

2024-2030年中国户外用品行业市场竞争力分析及 投资发展潜力报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国户外用品行业市场竞争力分析及投资发展潜力报告》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/1130609.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

智研咨询发布的《2024-2030年中国户外用品行业市场竞争力分析及投资发展潜力报告》共六章。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1章 户外用品行业发展背景分析

1.1 户外用品行业的界定与行业特性

1.1.1 户外用品行业相关概念

- (1) 户外运动定义及分类
- (2) 户外用品定义及分类

1.1.2 行业进入壁垒分析

- (1) 品牌壁垒
- (2) 设计研发壁垒
- (3) 供应链整合管理壁垒

1.2 户外用品行业发展环境分析

1.2.1 户外用品行业政策环境分析

- (1) 行业管理体制
- (2) 行业主要法律法规及政策

1.2.2 户外用品行业经济环境分析

- (1) 国民经济增长分析
- (2) 人均GDP增长分析

1.2.3 户外用品行业社会环境分析

- (1) 我国城乡居民收入状况
- (2) 城乡居民消费水平与结构
- (3) 城乡居民旅游产为分析
- (4) 人口年龄结构分析

1.2.4 户外用品行业技术环境

- (1) 行业专利总体发展趋势
- (2) 专利产出规模指数分析
- (3) 行业产出质量指数分析
- (4) 国内领先企业技术研发分析——探路者

1.3 户外用品行业产业链分析

1.3.1 户外用品行业产业链简介

1.3.2 上游产业发展对行业的影响分析

第2章 中国户外用品行业发展现状分析

2.1 中国户外用品市场需求分析

2.1.1 中国户外用品消费群体特征分析

- (1) 户外用品主要目标消费群
- (2) 户外运动消费群特征分析

2.1.2 户外用品需求规模分析

2.1.3 户外用品需求结构分析

2.2 户外用品市场结构分析

2.2.1 户外用品品牌增长分析

2.2.2 户外用品市场出货分析

2.3 户外用品市场价格分析

2.3.1 户外运动服装价格分析

2.3.2 户外运动鞋价格分析

2.4 中国市场户外用品市场竞争分析

2.4.1 户外用品市场竞争格局分析

- (1) 行业集中度分析
- (2) 品牌竞争格局分析
- (3) 区域市场竞争格局分析

2.4.2 户外用品品牌特征分析

第3章 中国户外用品营销渠道分析

3.1 户外用品行业销售渠道分析

3.1.1 户外用品的主要销售渠道

3.1.2 主要销售渠道数量情况

3.1.3 主要销售渠道零售额情况

3.2 户外用品行业展会销售渠道分析

- 3.2.1 亚洲运动用品与时尚展简况
- 3.2.2 历年国内企业参展情况分析
- 3.2.3 ISPO BEIJING 2021回顾
 - (1) 展会规模
 - (2) 参展品牌
- 3.2.4 ISPO BEIJING 2021参展说明
 - (1) 展会时间及地点
 - (2) 展品范围与参展价格
- 3.3 户外运动品牌营销渠道建设案例分析——探路者
 - 3.3.1 公司品牌建设战略分析
 - 3.3.2 建立多品牌组织架构体系
 - 3.3.3 公司销售网络布局分析
 - 3.3.4 公司销售渠道建设分析
 - 3.3.5 公司销售渠道建设策略
 - (1) 直营店布局核心市场，加强户外形象店建设
 - (2) 加盟商、分销商实现销售收入占比超过 30%
 - (3) 店铺形式以商场店为主
 - (4) 电子商务成增长亮点

第4章 户外用品所属行业区域市场发展潜力

- 4.1 北京市户外用品行业发展潜力分析
 - 4.1.1 北京户外用品行业发展现状分析
 - 4.1.2 北京户外用品行业市场空间分析
 - (1) 北京居民可支配收入分析
 - (2) 北京户外资源禀赋分析
 - (3) 北京户外运动发展分析
 - 1) 居民私家车保有量分析
 - 2) 户外运动产业发展分析
 - 3) 居民户外运动调查分析
 - 4.1.3 北京户外用品行业发展潜力分析
- 4.2 江浙地区户外用品行业发展潜力分析
 - 4.2.1 户外用品行业发展现状分析
 - 4.2.2 户外用品行业市场空间分析
 - (1) 居民可支配收入分析
 - (2) 地区户外资源禀赋分析

- (3) 地区户外运动发展分析
 - 1) 居民私家车保有量分析
 - 2) 居民户外运动调查分析
- 4.2.3 户外用品行业发展潜力分析
- 4.3 广东省户外用品行业发展潜力分析
 - 4.3.1 广东户外用品行业发展现状分析
 - 4.3.2 广东户外用品行业市场空间分析
 - (1) 广东居民可支配收入分析
 - (2) 广东地区户外资源禀赋分析
 - (3) 广东居民私家车保有量分析
 - 4.3.3 广东户外用品行业发展潜力分析
- 4.4 山东省户外用品行业发展潜力分析
 - 4.4.1 山东户外用品行业发展现状分析
 - 4.4.2 山东户外用品行业市场空间分析
 - (1) 山东居民可支配收入分析
 - (2) 山东户外资源禀赋分析
 - (3) 山东户外运动发展分析
 - 1) 居民私家车保有量分析
 - 2) 地区户外运动发展分析
 - 3) 居民户外运动调查分析
- 4.4.3 户外用品行业发展潜力分析
- 4.5 川渝地区户外用品行业发展潜力分析
 - 4.5.1 户外用品行业发展现状分析
 - 4.5.2 户外用品行业市场空间分析
 - (1) 居民可支配收入分析
 - (2) 周边户外资源禀赋分析
 - (3) 地区户外运动发展分析
 - 1) 居民私家车保有量分析
 - 2) 居民户外运动调查分析
- 4.5.3 户外用品行业发展潜力分析
- 4.6 武汉及长沙户外用品行业发展潜力分析
 - 4.6.1 户外用品行业发展现状分析
 - 4.6.2 户外用品行业市场空间分析
 - (1) 居民可支配收入分析
 - (2) 地区户外资源禀赋分析

- (3) 居民私家车保有量分析
- 4.6.3 户外用品行业发展潜力分析
- 4.7 东北三省户外用品行业发展潜力分析
- 4.7.1 户外用品行业发展现状分析
 - (1) 市场消费特征分析
 - (2) 户外用品品牌入驻分析
- 4.7.2 户外用品行业市场空间分析
 - (1) 居民可支配收入分析
 - (2) 地区户外资源禀赋分析
 - (3) 居民私家车保有量分析
- 4.7.3 户外用品行业发展潜力分析

第5章 户外用品行业领先品牌经营分析

5.1 国外户外用品品牌经营分析

5.1.1 始祖鸟 (ARC'TERYX)

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌户外产品分析
- (3) 品牌销售网络分析
- (4) 品牌经营情况分析

5.1.2 哥伦比亚 (COLUMBIA)

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌户外产品分析
- (3) 品牌销售网络分析
- (4) 品牌经营情况分析

5.1.3 北面 (THENORTHFACE)

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌户外产品分析
- (3) 品牌销售网络分析
- (4) 品牌经营情况分析

5.2 国内户外用品品牌经营分析

5.2.1 探路者 (TOROAD)

- (1) 品牌简介
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 品牌最新发展动态

5.2.2 牧高笛 (MOBIGARDEN)

- (1) 品牌简介
- (2) 品牌户外产品分析
- (3) 品牌销售网络分析
- (4) 品牌经营情况分析

第6章 中国户外用品行业发展前景预测

6.1 户外用品行业发展趋势分析

- 6.1.1 从专业户外向户外休闲发展
- 6.1.2 销售渠道向二三线城市下沉
- 6.1.3 户外用品设计趋向人性化
- 6.1.4 户外用品流行跳跃性色彩
- 6.1.5 户外运动市场将会更加细分

6.2 中国户外用品行业发展前景分析

- 6.2.1 中国户外用品市场与欧美对比
- 6.2.2 中国户外用品行业发展推动因素
 - (1) 自然资源不断被开发
 - (2) 居民收入不断提高
 - (3) 国民休闲时间将增多
 - (4) 私人汽车拥有量提升
 - (5) 户外运动蓬勃发展

6.2.3 中国户外用品行业发展前景预测

6.3 户外用品行业发展建议

- 6.3.1 注重研发投入和技术创新
- 6.3.2 迎合大众需求确定产品分类
- 6.3.3 引导消费者户外生活理念

图表目录：

图表1：户外运动基本分类

图表2：户外用品的分类

图表3：我国户外用品行业主要法律法规、政策

图表4：2019-2023年我国人均国内生产总值及其增值速度(单位：元，%)

图表5：2023年我国主要地区人均GDP情况(单位：元，美元)

图表6：2019-2023年我国城镇居民可支配收入(单位：元)

图表7：2019-2023年我国农村居民人均纯收入(单位：元)

图表8：2019-2023年中国农村、城镇居民消费水平及同比增速(单位：元/人，%)

图表9：2019-2023年我国城乡居民恩格尔曲线(单位：%)

图表10：2019-2023年城镇居民消费结构情况(单位：%)

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1130609.html>