

# 中国户外用品市场竞争策略及投资商机分析报告2023-2030年

产品名称	中国户外用品市场竞争策略及投资商机分析报告 2023-2030年
公司名称	鸿晟信合（北京）信息技术研究院有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)（注册地址）
联系电话	010-84825791 15910976912

## 产品详情

中国户外用品市场竞争策略及投资商机分析报告2023-2030年

【全新修订】：2023年5月

【出版机构】：中赢信合研究网

【内容部分有删减·详细可参中赢信合研究网出版完整信息！】

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：何晶晶 顾佳

章 户外用品相关概述

节 户外用品相关定义

一、 户外运动定义

二、 户外用品定义

第二节 户外用品分类

一、 服装类

二、鞋类

三、背包类

四、装备类

五、配件类

六、器材类

## 第二章 国际户外用品市场发展

### 第一节 欧洲户外用品市场发展状况

一、市场整体发展

二、市场发展特点

三、市场发展渠道

### 第二节 美国户外用品市场发展分析

一、市场发展状况

二、消费者特点分析

三、消费者行为分析

四、市场销售渠道分析

五、行业利好政策动态

### 第三节 亚洲户外用品市场发展分析

一、市场总体状况

二、日本市场发展状况

三、韩国市场发展状况

### 第四节 国外户外用品行业的成功要素分析

## 第三章 2021-2023年中国户外用品行业发展环境分析

### 第一节 中国户外用品行业政策环境

一、行业管理体制

二、行业政策法规

### 第二节 中国户外用品行业经济环境

一、国民经济运行状况

二、工业经济增长情况

三、固定资产投资情况

四、经济转型升级形势

五、宏观经济发展趋势

六、经济发展潜力分析

第三节 中国户外用品行业消费环境

一、消费差异性明显

二、消费群体特征

三、居民消费水平

第四节 中国户外用品行业社会环境

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第五节 中国户外用品行业其他环境

一、技术环境

二、产业环境

第四章 2021-2023年中国户外用品行业发展

节 中国户外用品产业发展综述

一、发展阶段

二、行业特征

三、行业规模

四、经营模式

五、市场需求

第二节 中国户外登山用品产业发展综述

一、 社会环境分析

二、 技术发展分析

三、 行业发展趋势

### 第三节 中国户外运动服装产业发展综述

一、 产业发展分析

二、 服装分类及其防护性能

三、 服装面料性能

四、 社会环境影响

五、 未来发展趋势

### 第四节 中国户外用品行业消费者分析

一、 客户群体

二、 目标客户

三、 消费者特征

四、 客户渠道

### 第五节 中国户外用品行业重度购买者特征

一、 旅游户外用品及重度购买者概述

二、 理论假设

三、 研究方法

四、 研究结果

五、 结论和思考

### 第六节 中国户外用品市场调研分析

一、 商场对户外店的影响

二、 户外用品品牌商经营成本

三、 户外店的投资预期

四、 户外用品品牌商的投资预期

### 第七节 中国户外用品行业发展问题及对策

一、 行业发展不利因素

二、 产品标准亟待完善

三、 行业发展对策

四、 行业发展措施建议

## 第五章 2021-2023年中国户外用品品牌及销售分析

### 第一节 中国户外用品品牌发展

一、 2020年行业品牌发展

二、 2021年行业品牌发展

三、 2022年行业品牌发展

四、 本土户外用品品牌发展

五、 做\*\*\*的对策

### 第二节 中国户外用品销售分析

一、 2020年行业销售状况

二、 2021年行业销售状况

三、 2022年行业销售状况

### 第三节 中国户外用品销售渠道分析

一、 行业销售渠道回顾

二、 行业销售渠道变化

三、 行业主要销售渠道分析

四、 户外用品销售模式

五、 行业国内海淘市场

### 第四节 中国户外用品市场商家间冲突

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

## 第六章 中国户外用品市场营销分析

### 第一节 中国户外用品市场的营销状况

一、行业进入稳增长期

二、新营销模式推行

三、体验营销火热

四、毕业旅游市场升温

### 第二节 中国户外用品市场营销创新

一、营销理念再度革新

二、趣味网络营销平台

三、实体店运动体验营销

四、无缝连接实现渠道贯通

### 第三节 户外运动服装的营销方式

一、大型商场/百货公司

二、普通商场/服装店

三、户外运动服装专卖店

四、商场、超市及连锁店

五、批发市场

六、邮购

七、网上销售

### 第四节 中国户外用品企业营销策略

一、大型企业营销策略建议

二、中小型企业营销策略建议

### 第五节 户外用品店的经营及营销策略建议

一、经营战略

二、营销策略

三、营销方案

四、营销战略

第七章 2020-2023年户外用品行业重点企业发展分析

第一节 哥伦比亚运动服装公司（Columbia）

一、企业发展概况

二、2020年企业经营状况

三、2021年企业经营状况

四、2022年企业经营状况

第二节 北京探路者户外用品股份有限公司（Toread）

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、核心竞争力分析

六、公司发展战略

七、未来前景展望

第三节 北京三夫户外用品股份有限公司（Sanfo）

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、核心竞争力分析

六、公司发展战略

七、未来前景展望

第四节 北京长天时代户外用品有限公司

一、企业发展概况

二、企业客户群及销售品牌的定位

三、企业主要经营模式

四、企业基本运作模式

第五节 其他品牌

一、GORE-TEX

二、VAUDE

三、THE NORTH FACE

四、ARC'TERYX

第八章 中国户外用品行业投资分析

第一节 中国户外用品行业投资优势

一、市场空间较大

二、投资收益看好

三、入行门槛不高

第二节 中国户外用品市场投资环境

一、市场需求分析

二、市场定位分析

三、市场周期性分析

四、市场竞争分析

五、市场壁垒分析

第三节 中国户外用品行业投资机会

一、行业有利因素分析

二、市场蕴含良好的投资机会

三、国内户外鞋市场投资热情高涨

四、休闲运动催热户外用品市场

第四节 中国户外用品行业投资风险



一、国内宏观经济风险

二、市场竞争风险

三、外包环节风险

#### 第五节 投资经营户外用品店的风险管理

一、风险分析

二、优质的服务

三、化是取胜之道

四、合理安排产品结构

五、建立网站延伸业务

六、投资经营策略分析

七、二手店投资建议

#### 第六节 中国户外用品产品开发结构

一、背包

二、帐篷

三、睡袋

四、登山鞋

五、服装

六、攀登装备

七、露营装备

八、其它装备

九、旅游书籍

#### 第九章 中国户外用品市场的前景趋势分析

##### 节 中国户外用品行业前景展望

一、市场前景广阔

二、市场潜力巨大

三、市场规模展望

## 四、儿童市场前景分析

### 第二节 中国户外用品行业发展趋势

#### 一、行业发展方向

#### 二、产业趋势分析

#### 三、行业竞争趋势

### 第三节 2023-2030年中国户外用品行业预测分析

#### 一、行业影响因素分析

#### 二、行业零售总额预测

#### 三、行业出货总额预测

### 图表目录

图表 户外用品的分类

图表 主要户外用品市场零售总额情况

图表 户外消费者户外品的年消费额

图表 哥伦比亚（Columbia）公司研究发展历程

图表 哥伦比亚（Columbia）公司细分产品收入

图表 TNF全球销售收入及利润率

图表 我国户外用品行业主要法律法规、政策

图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度

图表 2017-2021年全国三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2021年年末人口数及其构成

图表 2017-2021年全国城镇新增就业人数

图表 2021年居民消费价格月度涨跌幅

图表 2021年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2021-2022年全国居民消费价格涨跌幅

图表 2022年居民消费价格主要数据

图表 2017-2021年年末常住人口城镇化率

图表 2017-2021年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2021-2022年全国社会消费品零售总额同比增速

图表 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速

图表 2022年社会消费品零售总额主要数据

图表 2021年三次产业投资占固定资产投资

图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2021-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2022年固定资产（不含农户）主要数据

图表 2017-2021年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成

图表 中国户外用品专利申请数量走势（申请年）

图表 中国户外用品专利申请数量走势（公开年）

图表 中国户外用品零售业市场容量

图表 注册驴友数量变化

图表 驴友购买户外装备占比

图表 休闲人群购买户外装备占比

图表 驴友全套户外装备

图表 户外服装用品用户需求占比

图表 户外鞋用户需求占比

图表 户外装备相关网络热词搜索指数变化（1）

图表 户外装备相关网络热词搜索指数变化（2）

图表 中国户外用品渠道对比分析

图表 抽样样本的人口统计特征

图表 旅游户外用品购买数量

图表 旅游户外用品购买量细分市场

图表 轻度和重度购买者在人口统计特征上的差异

图表 旅游户外用品购买者行为和心理统计特征

图表 轻度和重度购买者在心理统计特征上的差异

图表 商场对户外店的影响

图表 户外用品品牌商经营成本

图表 户外店投资预期

图表 户外用品品牌商投资预期

图表 直营模式和加盟模式主要对比

图表 经销模式和代销模式主要对比

图表 2019-2020年哥伦比亚运动服装公司综合收益表

图表 2019-2020年哥伦比亚运动服装公司分部资料

图表 2019-2020年哥伦比亚运动服装公司收入分地区资料

图表 2020-2021年哥伦比亚运动服装公司综合收益表

图表 2020-2021年哥伦比亚运动服装公司分部资料

图表 2020-2021年哥伦比亚运动服装公司收入分地区资料

图表 2021-2022年哥伦比亚运动服装公司综合收益表

图表 2021-2022年哥伦比亚运动服装公司分部资料

图表 2021-2022年哥伦比亚运动服装公司收入分地区资料

图表 2019-2022年探路者控股集团股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2019-2022年探路者控股集团股份有限公司营业收入及增速

图表 2019-2022年探路者控股集团股份有限公司净利润及增速

图表 2021年探路者控股集团股份有限公司主营业务分行业

图表 2021年探路者控股集团股份有限公司主营业务分地区

图表 2019-2022年探路者控股集团股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年探路者控股集团股份有限公司净资产收益率

图表 2019-2022年探路者控股集团股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2019-2022年探路者控股集团股份有限公司资产负债率水平

图表 2019-2022年探路者控股集团股份有限公司运营能力指标

图表 2019-2022年北京三夫户外用品股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2019-2022年北京三夫户外用品股份有限公司营业收入及增速

图表 2019-2022年北京三夫户外用品股份有限公司净利润及增速

图表 2021年北京三夫户外用品股份有限公司主营业务分行业

图表 2022年北京三夫户外用品股份有限公司主营业务分地区

图表 2019-2022年北京三夫户外用品股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年北京三夫户外用品股份有限公司净资产收益率

图表 2019-2022年北京三夫户外用品股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2019-2022年北京三夫户外用品股份有限公司资产负债率水平

图表 2019-2022年北京三夫户外用品股份有限公司运营能力指标

图表 三夫户外三位一体运营模式

图表 中国与欧美日韩关于户外用品消费额占GDP比重对比图

图表 我国恩格尔系数变动趋势

图表 国际旅游收入增长统计

图表 中国旅游收入增长统计

图表 我国户外用品市场规模变化趋势

图表 2023-2030年中国户外用品零售总额预测

图表 2023-2030年中国户外用品出货总额预测