

2024-2030年户外用品行业市场投资分析及发展前景预测报告

产品名称	2024-2030年户外用品行业市场投资分析及发展前景预测报告
公司名称	北京汇智联恒咨询有限公司
价格	3000.00/套
规格参数	
公司地址	北京市通州区西上园一区4号楼1122室
联系电话	138111553670 13811553670

产品详情

第一章 户外用品相关概述

第一节 户外运动的界定

第二节 户外用品的定义

第三节 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

七、其它

第四节 户外用品的选购

第二章 世界户外用品行业发展概况

第一节 世界户外用品发展现状

一、世界户外用品发展规模分析

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

第二节 世界主要国家户外用品运行分析

一、意大利户外用品市场运行分析

二、德国户外用品市场运行分析

三、法国户外用品市场运行分析

四、美国户外用品市场运行分析

第三节 世界户外用品发展趋势展望

第三章 世界zhiming品牌户外用品在华市场运行浅析

第一节 享誉全球的英国户外品牌KAILAS

第二节 国际**户外运动装备品牌VAUDE

第三节 德国户外运动服饰品牌JACK WOLFSKIN

第四节 澳大利亚zhiming户外品牌OZTRAIL

第四章 中国户外用品行业市场运行环境解析

第一节 中国户外用品行业经济环境分析

一、中国GDP增长指数分析

二、工业发展形势分析

三、中国CPI波动情况分析

四、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

五、中国恩格尔系数分析

第二节 中国户外用品行业政策环境分析

第三节 中国户外用品行业技术环境分析

第四节 中国户外用品行业社会环境分析

一、城市化加剧，人口激增

二、城市工作和生活压力一天比一天大

三、居住环境跟不上城市经济和人口的发展步骤

四、旅游成为人民休闲娱乐的重要方式

五、汽车业的蓬勃发展

第五章 中国户外用品行业发展现状综述

第一节 中国户外用品动态

第二节 中国户外用品市场发展特色分析

第三节 中国户外用品市场运行现状

一、中国户外运动用品行业蓬勃兴起

二、地域分隔明显，尚无全国性的专业零售品牌

三、消费者以体验者（业余爱好者）为主

四、消费者具有轻、高学历、中高收入的特征

第四节 活跃在中国市场的境外品牌分析

第五节 中国户外用品市场存在的问题

一、“户外”定义狭窄

二、商家经营思想狭窄局限了户外运动的发展

三、商家的营运策略也是“户外”病态发展的一个要因

四、同志式的品牌之路

第六章 中国户外用品行业细分产品市场运营情况

第一节 攀岩鞋

一、优势企业加速扩张，产业集中度提高

二、攀岩鞋行业品牌分析

三、攀岩鞋产品市场价格分析

四、攀岩鞋用户分析

五、攀岩鞋市场供需变化趋势分析

第二节 帐篷

一、帐篷的种类

二、中国市场帐篷的热销品牌分析

三、中国市场帐篷的价格走势

四、中国帐篷进出口数据监测

五、户外帐篷的前景

第三节 GPS

一、GPS简述

二、三款智能GPS手机狂降价

三、山寨GPS产品牛来势更猛

四、国内GPS导航产业步入“G”时代

五、中国GPS导航市场的发展趋势

六、GPS的前景

七、GPS在新世纪的发展

第七章 中国户外用品业市场营销分析

第一节 户外用品市场营销现状概述

第二节 中国户外用品市场营销模式

一、商场

二、专业零售店及自有品牌专卖店

三、大型体育用品卖场

第三节 中国重点地区户外销售终端分析

一、新疆地区的户外销售终端分析

二、上海地区的户外销售终端分析

三、陕西地区的户外销售终端分析

四、浙江地区的户外销售终端分析

五、四川地区的户外销售终端分析

六、广东市场的户外销售终端分析

七、北京市场的户外销售终端分析

第四节 中国国内户外用品企业营销管理存在的不足

一、不重视推广

二、推广方式无创新

三、传播不坚持

四、执行不到位

五、创意水平低下

六、不重视店员培训和店面支持

七、缺乏市场调研

第五节 中国户外用品主要销售渠道发展趋势

一、国内百货业强劲复苏

二、区域强势和全国品牌连锁百货零售商掌控市场

三、百货商场醉心高端频繁升级

四、强势零售商崛起

第八章 中国户外用品行业竞争格局透析

第一节 中国户外用品行业竞争现状

一、品牌竞争

二、中国国内户外用品竞争意识薄弱

三、外资巨头抢夺中国市场

四、价格竞争

第二节 中国户外用品行业集中度分析

一、户外用品行业集中度分析

二、市场集中度分析

第三节 中国户外用品竞争策略分析

第四节 中国户外用品行业竞争趋势展望

第九章 中国户外用品行业内优势企业竞争力及关键性数据透析

第一节 广东李宁体育发展有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

五、企业竞争力分析

第二节 青岛双星集团鲁中有限公司

第三节 泉州鸿星尔克体育用品有限公司

第四节 上海鑫美野营用品有限公司

第五节 北京探路者旅游用品有限公司

第六节 天津普尔兰德旅游装备有限公司

第七节 永基旅游用品(中山)有限公司

一、企业基本情况

第十章 户外休闲用品行业上、下游产业发展态势分析

第一节 上游行业发展状况分析

一、纺织

二、钢铁冶金

三、塑胶化工

第二节 下游产业发展情况分析

一、中国体育产业发展态势分析

二、中国旅游业发展格局

第十一章 中国户外用品行业发展趋势与前景展望

第一节 中国户外用品行业发展前景

- 一、体育大卖场的涌现发展势头强劲
- 二、百货商场/购物中心带动了户外用品零售业的高速发展

第二节 中国户外用品行业发展趋势

- 一、户外用品专业化、科技化、标准化很强
- 二、中国新户外品牌增长比率开始稳步上扬
- 三、户外品牌将进入相对稳定的发展阶段

第三节 中国户外用品行业市场预测

第四节 中国户外用品开拓市场策略

- 一、结合媒体和渠道宣传“户外”积极之处让更多的人参与进来
- 二、打破现有经营方式，将户外推入运动用品这个大市场
- 三、建立户外运动凶险等级

第十二章 中国户外用品行业投资机会及风险规避指引

第一节 中国户外用品行业投资周期分析

第二节 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

第三节 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、技术风险

四、进入退出风险

五、原材料分析

六、外资进入风险

第四节 建议