 抓绒衣裤市场分析 119
      - (三) 速干衣裤市场分析 120
      - (四) 迷彩衣裤市场分析 122
      - (五) 滑雪衣裤市场分析 122
      - (六) 骑行服装市场分析 123
      - (七) 毛衣风衣市场分析 126
      - (八) 休闲服装市场分析 128
  - 第二节 户外鞋类行业发展分析 130
    - 一、户外鞋类行业发展概况 130

- 二、户外鞋类市场规模分析 132
- 三、户外鞋类品牌竞争格局 132
- 四、户外鞋类功能需求分析 133
- 五、户外鞋类市场价格分析 134
- 六、主要户外鞋类市场分析 134
  - (一) 登山鞋&徒步鞋市场分析 134
  - (二) 攀岩鞋市场分析 136
  - (三) 溯溪鞋市场分析 138
  - (四) 滑雪靴市场分析 138
  - (五) 休闲鞋市场分析 139
- 第三节 户外包类行业发展分析 140
  - 一、户外包类行业发展概况 140
  - 二、户外包类市场规模分析 141
  - 三、户外包类品牌关注调查 141
  - 四、户外包类市场价格分析 143
  - 五、主要户外包类市场分析 146
    - (一) 登山包市场分析 146
    - (二) 旅行包市场分析 147
    - (三) 摄影包市场分析 147
    - (四) 骑行包市场分析 149
    - (五) 洗漱包市场分析 149
    - (六) 冰包市场分析 150
- 第四节 户外装备行业发展分析 150
  - 一、户外装备行业发展概况 150
  - 二、户外装备市场规模分析 151
  - 三、户外装备品牌竞争格局 151
  - 四、户外装备市场价格分析 152
  - 五、主要户外装备市场分析 152
    - (一) 帐篷睡袋装备市场分析 152
    - (二) 户外垫子装备市场分析 153
    - (三) 登山攀岩装备市场分析 153
    - (四) 户外仪表工具市场分析 156
    - (五) 户外运动车市场分析 158
- 第四章 中国户外用品行业营销渠道分析 159
  - 第一节 户外用品营销渠道结构分析 159



## 第二节 户外用品商场营销渠道分析 160

一、户外用品商场营销现状 160

二、户外用品商场发展规模 161

三、户外服装商场竞争分析 161

四、户外用品商场发展潜力 162

## 第三节 户外用品专卖店营销分析 163

一、户外用品专卖店营销现状 163

二、户外用品专卖店发展规模 164

三、户外用品专卖店SWOT分析 165

四、专业户外店的经营模式分析 166

五、户外用品专卖店发展潜力 168

## 第四节 户外用品电商营销渠道分析 168

一、户外用品电商发展现状 168

二、户外用品电商市场规模 169

三、户外用品电商竞争分析 169

四、户外用品电商发展潜力 171

五、户外用品电商平台分析 172

(一) 淘宝/天猫 172

(二) 京东商城 173

(三) 如此网 174

(四) 互联诚品户外商城 175

(五) 户外营网上商城 177

(六) 8264驴友商城 178

## 第五节 户外用品展会营销渠道分析 180

一、户外用品展会发展现状 180

二、主要地区展会市场发展分析 181

(一) 北京展会市场发展分析 181

(二) 上海展会市场发展分析 181

(三) 广东展会市场发展分析 182

(四) 江苏展会市场发展分析 184

(五) 浙江展会市场发展分析 184

三、ISPO china展会发展分析 185

(一) 展会基本情况 185

(二) 展会情况分析 186

(三) 展会价值影响 187

第五章 中国户外用品行业供应链管理分析	189
第一节 户外用品行业供应链管理概述	189
一、户外用品行业物流链管理分析	189
(一) 户外用品行业物流链管理特点	189
(二) 户外用品行业物流链管理方法	189
(三) 户外用品行业物流链管理策略	191
二、户外用品行业信息链管理分析	192
(一) 户外用品行业信息链管理特点	192
(二) 户外用品行业信息链管理方法	192
(三) 户外用品行业信息链管理策略	196
三、户外用品行业资金链管理分析	196
(一) 户外用品行业资金链管理方法	196
(二) 户外用品行业资金链管理策略	197
第二节 户外用品供应链环节管理分析	198
一、户外用品原料采购环节管理分析	198
二、户外用品产品设计环节管理分析	199
三、户外用品产品生产环节管理分析	200
四、户外用品品牌营销环节管理分析	201
第三节 电商环境下户外用品行业供应链管理	202
一、电商对供应链管理影响分析	202
二、电商环境下供应链管理瓶颈	203
三、电商环境下供应链管理策略	204
第六章 国内外户外用品行业品牌发展分析	206
第一节 国外户外用品品牌发展分析	206
一、哥伦比亚(COLUMBIA)	206
(一) 品牌基本情况	206
(二) 品牌定位分析	206
(三) 品牌渠道建设	206
(四) 公司规模情况	207
(五) 公司发展动态	207
二、乐斯菲斯/北面(TNF)	208
(一) 品牌基本情况	208
(二) 品牌定位分析	208
(三) 品牌渠道建设	208
(四) 企业竞争优势	210

### 三、土拔鼠(MARMOT) 211

- (一) 品牌基本情况 211
- (二) 品牌定位分析 211
- (三) 品牌渠道建设 212
- (四) 在华经营战略 212

### 四、始祖鸟(ARC'TERYX) 212

- (一) 品牌基本情况 212
- (二) 品牌定位分析 213
- (三) 品牌渠道建设 214

### 五、狼爪 ( JackWolfskin ) 214

- (一) 品牌基本情况 214
- (二) 品牌定位分析 214
- (三) 品牌渠道建设 215
- (四) 企业发展动态 215

### 六、沙乐华 ( SALEWA ) 216

- (一) 品牌基本情况 216
- (二) 品牌定位分析 216
- (三) 品牌渠道建设 216
- (四) 企业发展动态 216

### 七、爱步 ( ECCO ) 217

- (一) 品牌基本情况 217
- (二) 品牌定位分析 217
- (三) 品牌渠道建设 217
- (四) 企业发展动态 217

### 八、匡威 ( Converse ) 218

- (一) 品牌基本情况 218
- (二) 品牌定位分析 218
- (三) 品牌渠道建设 219
- (四) 企业发展动态 219

### 九、诺诗兰 ( NORTHLAND ) 219

- (一) 品牌基本情况 219
- (二) 品牌定位分析 220
- (三) 品牌渠道建设 220
- (四) 企业发展动态 221

### 十、萨洛蒙(SALOMON) 221

- (一) 品牌基本情况 221
- (二) 品牌定位分析 222
- (三) 品牌渠道建设 222
- (四) 在华经营战略 222
- 十一、乐飞叶(LAFUMA) 223
  - (一) 品牌基本情况 223
  - (二) 品牌定位分析 223
  - (三) 品牌渠道建设 223
  - (四) 品牌优势分析 224
- 十二、添柏岚(Timberland) 225
  - (一) 品牌基本情况 225
  - (二) 品牌定位分析 225
  - (三) 品牌渠道建设 225
  - (四) 企业发展战略 226
- 十三、艾高(AIGLE) 226
  - (一) 品牌基本情况 226
  - (二) 品牌定位分析 227
  - (三) 品牌渠道建设 227
  - (四) 在华经营战略 227
- 十四、Discovery 228
  - (一) 品牌基本情况 228
  - (二) 品牌定位分析 228
  - (三) 品牌电商情况 229
- 第二节 国内户外用品品牌发展分析 230
  - 一、探路者(TOREAD) 230
    - (一) 品牌基本情况 230
    - (二) 品牌定位分析 231
    - (三) 经营情况分析 233
    - (四) 品牌渠道建设 234
    - (五) 品牌销售门店 235
    - (六) 品牌电商情况 236
    - (七) 品牌发展战略 237
    - (八) 户外项目分析 238
  - 二、三夫户外 239
    - (一) 品牌基本情况 239

- (二) 品牌定位分析 240
- (三) 经营情况分析 241
- (四) 品牌销售情况 241
- (五) 品牌门店情况 241
- (六) 品牌电商情况 242
- (七) 品牌发展战略 243
- 三、奥索卡(Ozark) 243
  - (一) 品牌基本情况 243
  - (二) 品牌定位分析 244
  - (三) 品牌渠道建设 244
  - (四) 品牌发展战略 245
- 四、牧高笛 (Mobigarden) 247
  - (一) 品牌基本情况 247
  - (二) 品牌定位分析 247
  - (三) 经营情况分析 248
  - (四) 品牌销售门店 249
  - (五) 品牌电商情况 250
  - (六) 品牌渠道规划 250
  - (七) 品牌发展战略 251
- 五、凯乐石 (KAILAS) 252
  - (一) 品牌基本情况 252
  - (二) 品牌定位分析 252
  - (三) 品牌渠道建设 253
  - (四) 品牌发展战略 253
- 六、极星(Shehe) 254
  - (一) 品牌基本情况 254
  - (二) 品牌定位分析 255
  - (三) 品牌渠道建设 255
  - (四) 品牌竞争优势 255
- 七、龙鸟 (SinTeryx) 256
  - (一) 品牌基本情况 256
  - (二) 品牌定位分析 257
  - (三) 品牌渠道建设 257
- 八、哥伦步 (Kolumb) 257
  - (一) 品牌基本情况 257

- (二) 品牌定位分析 258
- (三) 品牌渠道建设 258
- (四) 品牌发展战略 259
- 九、凯图巅峰 (k2summit) 261
  - (一) 品牌基本情况 261
  - (二) 品牌定位分析 262
  - (三) 品牌渠道建设 262
  - (四) 品牌发展战略 262
- 十、日高 (NIKKO) 263
  - (一) 品牌基本情况 263
  - (二) 品牌主要产品 263
  - (三) 品牌渠道建设 264
- 十一、康健(KINGCAMP) 265
  - (一) 品牌基本情况 265
  - (二) 品牌定位分析 265
  - (三) 品牌渠道建设 265
  - (四) 品牌发展战略 267
- 十二、阿珂姆(ACME) 268
  - (一) 品牌基本情况 268
  - (二) 品牌定位分析 269
  - (三) 品牌渠道建设 269
  - (四) 品牌发展战略 270
- 十三、雪狼 (Snowwolf) 270
  - (一) 品牌基本情况 270
  - (二) 品牌定位分析 271
  - (三) 品牌发展理念 271
  - (四) 品牌发展模式 271
- 十四、卡瓦格博 (Kawadgarbo) 272
  - (一) 品牌基本情况 272
  - (二) 品牌技术分析 274
  - (三) 品牌渠道建设 274
  - (四) 品牌特点分析 274
- 十五、骆驼 (CAMEL) 275
  - (一) 品牌基本情况 275
  - (二) 品牌定位分析 275

- (三) 品牌渠道建设 275
- (四) 品牌特点分析 276
- 十六、普尔兰德(PURELAND) 276
  - (一) 品牌基本情况 276
  - (二) 品牌故事分析 277
  - (三) 品牌渠道建设 278
  - (四) 品牌产品系列 279
- 十七、思凯乐 (SCALER) 280
  - (一) 品牌基本情况 280
  - (二) 品牌定位分析 280
  - (三) 品牌渠道建设 280
  - (四) 品牌发展战略 281
- 十八、火枫 (Fire-Maple) 281
  - (一) 品牌基本情况 281
  - (二) 品牌定位分析 281
  - (三) 品牌渠道建设 282
  - (四) 品牌最新动态 282
- 十九、吉普 (JEEP) 283
  - (一) 品牌基本情况 283
  - (二) 品牌定位分析 284
  - (三) 品牌渠道建设 284
- 第七章 2010-2016年中国户外用品行业前景及投资分析 285
  - 第一节 2010-2016年中国户外用品行业SWOT分析 285
    - 一、户外用品行业发展优势分析 285
    - 二、户外用品行业发展劣势分析 286
    - 三、户外用品行业发展机遇分析 286
    - 四、户外用品行业发展威胁分析 287
  - 第二节 2010-2016年中国户外用品行业发展前景 288
    - 一、户外用品行业发展前景分析 288
    - 二、户外用品行业发展趋势分析 288
    - 三、户外用品行业盈利能力预测 289
    - 四、户外用品行业市场规模预测 289
  - 第三节 2010-2016年中国户外用品行业投资风险 290
    - 一、宏观经济风险分析 290
    - 二、市场竞争风险分析 290

三、材料价格上涨风险 291

四、渠道管理风险分析 291

五、知识产权风险分析 292

第四节 2010-2016年中国户外用品行业投资策略 292

第八章 中国户外用品企业投融资及IPO上市策略指导 294 (ZY GXH)

第一节 户外用品企业境内IPO上市目的及条件 294

一、户外用品企业境内上市主要目的 294

二、户外用品企业上市需满足的条件 295

(一) 企业境内主板IPO主要条件 295

(二) 企业境内中小板IPO主要条件 297

(三) 企业境内创业板IPO主要条件 298

三、企业改制上市中的关键问题 299

第二节 户外用品企业IPO上市的相关准备 299

一、企业该不该上市 299

二、企业应何时上市 300

三、企业应何地上市 300

四、企业上市前准备 300

(一) 企业上市前综合评估 300

(二) 企业的内部规范重组 301

(三) 选择并配合中介机构 301

(四) 应如何选择中介机构 301

第三节 户外用品企业IPO上市的规划实施 302

一、上市费用规划和团队组建 302

二、尽职调查及问题解决方案 305

三、改制重组需关注重点问题 309

四、企业上市辅导及注意事项 312

五、上市申报材料制作及要求 314

六、网上路演推介及询价发行 316

第四节 户外用品企业挂牌“新三板”分析 317

一、“新三板”基本情况介绍 317

二、“新三板”市场发展历程 318

三、企业挂牌新三板的好处 319

四、企业挂牌新三板的条件 321

五、企业挂牌新三板的流程 321

六、挂牌新三板的时间安排 321



## 第五节 企业IPO上市审核工作流程 322

### 一、企业IPO上市基本审核流程 322

### 二、企业IPO上市具体审核环节 323

### 三、与发行审核流程相关的事项 326 (ZY GXH)

#### 图表目录：

图表 1 户外用品分类 20

图表 2 2010-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 23

图表 3 2010-2016年国内生产总值构成及增长速度统计 23

图表 4 2010-2016年中国规模以上工业增加值月度增长速度 24

图表 5 2010-2016年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图 25

图表 6 2010-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 28

图表 7 2010-2016年中国货物进出口总额变化趋势图 29

图表 8 2010-2016年中国人口总量增长趋势图 29

图表 9 2010-2016年全国人口数及其构成 30

图表 10 2010-2016年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图 31

图表 11 2010-2016年中国居民消费价格月度变化趋势图 32

图表 12 2010-2016年中国国内旅游人数统计 33

图表 13 2010-2016年中国国内旅游收入统计 33

图表 14 2010-2016年中国国内旅游人均花费统计 34

图表 15 2010-2016年中国入境游各国家和地区人数规模统计 35

图表 16 2010-2016年中国入境旅游各大洲人数份额图 36

图表 17 2010-2016年中国入境旅游接待人数情况 36

图表 18 2010-2016年中国入境旅游人数规模统计 37

图表 19 2010-2016年中国入境旅游外汇收入规模统计 37

图表 20 2010-2016年中国入境旅游接待外汇收入分结构情况 37

图表 21 2010-2016年中国入境旅游主要客源结构情况 38

图表 22 2010-2016年中国入境旅游入境方式情况 39

图表 23 2010-2016年中国入境旅游外国人人数（按目的分） 40

图表 24 2010-2016年中国入境旅游外国人2010-2016年龄及性别结构 42

图表 25 2010-2016年中国入境旅游过夜游客数统计 44

图表 26 2010-2016年中国出境旅游人数统计 45

图表 27 2010-2016年中国因私出境人数统计 45

图表 28 2010-2016年中国赴日旅游人数统计 45

图表 29 2010-2016年大陆访台旅客人数统计 46

- 图表 30 2010-2016年中国商务旅行消费支出情况分析 48
- 图表 31 2010-2016年中国国产旅居车产量变化趋势图 49
- 图表 32 中国国产旅居车产量分车型情况 49
- 图表 33 2010-2016年中国国产旅居车销售量变化趋势图 50
- 图表 34 中国国产旅居车销量分车型情况 50
- 图表 35 2010-2016年中国自驾游人数规模统计 51
- 图表 36 2010-2016年中国自驾游目的市场调查 52
- 图表 37 2010-2016年中国自驾游目的场所市场调查 52
- 图表 38 2010-2016年中国自驾游组织者市场调查 53
- 图表 39 2010-2016年中国自驾游前安排情况市场调查 53
- 图表 40 2010-2016年中国自驾游车型市场调查 54
- 图表 41 2010-2016年中国自驾游去过或者想去具有挑战路段市场调查 54
- 图表 42 2010-2016年自驾游热门城市情况 55
- 图表 43 2010-2016年中国户外运动人数规模情况分析 62
- 图表 44 2010-2016年中国户外核心市场规模统计 63
- 图表 45 2010-2016年户外消费人群2010-2016年龄变化情况 63
- 图表 46 2010-2016年中国消费者喜爱户外运动排名情况 65
- 图表 47 户外运动消费人群消费能力情况分析 66
- 图表 48 2010-2016年全国十佳户外俱乐部 67
- 图表 49 2010-2016年被授予全国示范户外运动俱乐部 68
- 图表 50 美国加利福尼亚Visalia/Sequoia KOA示意图 73
- 图表 51 美国加利福尼亚Visalia/Sequoia KOA基本情况 73
- 图表 52 美国拉斯维加斯IVM Resort 示意图 74
- 图表 53 美国拉斯维加斯IVM Resort基本情况 74
- 图表 54 美国佛罗里达州Fiesta Key示意图 75
- 图表 55 美国佛罗里达州Fiesta Key基本情况 75
- 图表 56 美国亚利桑那州Verde Valley示意图 76
- 图表 57 美国亚利桑那州Verde Valley的基本情况 76
- 图表 58 美国俄亥俄州Homerville KOA示意图 77
- 图表 59 美国俄亥俄州Homerville KOA的基本情况 77
- 图表 60 蒙大拿州Billing KOA示意图 78
- 图表 61 蒙大拿州Billing KOA的基本情况 78
- 图表 62 房车营地（一） 79
- 图表 63 房车营地（二） 79
- 图表 64 2010-2016年中国露营地保有量统计 81

- 图表 65 2010-2016年度中国十大露营地列表 82
- 图表 66 中国主要露营地情况统计 82
- 图表 67 国外户外品牌科技产品代表 91
- 图表 68 国外户外品牌概况 91
- 图表 69 2010-2016年中国户外用品国外户外品牌数量统计 92
- 图表 70 2010-2016年中国户外用品国外品牌出货总额统计 92
- 图表 71 垂直一体化的经营模式流程图 94
- 图表 72 单一的制造商模式流程图 95
- 图表 73 批发模式流程图 95
- 图表 74 分销商模式流程图 96
- 图表 75 2010-2016年中国户外用品市场零售额增长趋势图 97
- 图表 76 2010-2016年中国户外用品出货总额统计 97
- 图表 77 2010-2016年中国户外用品品牌数量统计 97
- 图表 78 2010-2016年中国户外用品国内品牌出货总额统计 98
- 图表 79 国内一线城市户外用品品牌市场占有率 98
- 图表 80 国内二线城市户外用品品牌市场占有率 99
- 图表 81 国内三线城市户外用品品牌市场占有率 99
- 图表 82 彪马品牌重新定位 113
- 图表 83 2010-2016年中国户外服装市场规模情况分析 115
- 图表 84 国内户外服装行业品牌份额结构图 116
- 图表 85 户外服装用品的功能需求占比情况分析 116
- 图表 86 冲锋衣销量占比情况分析 119
- 图表 87 速干T恤销量占比分布 121
- 图表 88 国产骑行服主要品牌情况 125
- 图表 89 中国毛衣主要品牌介绍 126
- 图表 90 中国羊毛衫主要品牌介绍 127
- 图表 91 中国风衣主要品牌介绍 128
- 图表 92 中国户外鞋搜索热度示意图 132
- 图表 93 2010-2016年中国户外鞋类市场规模情况分析 132
- 图表 94 中国户外鞋主要品牌介绍 133
- 图表 95 户外鞋类用品的功能需求占比情况分析 134
- 图表 96 徒步鞋&登山靴的销量占比情况分析 135
- 图表 97 徒步鞋&登山靴的单价排行情况分析 136
- 图表 98 淘宝网溯溪鞋主要品牌情况 138
- 图表 99 2010-2016年中国户外包类市场规模情况分析 141

- 图表 100 中国户外背包关注度排名 142
- 图表 101 中国户外背包关注度与价格区间重合情况 142
- 图表 102 主要高档品牌户外包 144
- 图表 103 主要中档品牌户外包 145
- 图表 104 主要低档品牌户外包 146
- 图表 105 世界十大登山包品牌排行榜 147
- 图表 106 摄影包主要品牌情况 148
- 图表 107 2010-2016年户外骑行包品牌排行榜 149
- 图表 108 洗漱包主要品牌情况 149
- 图表 109 2010-2016年中国户外装备类市场规模情况分析 151
- 图表 110 户外垫子主要品牌 153
- 图表 111 2010-2016年户外用品营销渠道结构图 159
- 图表 112 2010-2016年户外用品专业渠道销售的不同种类产品占比 160
- 图表 113 2010-2016年户外用品商场渠道销售的不同种类产品占比 160
- 图表 114 2010-2016年户外用品商场数量规模 161
- 图表 115 2010-2016年户外用品商场零售额规模 161
- 图表 116 2010-2016年主要户外店的经营情况分析 164
- 图表 117 2010-2016年户外用品专卖店数量规模 165
- 图表 118 2010-2016年户外用品专卖店零售额规模 165
- 图表 119 直营模式与加盟模式的情况对比分析 167
- 图表 120 经销模式与代销模式的情况对比分析 167
- 图表 121 2010-2016年户外商品网络渠道发展规模情况 169
- 图表 122 2010-2016年京东商城成交金额情况分析 170
- 图表 123 2010-2016年天猫商城成交金额情况分析 171
- 图表 124 淘宝/天猫主要户外品牌 172
- 图表 125 淘宝/天猫主要户外运动用品种类 173
- 图表 126 京东商城户外用品主要品牌情况 174
- 图表 127 如此网商城主要户外品牌情况 175
- 图表 128 互联诚品户外商城经营的主要户外品牌 176
- 图表 129 2010-2016年北京市举办会展规模情况 181
- 图表 130 2010-2016年北京市场馆举办会展规模情况 181
- 图表 131 2010-2016年上海市举办会展规模情况 181
- 图表 132 2010-2016年广东省举办展览规模情况 182
- 图表 133 广东主要展馆情况统计 183
- 图表 134 2010-2016年江苏省举办会展规模情况 184

- 图表 135 2010-2016年浙江省会展业情况 185
- 图表 136 直链式信息传递模式图 192
- 图表 137 直链式跨级信息传递模式图 193
- 图表 138 网状信息传递模式图 194
- 图表 139 集成式信息流运作模式图 195
- 图表 140 户外用品企业采购流程图 199
- 图表 141 户外用品企业生产流程 201
- 图表 142 户外用品企业营销流程 202
- 图表 143 2010-2016年哥伦比亚营业收入情况分析 207
- 图表 144 The North Face渠道数量统计 209
- 图表 145 The North Face覆盖城市情况 210
- 图表 146 始祖鸟旗下主要产品系列 213
- 图表 147 诺斯兰产品销售渠道分布 220
- 图表 148 乐飞叶产品销售渠道分布 224
- 图表 149 Timberland的绿色标准 226
- 图表 150 探路者三大品牌市场定位分析 232
- 图表 151 2010-2016年探路者收入及利润统计 233
- 图表 152 2010-2016年探路者户外产品销售统计 233
- 图表 153 2010-2016年探路者分产品收入情况统计 233
- 图表 154 2010-2016年探路者产品收入结构图 234
- 图表 155 探路者销售渠道策略分析 235
- 图表 156 2010-2016年探路者分区域收入统计 235
- 图表 157 2010-2016年探路者销售门店数量统计 236
- 图表 158 2010-2016年探路者电商收入统计 237
- 图表 159 探路者生态圈三大板块构建规划 237
- 图表 160 北京三夫户外用品股份有限公司销售的主要产品类别 240
- 图表 161 北京三夫户外用品股份有限公司各大类销售主要品牌 240
- 图表 162 2010-2016年三夫户外收入及利润统计 241
- 图表 163 2010-2016年三夫户外品牌销售收入情况 241
- 图表 164 2010-2016年三夫户外门店情况 242
- 图表 165 2010-2016年三夫户外实体门店销售收入统计 242
- 图表 166 三夫户外营销网络建设项目具体情况 242
- 图表 167 2010-2016年三夫户外电商渠道销售收入统计 243
- 图表 168 2010-2016年牧高笛收入及利润统计 248
- 图表 169 2010-2016年牧高笛露营帐篷类产品产销统计 248

图表 170 2010-2016年牧高笛经销商加盟店与直营店变化情况 249

图表 171 凯乐石赞助队员情况 254

图表 172 哥仑布直营店铺分布情况 258

图表 173 凯图巅峰的营销网络建设情况 262

图表 174 KingCamp营销网点分布图 267

图表 175 CAMEL的品牌定位分析 275

图表 176 普尔兰德在北京主要分店情况 278

图表 177 普尔兰德营销网络图 279

图表 178 天津普尔兰德旅游装备有限公司产品介绍 279

图表 179 火枫主要产品分析 282

图表 180 Jeep户外品牌发展历程 283

图表 181 2010-2016年中国户外用品行业市场规模预测 290

图表 182 企业IPO上市网上路演的主要事项 316

图表 183 新三板市场发展历程 319

图表 184 新三板挂牌公司市场收购兼并案例 320

图表 185 《非上市公众公司监督管理办法》对中小企业的影晌 320

图表 186 国内企业新三板挂牌流程示意图 321

图表 187 国内企业新三板挂牌的时间安排 322

图表 188 企业IPO上市基本审核流程图 323

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201609/450064.html>