

中国户外用品行业市场分析及发展前景预测报告 (2014-2018)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国户外用品行业市场分析及发展前景预测报告（2014-2018）》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/177248177248.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中国报告网发布的《中国户外用品行业市场分析及发展前景预测报告（2014-2018）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

目 录

第一章 户外用品相关概述 1

第一节 户外用品的相关定义 1

一、户外运动的定义 1

二、户外用品的定义 1

第二节 户外用品的分类 1

一、服装类 1

二、鞋类 2

三、背包类 2

四、野营出行装备 2

五、专项户外运动装备 2

六、其他 2

第二章 中国户外用品行业的发展环境分析 3

第一节 宏观经济环境 3

一、2012年中国宏观经济形势分析 3

二、2013年宏观经济展望及政策前瞻 12

三、2014-2018年中国经济发展预测 19

第二节 行业发展环境 21

一、中国户外运动兴起催热户外用品市场 21

二、户外用品产业已成为中国新的经济增长点 22

三、户外用品行业已升级为大众化产业 22

四、中国户外用品市场逐渐成熟理性 23

五、户外用品正从“边缘”化迅速向主流化转变	24
第三章 户外用品行业的发展	25
第一节 国外户外用品产业发展概况	25
一、欧美户外用品行业发展浅析	25
二、美国户外用品市场快速增长	25
三、2012年美国户外用品销售情况	26
四、德国户外用品市场发展前景广阔	26
第二节 中国户外用品产业发展综述	27
一、中国户外用品行业的发展特点	27
二、中国户外用品行业多元化发展	28
三、中国户外用品行业的地域性和季节性特征	30
四、中国户外用品行业集中度较高	31
五、进入本行业的主要壁垒	31
第三节 2009-2012年中国户外用品行业的发展	32
一、2009年中国户外用品行业发展迅猛	32
二、2010年中国户外用品行业发展加速前进	33
三、2010年中国户外用品产业发展动态分析	33
四、2011年中国户外用品行业发展分析	33
五、2012年中国户外用品行业发展分析	34
六、2012年国际户外用品巨头掘金中国市场	34
七、2012年大型零售企业户外时尚运动用品销售情况分析	34
第四节 中国部分地区户外用品行业的发展	35
一、2012年国庆北京户外用品成为消费热点	35
二、南京户外用品面临广阔发展机遇	35
三、青岛户外用品成掘金新热点	36
四、哈尔滨户外用品行业发展较好前景乐观	36
第五节 中国户外用品行业发展的的问题及对策	37
一、中国户外用品行业发展的不利因素	37
二、中国户外用品行业的尴尬处境	38
三、中国户外用品行业产品标准亟待完善	39
四、中国户外用品企业营销管理存在的不足	41
五、中国户外用品行业的发展对策	42
第四章 中国户外用品市场及消费分析	44
第一节 中国户外用品市场现状分析	44
一、中国户外用品市场迅速发展	44

- 二、中国户外用品大品牌市场份额逐步加大 44
- 三、中国户外用品市场面临发展机遇 45
- 四、中国户外市场整体呈现蓬勃发展的态势 46
- 五、中国户外用品市场发展不平衡 46
- 第二节 中国户外用品市场发展路线解析 47
 - 一、中国户外用品市场不断发展变化 47
 - 二、品牌增多及品类延伸 47
 - 三、“小户外”向“泛户外”的转化 48
 - 四、2012年销售渠道的变化和发展 49
- 第三节 中国户外用品市场消费者分析 50
 - 一、户外用品市场客户群体 50
 - 二、户外用品市场客户特征 50
 - 三、户外用品市场客户渠道 51
- 第四节 中国旅游户外用品重度购买者的特征研究 54
 - 一、旅游户外用品及重度购买者概述 54
 - 二、理论假设 54
 - 三、研究方法 56
 - 四、研究结果 58
 - 五、结论和讨论 61
 - 六、市场营销启示 62
- 第五节 2012年中国户外鞋消费调查 63
 - 一、调查对象基本情况 63
 - 二、拥有户外鞋的情况 63
 - 三、选购户外鞋的情况 64
 - 四、户外鞋的普及程度 67
- 第五章 中国户外用品市场品牌及渠道分析 68
 - 第一节 2012年中国户外用品市场品牌发展状况 68
 - 一、2012年户外用品品牌发展概况 68
 - 二、2012年户外品牌用品销售额对比 68
 - 三、2012年户外品牌产品线状况概述 68
 - 四、2012年中国户外用品市场国际品牌分布 69
 - 第二节 中国户外用品销售渠道现状分析 69
 - 一、2012年中国户外用品市场渠道分析 69
 - 二、2012年中国户外用品渠道销售对比 70
 - 三、区域性户外零售网络正在构建中 70

四、大型户外连锁店因定位问题而发展迟缓	70
五、中小型户外店资金管理信用和开店模式成发展瓶颈	71
第三节 中国户外用品市场品牌商与零售商间的冲突	72
一、渠道冲突	72
二、产品冲突	72
三、价格冲突	72
四、供货冲突	72
五、服务冲突	72
六、推广冲突	73
第四节 中国户外用品行业做大品牌的对策	73
一、开创新品类	73
二、打造户外品牌文化	74
三、打造新的营销模式	75
第六章 重点企业	76
第一节 北京探路者户外用品股份有限公司	76
一、公司简介	76
二、探路者竞争力分析	76
三、2013年公司经营状况	79
四、2011-2013年公司财务数据	80
五、2013年公司发展展望及策略	84
第二节 北京三夫户外用品开发有限公司	85
一、公司简介	85
二、三夫户外的发展历程	85
三、三夫户外抓住中国户外用品行业的发展机遇	90
四、2013年三夫户外发展策略	90
五、三夫户外未来发展战略目标	91
第三节 北京长天时代户外体育用品有限公司	91
一、公司简介	91
二、长天户外客户群及销售品牌的定位	92
三、长天户外的主要经营模式	92
四、长天户外的基本运作模式	92
第七章 中国户外用品市场营销分析	93
第一节 中国户外用品市场的营销概况	93
一、户外用品多采用“三位一体”销售模式	93
二、中国户外用品体育营销方式日渐发展	93

- 三、中国户外用品经营商家营销的问题 94
- 第二节 中国户外用品市场营销创新的思考 96
 - 一、中国户外用品市场营销亟需创新 96
 - 二、重新定义需求内涵推崇“泛户外”概念 97
 - 三、注重户外市场服务互动与消费者价值体验 97
 - 四、营销规划需要结合科学和人文和艺术 98
 - 五、户外用品的网络营销策略创新 99
 - 六、2013年户外用品营销策略 102
- 第三节 户外运动服装的营销方式 104
 - 一、大型商场百货公司 104
 - 二、普通商场服装店 104
 - 三、户外运动服装专卖店 104
 - 四、商场、超市及连锁店 105
 - 五、批发市场 105
 - 六、邮购 105
 - 七、网上销售 105
- 第四节 户外用品店的经营及营销策略建议 106
 - 一、经营战略 106
 - 二、营销策略 106
 - 三、营销方案 106
 - 四、营销战略 107
- 第八章 2014-2018年中国户外用品市场的前景趋势分析 110
 - 第一节 2014-2018年中国户外用品行业的发展前景展望 110
 - 一、中国户外用品蕴藏巨大市场前景 110
 - 二、中国户外用品市场增长潜力大 110
 - 三、中国户外用品市场将迎来发展黄金时期 111
 - 四、2014-2018年中国户外用品销售额预测 111
 - 第二节 2014-2018年中国户外用品行业的发展趋势预测 112
 - 一、中国户外用品行业未来发展趋势 112
 - 二、未来中国户外用品市场将呈跳跃式发展 113
 - 三、中国户外用品市场兼并时代即将到来 114
 - 四、大型户外用品连锁店是未来发展趋势 114
- 第九章 2014-2018年中国户外用品行业投资策略 115
 - 第一节 投资优势 115
 - 一、市场空间较大 115

- 二、投资收益看好 115
- 三、入行门槛不高 115
- 第二节 投资环境 116
 - 一、市场需求分析 116
 - 二、市场调研分析 117
 - 三、市场竞争分析 117
 - 四、市场定位分析 118
- 第三节 投资机会及建议 118
 - 一、户外用品市场蕴含良好的投资机会 118
 - 二、滑雪户外用品市场有待开发 119
 - 三、户外用品店投资经营策略分析 119
 - 四、二手户外用品店的投资建议 122
- 第四节 投资风险 123
 - 一、国内宏观经济风险 123
 - 二、市场竞争风险 123
 - 三、外包环节风险 123
- 第五节 投资经营户外用品店的风险管理 123
 - 一、风险分析 123
 - 二、优质的服务 124
 - 三、平和的心态 124
 - 四、过硬的产品 124
- 第六节 产品开发结构 125
 - 一、背包 125
 - 二、帐篷 125
 - 三、睡袋 125
 - 四、登山鞋 126
 - 五、服装 126
 - 六、攀登装备 126
 - 七、露营装备 126
 - 八、其它装备 127
 - 九、旅游书籍 127

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/177248177248.html>