

# 2024-2030年户外用品行业市场研究与发展前景预测报告

产品名称	2024-2030年户外用品行业市场研究与发展前景预测报告
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

【目录】

### 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 中国户外用品行业的发展环境分析

### 2.1 宏观经济环境

### 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业

#### 2.2.4 中国户外用品市场逐渐成熟理性

#### 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 全球户外用品市场焦点向亚洲转移

### 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

## 3.3 中国户外用品行业的发展

### 3.4 中国部分地区户外用品行业的发展

#### 3.4.1 北京户外用品行业发展概况

#### 3.4.2 南京户外用品市场面临发展机遇

#### 3.4.3 福建鞋企争相发力户外用品市场

#### 3.4.4 天津市户外用品市场消费升温

#### 3.4.5 重庆市建设西部首个户外用品生产基地

## 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 中国户外用品市场面临发展机遇

#### 4.1.5 中国户外用品市场发展不平衡

### 4.2 中国户外用品市场发展路线解析

#### 4.2.1 中国户外用品市场不断发展变化

#### 4.2.2 品牌增多及品类延伸

#### 4.2.3 “小户外”向“泛户外”的转化

#### 4.2.4 销售渠道的变化和发展

### 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 户外用品市场客户特征

#### 4.3.3 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 中国户外鞋消费调查

#### 4.5.1 调查对象基本情况

#### 4.5.2 拥有户外鞋的情况

#### 4.5.3 选购户外鞋的情况

#### 4.5.4 户外鞋的普及程度

## 第五章 中国户外用品品牌及销售分析

### 5.1 中国户外用品品牌的发展

#### 5.1.1 户外用品品牌发展概况

#### 5.1.2 户外品牌用品销售额对比

#### 5.1.3 户外品牌产品线状况概述

#### 5.1.4 户外用品市场\*\*\*\*分布

### 5.2 中国户外运动用品市场销售状况

#### 5.2.1 户外运动用品市场销售情况

#### 5.2.2 中国户外运动用品品牌销售特点

5.2.3 中国户外运动用品品牌销售排名情况

5.2.4 中国户外运动用品品牌销售总体概况

5.2.5 中国户外运动用品品牌销售排名情况

5.3 中国户外用品销售渠道分析

5.3.1 中国户外用品市场渠道分析

5.3.2 中国户外用品销售渠道的发展情况

5.3.3 国内户外用品市场网络零售渠道兴起

5.3.4 大型户外连锁店因定位问题而发展迟缓

5.3.5 中小型户外店资金管理信用和开店模式成发展瓶颈

5.4 中国户外用品市场品牌商与零售商间的冲突

5.4.1 渠道冲突

5.4.2 产品冲突

5.4.3 价格冲突

5.4.4 供货冲突

5.4.5 服务冲突

5.4.6 推广冲突

5.5 中国户外用品行业做\*\*\*的对策

5.5.1 开创新品类

5.5.2 打造户外品牌文化

5.5.3 打造新的营销模式

## 第六章 部分重点企业分析

6.1 A.公司

6.1.1 企业概况

6.1.2 企业收入及盈利指标

6.1.3 企业资产状况分析

6.1.4 企业成本费用构成情况

6.1.5 企业产销量分析

6.1.6 企业竞争力分析

6.2 B.公司

6.3 C.公司

6.4 D.公司

6.5 E.公司

## 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

#### 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 投资风险

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 中国户外用品市场的前景趋势分析

9.1 中国户外用品行业的发展前景展望

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

9.1.4 中国户外用品行业预测分析

9.2 中国户外用品行业的发展趋势

9.2.1 中国户外用品行业未来发展趋势

9.2.2 中国户外用品行业的发展走向解析

9.2.3 中国户外用品市场呈跳跃式发展

#### 9.2.4 大型户外用品连锁店是发展趋势