

远足装备市场技术动态创新及市场预测

产品名称	远足装备市场技术动态创新及市场预测
公司名称	湖南贝哲斯信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	开福区新河街道晴岚路68号北辰凤凰天阶苑B1E1区N单元10楼10033号
联系电话	18163706525 19918827775

产品详情

徒步装备是指户外徒步旅行所带的装备。徒步旅行通常分为一日徒步和多日徒步，称为背包旅行、徒步旅行和步行旅行。选择的装备根据时间长短、距离远近、计划的活动和环境的不同而不同。

本报告首先介绍了远足装备行业产品的定义、背景、分类、应用市场、产业链结构等，在此基础上，通过研究影响上下游行业发展的因素、全球及中国特定地区该行业发展现状（通过产值、销量、产量、市场规模、市场占比等多维度呈现）、以及行业内主要企业的概况及竞争格局等，基于大量官方公开资料的研究，科学、客观、全面的分析了远足装备行业的发展现状及发展趋势。

报告出版商: 湖南贝哲斯信息咨询有限公司

远足装备报告对该行业市场规模、份额、驱动因素、制约因素等进行了深入评估。基于产业链发展，通过对远足装备产业上中下游及销售渠道的全过程梳理，实现对产业链的全景解析，深度剖析上下游产业现状及上下游市场变化对行业的影响。通过直观的数据帮助新进入者及行业内企业分辨重点地区市场，洞悉市场热点，制定发展战略和投资策略，是企业发展过程中不可或缺的参考。

这份研究报告包含了对远足装备行业内重点企业发展概况、产品结构、竞争优势及发展战略等方面的详尽分析。该行业领域的主要企业包括：

Mountain Hardwear

AMG Group

Marmot

Big Agnes

Snugpak

MontBell

The North Face

Kelty

Sierra Designs

Force Ten

Skandika

Arc'teryx

Paddy Pallin

Marmont Mountain

Black Diamond

产品分类：

远足服装

远足鞋

远足装备

其他

应用领域：

超市和大卖场

和体育商店

在线零售

远足装备报告聚焦全球和中国市场，在全球市场重点解析了亚洲、北美、欧洲、南美以及中非地区的发展情况；在中国市场主要关注环渤海地区、长三角地区、东南沿海经济区、豫晋宁地区、长江中游城市群、黑吉内蒙古区、西三角经济圈、桂黔滇地区、青藏地区、陇新地区。

远足装备市场调研报告共包含十二章节，各章节内容简介：

第一章：远足装备行业概念与整体市场发展综述；

第二章：远足装备行业产业链、供应链、采购生产及销售模式、销售渠道分析；

第三章：2016-2021年中国远足装备市场发展回顾、运行状态、与发展因素分析；

第四章：2016-2027年全球远足装备市场发展回顾、各地区（亚洲、北美、欧洲、南美、中东）及整体市场需求与前景分析；

第五章：2016-2027年中国远足装备市场规模、增长情况、产量与销量及其增长率分析；

第六章：2016-2021年中国远足装备细分类型、应用市场销量及增长率分析；

第七章：中国远足装备行业进出口现状与预测、挑战、对策及前景分析；

第八章：中国各地区（环渤海地区、长三角地区、东南沿海经济区、豫晋宁地区、长江中游城市群、黑吉内蒙古区、西三角经济圈、桂黔滇地区、青藏地区、陇新地区）远足装备市场销量与增长率分析；

第九章：远足装备企业发展概况、产品结构、应用场景、经营、优势、及战略分析；

第十章：中国远足装备细分类型、应用市场前景预测；

第十一章：中国远足装备区域动态、细分产品和应用销量与增长率预测；

第十二章：行业研究结论与发展策略。

目录

第一章 远足装备行业发展概述

1.1 远足装备的概念

1.1.1 远足装备的定义及特点

1.1.2 远足装备的类型

1.1.3 远足装备的应用

1.2 全球与中国远足装备行业发展综述

1.2.1 全球与中国远足装备市场规模分析

1.2.2 中国远足装备市场竞争格局

1.2.3 全球远足装备市场梯队

1.2.4 传统参与主体

1.2.5 行业发展整合

第二章 行业供应链分析

2.1 产业链趋势

2.2 远足装备行业产业链简介

2.3 远足装备行业供应链分析

2.3.1 主要原料及供应情况

2.3.2 行业下游情况分析

2.3.3 上下游行业对远足装备行业的影响

2.4 远足装备行业采购模式

2.5 远足装备行业生产模式

2.6 远足装备行业销售模式及销售渠道

第三章 2017-2022年中国远足装备产业运行动态分析

3.1 2017-2022年中国远足装备市场发展概况

3.1.1 中国远足装备市场总体回顾

3.1.2 远足装备市场品牌集中度分析

3.1.3 消费者对远足装备品牌喜好概况

3.2 2017-2022年中国远足装备市场运行分析

3.2.1 中国远足装备品牌关注度分析

3.2.2 中国远足装备品牌结构分析

3.2.3 中国远足装备区域市场分析

3.3 远足装备行业发展因素

3.3.1 中国远足装备行业发展的驱动因素

3.3.2 中国远足装备行业发展面临的机遇

3.3.3 中国远足装备行业发展面临的挑战

第四章 2017-2027年全球远足装备行业市场发展现状分析

4.1 全球远足装备行业发展历程回顾

4.2 全球远足装备行业市场区域分布情况

4.3 亚洲远足装备行业地区市场分析

4.3.1 2017-2022年亚洲远足装备行业市场供给与市场需求分析

4.3.2 2021-2027年亚洲远足装备行业市场前景分析

4.4 北美远足装备行业地区市场分析

4.4.1 2017-2022年北美远足装备行业市场供给与市场需求分析

4.4.2 2021-2027年北美远足装备行业市场前景分析

4.5 欧洲远足装备行业地区市场分析

4.5.1 2017-2022年欧洲远足装备行业市场供给与市场需求分析

4.5.2 2021-2027年欧洲远足装备行业市场前景分析

4.6 南美远足装备行业地区市场分析

4.6.1 2017-2022年南美远足装备行业市场供给与市场需求分析

4.6.2 2021-2027年南美远足装备行业市场前景分析

4.7 中东非远足装备行业地区市场分析

4.7.1 2017-2022年中东非远足装备行业市场供给与市场需求分析

4.7.2 2021-2027年中东非远足装备行业市场前景分析

4.8 2021-2027年全球远足装备行业市场需求量预测

第五章 中国远足装备行业产销情况分析

5.1 2017-2027年中国远足装备行业总体规模及增长情况

5.2 中国远足装备行业产量概况

5.2.1 2017-2022年中国远足装备产量情况及增长率分析

5.2.2 2017-2027年中国远足装备产量情况及增长率分析

5.3 中国远足装备行业销量概况

5.3.1 2017-2022年中国远足装备销量情况及增长率分析

5.3.2 2017-2027年中国远足装备销量情况及增长率分析

第六章 中国远足装备细分类型、应用市场发展现状

6.1 2017-2022年中国远足装备细分类型市场销量及增长率分析

6.1.1 2017-2022年中国远足服装市场销量及增长率分析

6.1.2 2017-2022年中国远足鞋市场销量及增长率分析

6.1.3 2017-2022年中国远足装备市场销量及增长率分析

6.1.4 2017-2022年中国其他市场销量及增长率分析

6.2 2017-2022年中国远足装备细分应用市场销量及增长率分析

6.2.1 2017-2022年中国超市和大卖场市场销量及增长率分析

6.2.2 2017-2022年中国和体育商店市场销量及增长率分析

6.2.3 2017-2022年中国在线零售市场销量及增长率分析

第七章 中国远足装备行业进出口情况分析

7.1 远足装备行业出口状况分析

7.1.1 2017-2022年远足装备行业出口状况分析

7.1.2 2021-2027年远足装备行业出口情况预测分析

7.2 远足装备行业进口状况分析

7.2.1 2017-2022年远足装备行业进口状况分析

7.2.2 2021-2027年远足装备行业进口情况预测分析

7.3 远足装备行业进出口面临的挑战及对策

7.4 远足装备行业进出口趋势及前景

第八章 中国远足装备区域动态及细分产品、应用数据统计分析

8.1 2017-2022年环渤海地区远足装备市场销量和增长率

8.1.1 2017-2022年环渤海地区远足装备市场主要类型销量和增长率

8.1.2 2017-2022年环渤海地区远足装备市场主要应用销量和增长率

8.1.3 环渤海地区远足装备行业市场环境分析

8.2 2017-2022年长三角地区远足装备市场销量和增长率

8.2.1 2017-2022年长三角地区远足装备市场主要类型销量和增长率

8.2.2 2017-2022年长三角地区远足装备市场主要应用销量和增长率

8.2.3 长三角地区远足装备行业市场环境分析

8.3 2017-2022年东南沿海经济区远足装备市场销量和增长率

8.3.1 2017-2022年东南沿海经济区远足装备市场主要类型销量和增长率

8.3.2 2017-2022年东南沿海经济区远足装备市场主要应用销量和增长率

8.3.3 东南沿海经济区远足装备行业市场环境分析

8.4 2017-2022年豫晋宁地区远足装备市场销量和增长率

8.4.1 2017-2022年豫晋宁地区远足装备市场主要类型销量和增长率

8.4.2 2017-2022年豫晋宁地区远足装备市场主要应用销量和增长率

8.4.3 豫晋宁地区远足装备行业市场环境分析

8.5 2017-2022年长江中游城市群远足装备市场销量和增长率

8.5.1 2017-2022年长江中游城市群远足装备市场主要类型销量和增长率

8.5.2 2017-2022年长江中游城市群远足装备市场主要应用销量和增长率

8.5.3 长江中游城市群远足装备行业市场环境分析

8.6 2017-2022年黑吉内蒙古区远足装备市场销量和增长率

8.6.1 2017-2022年黑吉内蒙古区远足装备市场主要类型销量和增长率

8.6.2 2017-2022年黑吉内蒙古区远足装备市场主要应用销量和增长率

8.6.3 黑吉内蒙古区远足装备行业市场环境分析

8.7 2017-2022年西三角经济圈远足装备市场销量和增长率

8.7.1 2017-2022年西三角经济圈远足装备市场主要类型销量和增长率

8.7.2 2017-2022年西三角经济圈远足装备市场主要应用销量和增长率

8.7.3 西三角经济圈远足装备行业市场环境分析

8.8 2017-2022年桂黔滇地区远足装备市场销量和增长率

8.8.1 2017-2022年桂黔滇地区远足装备市场主要类型销量和增长率

8.8.2 2017-2022年桂黔滇地区远足装备市场主要应用销量和增长率

8.8.3 桂黔滇地区远足装备行业市场环境分析

8.9 2017-2022年青藏地区远足装备市场销量和增长率

8.9.1 2017-2022年青藏地区远足装备市场主要类型销量和增长率

8.9.2 2017-2022年青藏地区远足装备市场主要应用销量和增长率

8.9.3 青藏地区远足装备行业市场环境分析

8.10 2017-2022年陇新地区远足装备市场销量和增长率

8.10.1 2017-2022年陇新地区远足装备市场主要类型销量和增长率

8.10.2 2017-2022年陇新地区远足装备市场主要应用销量和增长率

8.10.3 陇新地区远足装备行业市场环境分析

第九章 远足装备产业重点企业分析

9.1 The North Face

9.1.1 The North Face发展概况

9.1.2 企业产品结构分析

9.1.3 The North Face 远足装备应用场景

9.1.4 The North Face业务经营分析

9.1.5 企业竞争优势分析

9.1.6 企业发展战略分析

9.2 Marmont Mountain

9.2.1 Marmont Mountain发展概况

9.2.2 企业产品结构分析

9.2.3 Marmont Mountain 远足装备应用场景

9.2.4 Marmont Mountain业务经营分析

9.2.5 企业竞争优势分析

9.2.6 企业发展战略分析

9.3 Black Diamond

9.3.1 Black Diamond发展概况

9.3.2 企业产品结构分析

9.3.3 Black Diamond 远足装备应用场景

9.3.4 Black Diamond业务经营分析

9.3.5 企业竞争优势分析

9.3.6 企业发展战略分析

9.4 Arc'teryx

9.4.1 Arc'teryx发展概况

9.4.2 企业产品结构分析

9.4.3 Arc'teryx 远足装备应用场景

9.4.4 Arc'teryx业务经营分析

9.4.5 企业竞争优势分析

9.4.6 企业发展战略分析

9.5 Marmot

9.5.1 Marmot发展概况

9.5.2 企业产品结构分析

9.5.3 Marmot 远足装备应用场景

9.5.4 Marmot业务经营分析

9.5.5 企业竞争优势分析

9.5.6 企业发展战略分析

9.6 Mountain Hardwear

9.6.1 Mountain Hardwear发展概况

9.6.2 企业产品结构分析

9.6.3 Mountain Hardwear 远足装备应用场景

9.6.4 Mountain Hardwear业务经营分析

9.6.5 企业竞争优势分析

9.6.6 企业发展战略分析

9.7 Kelty

9.7.1 Kelty发展概况

9.7.2 企业产品结构分析

9.7.3 Kelty 远足装备应用场景

9.7.4 Kelty业务经营分析

9.7.5 企业竞争优势分析

9.7.6 企业发展战略分析

9.8 MontBell

9.8.1 MontBell发展概况

9.8.2 企业产品结构分析

9.8.3 MontBell 远足装备应用场景

9.8.4 MontBell业务经营分析

9.8.5 企业竞争优势分析

9.8.6 企业发展战略分析

9.9 AMG Group

9.9.1 AMG Group发展概况

9.9.2 企业产品结构分析

9.9.3 AMG Group 远足装备应用场景

9.9.4 AMG Group业务经营分析

9.9.5 企业竞争优势分析

9.9.6 企业发展战略分析

9.10 Big Agnes

9.10.1 Big Agnes发展概况

9.10.2 企业产品结构分析

9.10.3 Big Agnes 远足装备应用场景

9.10.4 Big Agnes业务经营分析

9.10.5 企业竞争优势分析

9.10.6 企业发展战略分析

9.11 Sierra Designs

9.11.1 Sierra Designs发展概况

9.11.2 企业产品结构分析

9.11.3 Sierra Designs 远足装备应用场景

9.11.4 Sierra Designs业务经营分析

9.11.5 企业竞争优势分析

9.11.6 企业发展战略分析

9.12 Force Ten

9.12.1 Force Ten发展概况

9.12.2 企业产品结构分析

9.12.3 Force Ten 远足装备应用场景

9.12.4 Force Ten业务经营分析

9.12.5 企业竞争优势分析

9.12.6 企业发展战略分析

9.13 Skandika

9.13.1 Skandika发展概况

9.13.2 企业产品结构分析

9.13.3 Skandika 远足装备应用场景

9.13.4 Skandika业务经营分析

9.13.5 企业竞争优势分析

9.13.6 企业发展战略分析

9.14 Snugpak

9.14.1 Snugpak发展概况

9.14.2 企业产品结构分析

9.14.3 Snugpak 远足装备应用场景

9.14.4 Snugpak业务经营分析

9.14.5 企业竞争优势分析

9.14.6 企业发展战略分析

9.15 Paddy Pallin

9.15.1 Paddy Pallin发展概况

9.15.2 企业产品结构分析

9.15.3 Paddy Pallin 远足装备应用场景

9.15.4 Paddy Pallin业务经营分析

9.15.5 企业竞争优势分析

9.15.6 企业发展战略分析

第十章 中国远足装备细分类型、应用市场前景预测

10.1 2021-2027年中国远足装备细分类型市场销量及增长率分析

10.1.1 2022-2027年中国远足服装市场销量及增长率分析

10.1.2 2022-2027年中国远足鞋市场销量及增长率分析

10.1.3 2022-2027年中国远足装备市场销量及增长率分析

10.1.4 2022-2027年中国其他市场销量及增长率分析

10.2 2021-2027年中国远足装备细分应用市场销量及增长率分析

10.2.1 2022-2027年中国超市和大卖场市场销量及增长率分析

10.2.2 2022-2027年中国和体育商店市场销量及增长率分析

10.2.3 2022-2027年中国在线零售市场销量及增长率分析

第十一章 中国远足装备区域动态及细分产品、应用数据统计预测

11.1 2021-2027年环渤海地区远足装备市场销量和增长率

11.1.1 2021-2027年环渤海地区远足装备市场主要类型销量和增长率

11.1.2 2021-2027年环渤海地区远足装备市场主要应用销量和增长率

11.2 2021-2027年长三角地区远足装备市场销量和增长率

11.2.1 2021-2027年长三角地区远足装备市场主要类型销量和增长率

11.2.2 2021-2027年长三角地区远足装备市场主要应用销量和增长率

11.3 2021-2027年东南沿海经济区远足装备市场销量和增长率

11.3.1 2021-2027年东南沿海经济区远足装备市场主要类型销量和增长率

11.3.2 2021-2027年东南沿海经济区远足装备市场主要应用销量和增长率

11.4 2021-2027年豫晋宁地区远足装备市场销量和增长率

11.4.1 2021-2027年豫晋宁地区远足装备市场主要类型销量和增长率

11.4.2 2021-2027年豫晋宁地区远足装备市场主要应用销量和增长率

11.5 2021-2027年长江中游城市群远足装备市场销量和增长率

11.5.1 2021-2027年长江中游城市群远足装备市场主要类型销量和增长率

11.5.2 2021-2027年长江中游城市群远足装备市场主要应用销量和增长率

11.6 2021-2027年黑吉内蒙古区远足装备市场销量和增长率

11.6.1 2021-2027年黑吉内蒙古区远足装备市场主要类型销量和增长率

11.6.2 2021-2027年黑吉内蒙古区远足装备市场主要应用销量和增长率

11.7 2021-2027年西三角经济圈远足装备市场销量和增长率

11.7.1 2021-2027年西三角经济圈远足装备市场主要类型销量和增长率

11.7.2 2021-2027年西三角经济圈远足装备市场主要应用销量和增长率

11.8 2021-2027年桂黔滇地区远足装备市场销量和增长率

11.8.1 2021-2027年桂黔滇地区远足装备市场主要类型销量和增长率

11.8.2 2021-2027年桂黔滇地区远足装备市场主要应用销量和增长率

11.9 2021-2027年青藏地区远足装备市场销量和增长率

11.9.1 2021-2027年青藏地区远足装备市场主要类型销量和增长率

11.9.2 2021-2027年青藏地区远足装备市场主要应用销量和增长率

11.10 2021-2027年陇新地区远足装备市场销量和增长率

11.10.1 2021-2027年陇新地区远足装备市场主要类型销量和增长率

11.10.2 2021-2027年陇新地区远足装备市场主要应用销量和增长率

第十二章 研究结论及发展策略

12.1 行业研究结论

12.2 行业发展策略

远足装备市场调研报告目标用户涵盖：远足装备企业单位（制造、贸易、分销及供应商等）、远足装备科研院校及行业协会、远足装备产品经理、行业管理人员、市场咨询服务机构等。

如今，在各行业随时面临新问题、新机遇、新风险的情况下，需要的调研报告辅以快速深入的了解市场热门趋势并制定有效的发展战略。该份报告是市场新进入者认识、了解、掌握、及搜集市场信息的主要工具，同时也是业内企业实施扩张及投资的重要判断性依据。

湖南贝哲斯信息咨询有限公司是一家业内的现代化咨询公司，从事市场调研服务、商业报告、技术咨询等三大主要业务范畴。我们的宗旨是为合作伙伴源源不断地带来短期及长期的显著效益，通过强大的部委渠道支持、丰富的行业数据资源、创新的研究方法等，精益求精地完成每一次合作。贝哲斯已为上千家包括初创企业、机构、银行、研究所、行业协会、咨询公司和各类投资公司在内的单位提供了的市场研究报告、投资咨询及竞争情报服务，项目获取好评同时，也建立了长期的合作伙伴关系。