

# 2020-2026年中国户外用品 市场供需预测及战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国户外用品市场供需预测及战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1205/201911/13-322388.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

专业户外店：大点在不断优化升级下逐渐恢复增长，而中小户外店仍发展不佳。百货渠道回暖，户外大店增长良好

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国户外用品市场供需预测及战略咨询报告》共十四章。首先介绍了户外用品相关概念及发展环境，接着分析了中国户外用品规模及消费需求，然后对中国户外用品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国户外用品面临的机遇及发展前景。您若想对中国户外用品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分户外用品业运行新形势聚焦

第一章 户外用品相关概述

第一节 户外用品的概念

一、户外用品界定

二、户外用品特点

三、户外用品适用人群

第二节 户外用品的分类

一、服装纺织类

二、鞋类

三、背包类

四、装备类

五、配件类

六、器材类

第二章 2016-2019年全球户外用品行业运行状况分析

第一节 2016-2019年世界户外用品行业发展分析

一、世界户外用品发展特色分析

二、世界户外用品热销用品点评

三、世界户外用品关注品牌分析

四、金融危机对世界户外用品行业影响

第二节 2016-2019年欧洲户外用品行业发展分析

一、欧洲户外服装纺织类销售情况

二、英国户外运动产业分析

三、德国户外运动产业分析

四、欧洲户外市场未来发展趋势分析

第三节 2016-2019年美国户外用品行业发展分析

一、美国户外产品网络销售情况

二、美国滑雪用品销售额变化情况

第四节 2020-2026年世界户外用品发展趋势展望

第三章 2016-2019年中国户外用品行业市场发展环境解析

第一节 2016-2019年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2016-2019年中国户外用品市场政策环境分析

一、户外用品国家标准

二、《新疆维吾尔自治区户外运动管理条例(草案)》

三、《全民健身计划纲要》

四、《山地户外运动管理办法》

五、进出口政策分析

六、其他相关法律法规的影响分析

第三节 2016-2019年中国户外用品社会发展环境分析

一、全国社会消费品零售总额

二、全国百家重点大型零售企业销售情况

三、全国居民消费价格分析

## 第四章 2016-2019年中国户外用品行业运行新形势透析

### 第一节 2016-2019年中国户外用品运行总况

- 一、中国户外运动用品发展历程
- 二、中国户外运动用品特点分析
- 三、中国户外用品市场跳跃式发展分析
- 四、中国户外用品市场多元化发展分析

### 第二节 2016-2019年中国户外用品市场分析

- 一、我国户外运动用品品牌发展分析 2017年户外用品品牌数量下降 亿元规模以上的品牌占市场份额大头
- 二、户外运动用品销售渠道分析
- 三、户外运动用品地域分布
- 四、户外用品展览会发展分析

### 第三节 2016-2019年中国户外用品行业问题及对策

- 一、户外用品行业假货问题分析
- 二、户外用品行业产品同质化问题
- 三、户外用品行业质量安全问题

### 第四节 户外用品市场品牌商与零售商间冲突及对策

- 一、渠道冲突
- 二、产品冲突
- 三、价格冲突
- 四、供货冲突
- 五、服务冲突
- 六、推广冲突
- 七、户外产品零售店发展对策

## 第五章 2016-2019年中国户外用品制造所属行业数据监测分析

### 第一节 2016-2019年中国户外用品制造所属行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

### 第二节 2019年中国户外用品制造所属行业结构分析

## 一、企业数量结构分析

### (一)、不同类型分析

### (二)、不同所有制分析

## 二、销售收入结构分析

### (一)、不同类型分析

### (二)、不同所有制分析

## 第三节 2016-2019年中国户外用品制造所属行业产值分析

### 一、产成品增长分析

### 二、工业销售产值分析

### 三、出口交货值分析

## 第四节 2016-2019年中国户外用品制造所属行业成本费用分析

### 一、销售成本分析

### 二、费用分析

## 第五节 2016-2019年中国户外用品制造所属行业盈利能力分析

### 一、主要盈利指标分析

### 二、主要盈利能力指标分析

## 第二部分 户外用品市场深度调研

## 第六章 2016-2019年中国户外用品细分市场运行分析

### 第一节 2016-2019年中国运动鞋产业生存现状

#### 一、品牌运动鞋市场发展状况

#### 二、国内运动鞋产业与国际品牌的差距

#### 三、运动鞋企业振兴方法探索

#### 四、我国运动鞋市场发展趋势

### 第二节 2016-2019年中国户外服装及背包市场发展分析

#### 一、户外服装市场发展现状

#### 二、中国户外运动服装销售渠道构成

#### 三、户外服装店营销分析

#### 四、2016-2019年中国背包市场分析

## 第七章 2016-2019年中国部分地区户外用品产业分析

### 第一节 深圳户外用品产业发展分析

- 一、深圳经济指标分析
- 二、深圳户外用品销售动态
- 三、户外运动制造新机遇分析
- 四、深圳户外培训产业发展分析

## 第二节 哈尔滨户外用品市场分析

- 一、哈尔滨户外用品市场发展形势
- 二、户外用品功能走向分析
- 三、定位通讯设备市场分析

## 第三节 南京户外用品市场发展分析

- 一、南京户外用品市场聚集情况
- 二、南京户外用品国际知名品牌分析
- 三、南京户外用品市场前景分析

## 第四节 麻城户外用品产业发展分析

- 一、麻城户外用品产业发展状况
- 二、麻城户外用品产业发展环境分析
- 三、麻城户外用品产业动态

## 第八章 2016-2019年中国户外用品需求与消费者偏好调查

### 第一节 2016-2019年中国户外用品消费者分析

- 一、户外用品消费者特征
- 二、户外用品消费群分析
- 三、旅游户外用品重度购买者特征及其营销分析

### 第二节 运动鞋市场消费观念调查

- 一、品牌认知度调查
- 二、运动鞋价位选购调查
- 三、运动鞋颜色选择调查
- 四、影响消费因素

## 第三部分 户外用品市场竞争力透析

### 第九章 2016-2019年中国户外用品市场竞争格局透析

#### 第一节 2016-2019年中国户外用品行业竞争分析

- 一、洋品牌开拓中国市场

二、本土品牌竞争分析

三、户外产品核心价值分析

第二节 2016-2019年外资在中国户外用品市场竞争分析

一、国际户外品牌在中国市场发展分析

二、美国L.L.Bean在中国市场扩张分析

三、阿迪达斯进军户外用品市场分析

四、德国索力户外休闲鞋开发中国市场

第三节 2016-2019年中国户外用品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第四节 2016-2019年中国户外用品行业竞争中存的问题

第五节 2020-2026年中国户外用品行业竞争趋势分析

第十章 2016-2019年中国户外用品企业竞争策略分析

第一节 2016-2019年中国户外用品市场竞争策略分析

一、户外装备中国化策略

二、中国户外店各种形态与策略

三、户外企业商业模式创新

第二节 2016-2019年中国户外运动鞋服品牌竞争策略

一、开创新品类

二、品牌文化

三、营销模式

第十一章 2016-2019年中国户外用品优势生产企业竞争力及关键性数据分析

第一节 泉州鸿星尔克体育用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第二节 青岛双星集团出口鞋有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析



### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

## 第三节 湖州四友旅游用品有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

## 第四节 浙江牧高笛户外用品有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

## 第五节 连云港恒君户外用品有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

## 第六节 厦门诚宝工贸有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

## 第四部分 户外用品市场前景与投资策略研究

### 第十二章 2020-2026年中国户外用品行业前景预测分析

#### 第一节 2020-2026年户外用品行业发展趋势

##### 一、大型户外用品连锁店发展趋势

##### 二、“大户外”概念趋势

##### 三、户外企业商场渠道趋势

##### 四、企业品牌建设趋势

#### 第二节 户外服装“泛户外化”趋势

##### 一、功能化细分化趋势

二、人性化趋势

三、携带轻便化趋势

第三节 2020-2026年中国户外用品行业的发展前景展望

一、中国户外用品蕴藏巨大市场前景

二、中国户外用品市场增长潜力大

三、中国户外用品市场将迎来发展黄金时期

四、中国户外用品市场兼并时代即将到来

第四节 2020-2026年中国户外用品市场盈利预测分析

第十三章 2020-2026年中国户外用品行业投资机会及风险规避指引

第一节 2016-2019年中国户外用品行业投资概况分析

一、户外用品投资特性

二、中国户外用品业投资优势分析

第二节 2020-2026年中国户外用品行业投资机会分析

一、大众化和专业化相结合的户外运动用品

二、连锁化的专业零售渠道

三、户外用品市场蕴含良好的投资机会

四、极地户外用品市场有待开发

第三节 2020-2026年中国户外用品行业投资风险预警

一、政策风险

二、经营风险

三、进入退出风险

四、信贷风险

第十四章 2020-2026年中国户外用品行业投资战略研究（ ）

第一节 户外用品店开店策略

一、合理安排产品结构

二、降低管理成本

三、根据目标消费群选店址

四、对户外活动有兴趣

五、代理户外产品品牌

六、组织活动策略

第二节 户外用品零售店投资方案解析

第三节 二手户外用品店的投资建议

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1205/201911/13-322388.html>