

# 中国户外用品行业格局调查及未来五年投资价值 评估报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国户外用品行业格局调查及未来五年投资价值评估报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/217663217663.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

现代户外运动起源于欧美，历时已有一百多年，其中欧洲的市场容量最大，美国次之。在亚洲，户外运动的发展十分迅速，其中韩国、日本与中国跃升为主要的户外用品消费国。

国内真正意义上的户外用品市场起步于90年代初，在经历行业初期发展缓慢、市场拓展困难的阵痛后，于2000年后进入爆发式增长期，目前户外用品市场规模已超百亿。目前国内户外用品市场中，因国际户外品牌的大量涌入，品牌商之间已呈现激烈竞争分析。

报告大纲：

### 第一章 户外用品相关概述

#### 1.1 户外用品的相关定义

##### 1.1.1 户外运动的定义

##### 1.1.2 户外用品的定义

#### 1.2 户外用品的分类

##### 1.2.1 服装类

##### 1.2.2 鞋类

##### 1.2.3 背包类

##### 1.2.4 装备类

##### 1.2.5 配件类

##### 1.2.6 器材类

### 第二章 中国户外用品行业发展环境分析

#### 2.1 宏观经济环境

##### 2.1.1 2013年中国宏观经济发展回顾

##### 2.1.2 2014年中国宏观经济运行状况

##### 2.1.3 2015年宏观经济运行状况分析

#### 2.2 行业发展环境

##### 2.2.1 中国户外运动兴起催热户外用品市场

##### 2.2.2 户外用品产业已成为中国新的经济增长点

##### 2.2.3 户外用品行业已升级为大众化产

##### 2.2.4 宏观政策利好户外用品行业发展

##### 2.2.5 户外用品从“边缘”化迅速向主流化转变

### 第三章 户外用品行业的发展

#### 3.1 国外户外用品产业发展概况

##### 3.1.1 欧洲户外用品行业渐趋回暖

- 3.1.2 美国 户外用品市场发展综述
- 3.1.3 美国 户外用品收入状况
- 3.1.4 全球户外用品市场焦点向亚洲转移
- 3.1.5 国外户外用品行业的成功要素分析
- 3.2 中国户外用品产业发展综述
  - 3.2.1 中国户外用品行业的发展特点
  - 3.2.2 中国户外用品行业多元化发展
  - 3.2.3 中国户外用品业的地域性和季节性特征
  - 3.2.4 中国户外用品行业步入快速发展阶段
  - 3.2.5 中国户外用品行业凸显品牌化趋势
- 3.3 中国户外用品行业的发展
  - 3.3.1 中国户外用品行业竞争程度
  - 3.3.2 2016年中国户外用品行业发展形势分析
- 3.4 中国部分地区户外用品行业的发展
  - 3.4.1 南京户外用品市场面临发展机遇
  - 3.4.2 福建鞋企争相发力户外用品市场
  - 3.4.3 上海户外用品市场总体发展概况
  - 3.4.4 沈阳户外用品品牌及消费渠道分析
  - 3.4.5 晋江户外用品行业生存现状
  - 3.4.6 长春户外用品市场发展现状
- 3.5 中国户外用品行业发展的的问题及对策
  - 3.5.1 中国户外用品行业发展的不利因素
  - 3.5.2 中国户外用品行业产品标准亟待完善
  - 3.5.3 中国户外用品行业的发展对策
  - 3.5.4 促进我国户外用品行业发展的措施建议

#### 第四章 中国户外用品市场分析

- 4.1 中国户外用品市场概况
  - 4.1.1 中国户外用品市场迅速发展
  - 4.1.2 本土户外用品企业市场份额增长明显
  - 4.1.3 专业户外用品在运动鞋服市场所占份额提升
  - 4.1.4 中国户外用品市场的转变分析
  - 4.1.5 中国户外用品市场发展不平衡
- 4.2 中国户外用品市场的供需形势分析
  - 4.2.1 市场供需现状简析
  - 4.2.2 需求影响因素分析

#### 4.2.3 产品供应状况分析

### 4.3 中国户外用品市场消费者分析

#### 4.3.1 户外用品市场客户群体

#### 4.3.2 户外用品市场目标客户

#### 4.3.3 户外用品消费者的特征

#### 4.3.4 户外用品市场客户渠道

### 4.4 中国旅游户外用品重度购买者的特征研究

#### 4.4.1 旅游户外用品及重度购买者概述

#### 4.4.2 理论假设

#### 4.4.3 研究方法

#### 4.4.4 研究结果

#### 4.4.5 结论和思考

### 4.5 中国户外用品市场监测分析

#### 4.5.1 商场对户外店的影响

#### 4.5.2 户外用品品牌商经营成本

#### 4.5.3 户外店的投资预期

#### 4.5.4 户外用品品牌商的投资预期

## 第五章 中国户外用品品牌及销售分析

### 5.3 中国户外运动用品品牌状况

## 5.2 中国户外用品销售渠道分析

#### 5.2.1 中国户外用品销售渠道发展回顾

#### 5.2.2 我国户外用品销售渠道分析

#### 5.2.3 国内户外用品市场网络零售渠道兴起

#### 5.2.4 大型户外连锁店因定位问题而发展迟缓

#### 5.2.5 中小型户外店资金管理信用和开店模式成发展瓶颈

### 5.3 中国户外用品市场品牌商与零售商间的冲突

#### 5.3.1 渠道冲突

#### 5.3.2 产品冲突

#### 5.3.3 价格冲突

#### 5.3.4 供货冲突

#### 5.3.5 服务冲突

#### 5.3.6 推广冲突

### 5.4 中国户外用品行业做大品牌的对策

#### 5.4.1 开创新品类

#### 5.4.2 打造户外品牌文化

### 5.4.3 打造新的营销模式

## 第六章 重点企业发展分析

### 6.1 哥伦比亚运动服装公司 (COLUMBIA)

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

### 6.2 北京探路者户外用品股份有限公司 (TOREAD)

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

### 6.3 福建哥伦步户外用品有限公司 (KOLUMB)

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

### 6.4 北京三夫户外用品开发有限公司 (SANFO)

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

### 6.5 北京长天时代户外用品有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

### 6.6 其他著名品牌

#### 6.6.1 GORE-TEX

#### 6.6.2 VAUDE

### 6.6.3 THE NORTH FACE

### 6.6.4 ARC'TERYX

## 第七章 中国户外用品市场营销分析

### 7.1 中国户外用品市场的营销概况

#### 7.1.1 户外用品多采用“三位一体”销售模式

#### 7.1.2 中国户外用品体育营销方式日渐发展

#### 7.1.3 中国户外用品重度购买者的营销特点

#### 7.1.4 中国户外用品经营商家营销的问题

### 7.2 中国户外用品市场营销创新的思考

#### 7.2.1 中国户外用品市场营销亟需创新

#### 7.2.2 重新定义需求内涵推崇“泛户外”概念

#### 7.2.3 注重户外市场服务互动与消费者价值体验

#### 7.2.4 营销规划需要结合科学和人文和艺术

### 7.3 户外运动服装的营销方式

#### 7.3.1 大型商场/百货公司

#### 7.3.2 普通商场/服装店

#### 7.3.3 户外运动服装专卖店

#### 7.3.4 商场、超市及连锁店

#### 7.3.5 批发市场

#### 7.3.6 邮购

#### 7.3.7 网上销售

### 7.4 户外用品店的经营及营销策略建议

#### 7.4.1 经营战略

#### 7.4.2 营销策略

#### 7.4.3 营销方案

#### 7.4.4 营销战略

## 第八章 中国户外用品行业投资分析

### 8.1 投资优势

#### 8.1.1 市场空间较大

#### 8.1.2 投资收益看好

#### 8.1.3 入行门槛不高

### 8.2 投资环境

#### 8.2.1 市场需求分析

#### 8.2.2 市场定位分析

#### 8.2.3 市场周期性分析

2012 年下降了30.42%，户外产业的整体增速放缓。

#### 8.2.4 市场竞争分析

#### 8.2.5 市场壁垒分析

### 8.3 投资机会及建议

#### 8.3.1 户外用品市场蕴含良好的投资机会

#### 8.3.2 国内户外鞋市场投资热情高涨

#### 8.3.3 户外用品店投资经营策略分析

#### 8.3.4 二手户外用品店的投资建议

### 8.4 投资前景

#### 8.4.1 国内宏观经济风险

#### 8.4.2 市场竞争风险

#### 8.4.3 外包环节风险

### 8.5 投资经营户外用品店的风险管理

#### 8.5.1 风险分析

#### 8.5.2 优质的服务

#### 8.5.3 专业化是取胜之道

#### 8.5.4 合理安排产品结构

#### 8.5.5 建立网站延伸业务

### 8.6 产品开发结构

#### 8.6.1 背包

#### 8.6.2 帐篷

#### 8.6.3 睡袋

#### 8.6.4 登山鞋

#### 8.6.5 服装

#### 8.6.6 攀登装备

#### 8.6.7 露营装备

#### 8.6.8 其它装备

#### 8.6.9 旅游书籍

## 第九章 2015-2020年中国户外用品市场的前景趋势分析

### 9.1 2015-2020年中国户外用品行业前景展望

#### 9.1.1 中国户外用品蕴藏巨大市场前景

#### 9.1.2 中国户外用品市场增长潜力大

#### 9.1.3 中国户外用品市场将迎来发展黄金期

### 9.2 2015-2020年中国户外用品行业预测分析

#### 9.2.1 未来行业发展的影响因素分析



9.2.2 2015-2020年我国户外用品行业零售总额预测

9.2.3 2015-2020年我国户外用品行业出货总额预测

9.3 2015-2020年中国户外用品行业的发展趋势

9.3.1 中国户外用品行业投资预测

9.3.2 中国户外用品行业的发展走向解析

9.3.3 未来中国户外用品市场将呈跳跃式发展

9.3.4 大型户外用品连锁店是投资预测

图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/217663217663.html>