

2017-2022年中国户外服装行业市场深度调研及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国户外服装行业市场深度调研及投资前景分析报告》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/201702/498942.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

报告目录：

第一章 全球户外服装行业发展概述 13

第一节 户外服装行业定义及分类 13

一、行业概念及定义 13

二、行业发展周期性 14

第二节 全球户外服装行业现状 15

一、全球户外服装行业发展概况 15

二、全球户外服装行业发展特征 17

三、全球户外服装行业发展规模 17

四、全球户外服装行业发展趋势 18

第三节 主要地区户外服装行业发展经验 19

一、欧洲 19

二、美国 20

三、日韩 21

第四节 国外主要户外服装品牌分析 21

一、哥伦比亚(COLUMBIA) 21

二、乐斯菲斯/北面 (TNF) 21

三、土拔鼠(MARMOT) 22

四、始祖鸟(ARC'TERYX) 22

五、狼爪 (JackWolfskin) 22

六、沙乐华 (SALEWA) 22

七、布莱亚克 (BLACK YAK) 22

八、诺诗兰 (NORTHLAND) 23

九、猛犸象(MAMMUT) 23

十、乐飞叶(LAFUMA) 23

第二章 中国户外服装行业发展背景分析 24

第一节 户外服装行业政策环境分析 24

一、行业主管部门及管理体制 24

二、行业相关政策 24

(一) 《中华人民共和国反不正当竞争法》 24

(二) 《中华人民共和国消费者权益保护法》 24

(三) 《中华人民共和国产品质量法》 25

- (四) 《零售商促销行为管理办法》 25
- (五) 《零售商供应商公平交易管理办法》 25
- (六) 《商业特许经营管理条例》 25
- (七) 《国务院关于加快发展服务业的若干意见》 25
- (八) 《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》 26
- (九) 《服装生产企业安全生产标准化评定标准》 26
- 三、相关产业发展规划 26
 - (一) 《产业用纺织品“十三五”发展规划》 26
 - (二) 《纺织工业“十三五”发展规划》 27
 - (三) 《化纤工业“十三五”发展规划》 28
- 第二节 户外服装行业经济环境分析 29
 - 一、2016年中国GDP增长情况分析 29
 - 二、2016年工业经济发展形势分析 30
 - 三、2016年社会固定资产投资分析 32
 - 四、2016年全社会消费品零售总额 33
 - 五、2016年对外贸易发展形势分析 34
- 第三节 户外服装行业社会环境分析 35
 - 一、我国人口年龄结构 35
 - 二、城乡居民收入情况 37
 - 三、居民消费水平与结构 38
- 第四节 国内旅游业发展态势 39
 - 一、居民旅游市场规模分析 39
 - (一) 中国居民旅游人数规模 39
 - (二) 国内居民旅游花费总额 39
 - (三) 城镇居民国内旅游情况 40
 - (四) 农村居民国内旅游情况 40
 - 二、入境旅游市场规模分析 41
 - (一) 入境游客人数规模分析 41
 - (二) 入境旅游收入规模分析 43
 - (三) 入境旅游客源分布情况 44
 - (1) 客源结构分析 44
 - (2) 客源入境方式 45
 - (3) 入境旅游目的 47
 - (4) 年龄及性别结构 49
 - (四) 入境旅游过夜游客数 50

三、国内出境旅游市场分析 51

(一) 居民出境旅游人数分析 51

(二) 因私出境旅游人数分析 51

(三) 赴日旅游市场状况分析 52

(四) 赴台旅游市场状况分析 52

第五节 户外运动市场发展分析 53

一、户外运动发展概况 53

二、户外运动类型分析 53

三、户外运动人数规模 56

四、户外运动特征分析 57

第三章 中国户外服装行业原料市场分析 59

第一节 服装面料市场发展分析 59

一、纺织行业发展概况 59

二、纺织行业发展现状 60

三、服装面料市场情况 61

四、服装面料价格分析 64

第二节 服装辅料市场发展分析 64

一、纽扣市场发展分析 64

二、拉链市场发展分析 65

三、衬料市场发展分析 66

四、里料市场发展分析 68

第三节 缝纫机械市场发展分析 69

一、缝纫机械行业概况 69

二、缝纫机械行业规模 70

三、缝纫机械发展前景 71

四、缝纫机械价格分析 71

第四章 中国户外服装行业发展状况分析 73

第一节 中国户外服装行业发展总体状况分析 73

一、中国户外服装行业发展概况 73

二、中国户外服装行业总体特征 73

三、中国户外服装行业发展影响因素 74

(一) 行业发展的驱动因素分析 74

(二) 行业发展的制约因素分析 75

第二节 中国户外服装行业运营状况分析 76

一、户外服装行业企业规模分析 76

二、户外服装行业市场规模分析 77

三、户外服装行业市场结构分析 77

四、户外服装行业盈利水平分析 77

第三节 中国户外服装行业竞争状况分析 78

一、现有竞争者分析 78

二、潜在进入者分析 78

三、替代品威胁分析 79

四、供应商议价能力分析 79

五、客户议价能力分析 80

第五章 中国户外服装消费市场分析 81

第一节 户外服装消费人群分析 81

一、国内居民收入消费水平 81

二、户外服装消费人群分布 81

三、户外服装消费人群年龄 82

四、户外服装消费群体特征 82

第二节 户外服装消费行为分析 83

一、户外服装消费总体情况 83

二、户外服装购买渠道情况 83

三、户外服装品牌偏好分析 83

四、户外服装消费地域差异 84

第三节 户外服装消费影响因素 84

一、质量 84

二、品牌 84

三、价格 85

四、材质 85

五、渠道 86

第六章 中国户外服装营销渠道分析 87

第一节 户外服装商场营销分析 87

一、户外服装商场营销现状 87

二、户外服装商场发展规模 87

三、户外服装商场竞争分析 88

四、户外服装商场发展潜力 89

第二节 户外服装专卖店营销分析 89

一、户外服装专卖店营销现状 89

二、户外服装专卖店发展规模 90

三、户外服装专卖店竞争分析 91

四、户外服装专卖店发展潜力 92

第三节 户外服装展会营销分析 92

一、户外服装展会营销现状 92

二、户外服装展会发展优势 93

三、户外服装主要展会分析 95

第七章 户外服装营销策略分析 98

第一节 产品策略分析 98

一、户外服装市场定位 98

二、户外服装组合策略 99

三、户外服装开发策略 99

第二节 品牌策略分析 101

一、户外服装品牌构建分析 101

二、户外服装品牌竞争分析 103

三、户外服装品牌战略分析 104

第三节 价格策略分析 107

一、户外服装价格影响因素 107

二、户外服装定价方法分析 109

三、户外服装定价策略分析 111

第四节 渠道策略分析 114

一、户外服装渠道扩张策略 114

二、户外服装传统渠道策略 116

三、户外服装网络渠道策略 118

第五节 促销策略分析 121

一、户外服装促销成功因素 121

二、户外服装促销方式选择 122

三、户外服装促销效果分析 125

第八章 中国户外服装电子商务分析 127

第一节 户外服装电子商务SWOT分析 127

- 一、户外服装电商发展优势分析 127
- 二、户外服装电商发展劣势分析 127
- 三、户外服装电商发展机遇分析 127
- 四、户外服装电商发展威胁分析 128
- 第二节 户外服装电子商务发展状况 128
 - 一、户外服装电商渠道数量 128
 - 二、户外服装电商用户分析 128
 - 三、户外服装电商成本分析 129
 - 四、户外服装电商盈利模式 130
 - 五、户外服装电商交易模式 131
 - (一) B2B模式 131
 - (二) B2C模式 131
 - (三) C2C模式 133
- 第三节 户外服装电子商务发展模式 135
 - 一、进驻电商平台模式 135
 - (一) 平台服装电商市场概况 135
 - (二) 平台服装电商的优劣势 136
 - (三) 平台服装电商成本分析 136
 - (四) 平台服装电商盈利模式 136
 - 二、垂直电商模式分析 137
 - (一) 垂直服装电商市场概况 137
 - (二) 垂直服装电商的优劣势 137
 - (三) 垂直服装电商成本分析 137
 - (四) 垂直服装电商盈利分析 138
 - 三、自建网站直营模式 138
 - (一) 自建网站直营市场概况 138
 - (二) 自建网站直营的优劣势 138
 - (三) 自建网站直营成本分析 138
 - (四) 自建网站直营盈利分析 139
- 第四节 户外服装电商平台分析 139
 - 一、淘宝/天猫 139
 - 二、京东商城 140
 - 三、如此网 141
 - 四、互联诚品户外商城 141
 - 五、户外营网上商城 141

六、8264驴友商城 143

第五节 主要户外服装品牌电商发展情况 144

一、探路者 144

二、百足氏 144

三、极星 145

四、始祖鸟 145

五、哥伦比亚 145

六、北面 146

第九章 中国户外服装行业供应链管理分析 147

第一节 户外服装行业供应链管理概述 147

一、户外服装行业物流链管理分析 147

(一) 户外服装行业物流链管理特点 147

(二) 户外服装行业物流链管理方法 148

(三) 户外服装行业物流链管理策略 151

二、户外服装行业信息链管理分析 153

(一) 户外服装行业信息链管理模式 153

(二) 户外服装行业信息链管理方法 153

(三) 户外服装行业信息链管理策略 157

三、户外服装行业资金链管理分析 157

(一) 户外服装行业资金链管理特点 157

(二) 户外服装行业资金链管理方法 158

(三) 户外服装行业资金链管理策略 159

第二节 户外服装供应链环节管理分析 160

一、户外服装原料采购环节管理分析 160

二、户外服装产品设计环节管理分析 161

三、户外服装产品生产环节管理分析 162

四、户外服装品牌营销环节管理分析 163

第三节 电商环境下户外服装行业供应链管理 164

一、电商对供应链管理影响分析 164

二、电商环境下供应链管理瓶颈 165

三、电商环境下供应链管理策略 166

第十章 中国户外服装行业重点品牌分析 168

第一节 中国主要户外服装品牌竞争格局 168

第二节 中国主要户外服装品牌发展分析 173

一、探路者(TOREAD) 173

(一) 品牌基本情况 173

(二) 品牌定位分析 173

(三) 品牌渠道建设 175

(四) 品牌发展战略 176

二、奥索卡(Ozark) 176

(一) 品牌基本情况 176

(二) 品牌定位分析 177

(三) 品牌渠道建设 177

(四) 品牌发展战略 180

三、牧高笛 (Mobigarden) 182

(一) 品牌基本情况 182

(二) 品牌定位分析 182

(三) 品牌渠道建设 183

(四) 品牌发展战略 183

四、凯乐石 (KAILAS) 184

(一) 品牌基本情况 184

(二) 品牌定位分析 184

(三) 品牌渠道建设 185

(四) 品牌发展战略 185

五、极星(Shehe) 186

(一) 品牌基本情况 186

(二) 品牌定位分析 187

(三) 品牌渠道建设 187

(四) 品牌竞争优势 187

六、龙鸟 (SinTeryx) 188

(一) 品牌基本情况 188

(二) 品牌定位分析 188

(三) 品牌渠道建设 189

七、哥伦步 (Kolumb) 189

(一) 品牌基本情况 189

(二) 品牌定位分析 189

(三) 品牌渠道建设 190

(四) 品牌发展战略 191

- 八、凯图巅峰 (k2summit) 193
 - (一) 品牌基本情况 193
 - (二) 品牌定位分析 194
 - (三) 品牌渠道建设 194
 - (四) 品牌发展战略 194
- 九、日高 (NIKKO) 195
 - (一) 品牌基本情况 195
 - (二) 品牌主要产品 195
 - (三) 品牌渠道建设 196
- 十、康健(KINGCAMP) 196
 - (一) 品牌基本情况 196
 - (二) 品牌定位分析 197
 - (三) 品牌渠道建设 197
 - (四) 品牌发展战略 198
- 十一、阿珂姆(ACME) 199
 - (一) 品牌基本情况 199
 - (二) 品牌定位分析 200
 - (三) 品牌渠道建设 200
 - (四) 品牌发展战略 201
- 十二、雪狼 (Snowwolf) 201
 - (一) 品牌基本情况 201
 - (二) 品牌定位分析 201
 - (三) 品牌发展理念 201
 - (四) 品牌发展历程 202
- 十三、卡瓦格博 (Kawadgarbo) 202
 - (一) 品牌基本情况 202
 - (二) 品牌技术分析 203
 - (三) 品牌渠道建设 204
 - (四) 品牌特点分析 204
- 十四、普尔兰德(PURELAND) 204
 - (一) 品牌基本情况 204
 - (二) 品牌故事分析 205
 - (三) 品牌渠道建设 206
 - (四) 品牌产品系列 207
- 十五、思凯乐 (SCALER) 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) 品牌发展战略 209

十六、慕士塔格 (Muztaga) 209

(一) 品牌基本情况 209

(二) 品牌定位分析 210

(三) 品牌渠道建设 211

(四) 品牌生产科技 211

第十一章 2017-2022年中国户外服装行业发展前景与投资分析 213

第一节 中国户外服装行业发展趋势分析 213

一、户外服装行业竞争趋势分析 213

二、户外服装行业需求趋势分析 213

三、户外服装行业产品趋势分析 214

四、户外服装应用市场发展趋势分析 214

第二节 中国户外服装行业发展前景预测 214

一、中国户外服装行业市场规模预测 214

二、中国户外服装行业需求前景预测 215

三、中国户外服装行业盈利能力预测 215

第三节 中国户外服装行业机会及建议 216

一、中国户外服装行业投资特性分析 216

(一) 户外服装行业进入壁垒分析 216

1) 品牌壁垒 216

2) 技术壁垒 216

3) 渠道壁垒 216

4) 企业管理能力 216

5) 供应链整合管理能力 217

(二) 户外服装行业发展模式分析 217

1) 销售渠道分析 217

2) 商业模式分析 217

(三) 户外服装行业盈利因素分析 217

二、中国户外服装行业投资机会分析 218

(一) 中国户外服装行业投资现状分析 218

(二) 中国户外服装行业投资机会分析 218

三、中国户外服装行业投资风险警示 219

- (一) 户外服装政策标准风险 219
- (二) 户外服装行业竞争风险 219
- (三) 户外服装行业库存风险 219
- (四) 户外服装行业宏观经济风险 220
- (五) 户外服装行业关联产业风险 220
- (六) 商标被侵权及产品被仿制风险 220

第十二章 户外服装行业总结及企业重点客户管理建议 221 (ZY ZM)

第一节 户外服装行业企业问题总结 221

第二节 户外服装企业应对策略 222

- 一、把握国家投资的契机 222
- 二、竞争性战略联盟的实施 223
- 三、户外服装企业发展对策 224

第三节 户外服装市场的重点客户战略实施 224

- 一、实施重点客户战略的必要性 224
- 二、企业重点客户的鉴别与确定 227
- 三、企业重点客户的开发与培育 228
- 四、实施重点客户战略要需解决的问题 232
- 五、企业重点客户的市场营销策略分析 237

图表目录：

图表 1 行业生命周期图 15

图表 2 商场店户外服装购买者类型占比 17

图表 3 2014-2016年全球户外服装市场规模及其增长趋势图 18

图表 4 欧洲户外市场产品类别占有率 20

图表 5 美国户外服装市场格局 20

图表 6 2016年国内生产总值构成及增长速度统计 30

图表 7 2014-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 30

图表 8 2016年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图 31

图表 9 2016年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速 32

图表 10 2014-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 33

图表 11 2014-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 34

图表 12 2014-2016年中国进出口总额增长趋势图 35

图表 13 2014-2016年中国人口数量及增长率变化趋势图 35

- 图表 14 2016年中国人口数量及其构成情况统计 36
- 图表 15 2016年中国各年龄段人口比重 36
- 图表 16 2014-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 37
- 图表 17 2014-2016年农村居民人均纯收入及增长趋势图 38
- 图表 18 2013-2016年中国居民消费价格月度变化趋势图 38
- 图表 19 2014-2016年中国国内旅游人数统计 39
- 图表 20 2014-2016年中国国内旅游花费统计 39
- 图表 21 2014-2016年中国城镇居民旅游花费统计 40
- 图表 22 2014-2016年国内农村居民旅游花费统计 40
- 图表 23 2014-2016年外国入境游各国家和地区人数规模统计 41
- 图表 24 2013-2016年入境旅游接待人数情况 42
- 图表 25 2013-2016年入境旅游人数统计 43
- 图表 26 2016年中国入境旅游各大洲人数份额图 43
- 图表 27 2013-2016年入境旅游接待收汇情况 43
- 图表 28 2013-2016年中国入境旅游外汇收入规模增长趋势图 44
- 图表 29 2015年入境旅游主要客源结构情况 44
- 图表 30 2016年入境旅游主要客源结构情况 45
- 图表 31 2016年入境旅游入境方式情况 46
- 图表 32 2016年入境旅游外国人人数（按目的分） 47
- 图表 33 2016年入境旅游外国人年龄及性别结构 49
- 图表 34 2013-2016年入境旅游过夜游客数统计 50
- 图表 35 2014-2016年中国出境旅游人数统计 51
- 图表 36 2014-2016年中国因私出境人数统计 52
- 图表 37 2014-2016年中国赴日旅游人数统计 52
- 图表 38 2014-2016年国内户外运动人数规模及增长趋势图 57
- 图表 39 2013-2016年中国纺织行业经济指标统计 59
- 图表 40 2013-2016年中国缝纫机械制造行业经济指标统计 69
- 图表 41 2014-2016年工业缝纫机市场规模统计 70
- 图表 42 2011-2016年国内市场户外服装及用品品牌数量统计 76
- 图表 43 2014-2016年中国户外服装市场规模增长趋势图 77
- 图表 44 国内户外服装行业品牌份额结构图 77
- 图表 45 主要户外服装品牌的技术及材质特点 85
- 图表 46 2014-2016年户外服装商场数量规模 87
- 图表 47 2016年户外服装及用品商场数量排行榜 88
- 图表 48 2014-2016年户外服装及用品专卖店数量规模 90

- 图表 49 2016年户外服装及用品专卖店数量排行榜 91
- 图表 50 中国户外行业品牌金字塔 104
- 图表 51 返券促销与其他方式的比较 123
- 图表 52 2014-2016年中国户外服装电子商务渠道数量统计 128
- 图表 53 2014-2016年服装网购用户数及渗透率变化趋势图 129
- 图表 54 户外服装电子商务成本构成 129
- 图表 55 中国服装B2C模式分类示意图 132
- 图表 56 2014-2016年中国服装B2C网络购物市场规模统计 133
- 图表 57 2016年中国B2C服装网络购物企业市场分布 133
- 图表 58 2014-2016年中国C2C服装网络购物市场规模统计 134
- 图表 59 平台型电子商务企业的盈利模式 137
- 图表 60 2016年国内服装网络广告投放前五位 138
- 图表 61 国内服装类重点上市公司电子商务运营情况 139
- 图表 62 淘宝/天猫主要户外品牌 140
- 图表 63 淘宝/天猫主要户外运动用品种类 140
- 图表 64 互联诚品户外商城经营的主要品牌 141
- 图表 65 户外服装行业供应链 148
- 图表 66 户外服装供应链供应流程 151
- 图表 67 户外服装供应链生产延迟策略 152
- 图表 68 户外服装供应链合作伙伴关系 153
- 图表 69 直链式信息传递模式图 154
- 图表 70 直链式跨级信息传递模式图 155
- 图表 71 网状信息传递模式图 155
- 图表 72 集成式信息流运作模式图 156
- 图表 73 户外服装企业采购流程图 161
- 图表 74 户外服装企业生产流程 163
- 图表 75 户外服装企业营销流程 164
- 图表 76 奥索卡线上销售排名前五的区域 178
- 图表 77 奥索卡网上旗舰店销售情况 179
- 图表 78 奥索卡线上商城销售情况 179
- 图表 79 奥索卡网络搜索热度情况 180
- 图表 80 凯乐石赞助队员情况 186
- 图表 81 哥仑布直营店铺分布情况 190
- 图表 82 凯图巅峰的营销网络建设情况 194
- 图表 83 KingCamp营销网点分布图 198

图表 84 普尔兰德营销网络图 207

图表 85 天津普尔兰德旅游装备有限公司产品介绍 207

图表 86 慕士塔格 (Muztaga) 典型性产品价格表 211

图表 87 2017-2022年中国户外服装市场规模预测趋势图 215

图表 88 中国户外品牌资本市场投资情况 218

图表 89 户外服装行业重点客户管理与企业战略规划

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201702/498942.html>