

# 中国户外用品市场需求规模与未来发展前景分析报告2023-2029年

产品名称	中国户外用品市场需求规模与未来发展前景分析报告2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

## 产品详情

中国户外用品市场需求规模与未来发展前景分析报告2023-2029年.....[报告编号]372380[出版日期] 2023年6月[交付方式] EMIL电子版或特快专递[出版机构] 中研华泰研究院[报告价格] 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元[联系人员] 刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员

### 报告目录

#### 章 户外用品行业发展背景分析

#### 节 户外用品行业的界定与行业特性

##### 一、户外用品行业相关概念

##### 二、行业进入壁垒分析

#### 第二节 户外用品行业发展环境分析

##### 一、户外用品行业政策环境分析

##### 二、户外用品行业经济环境分析

##### 三、户外用品行业社会环境分析

##### 四、户外用品行业技术环境

#### 第三节 户外用品行业产业链分析

##### 一、户外用品行业产业链简介

## 二、上游行业发展对行业的影响分析

## 第二章 中国户外用品行业发展现状分析

### 节 中国户外用品市场需求分析

#### 一、中国户外用品消费群体特征分析

#### 二、户外用品需求规模分析

#### 三、户外用品需求结构分析

### 第二节 户外用品市场结构分析

#### 一、户外用品品牌增长分析

#### 二、户外用品市场出货分析

### 第三节 户外用品市场价格分析

#### 一、户外运动服装价格分析

#### 二、户外运动鞋价格分析

### 第四节 中国市场户外用品市场竞争分析

#### 一、户外用品市场竞争格局分析

#### 二、户外用品品牌特征分析

## 第三章 中国户外用品营销渠道分析

### 节 户外用品行业销售渠道分析

#### 一、户外用品的主要销售渠道

#### 二、主要销售渠道数量状况分析

#### 三、主要销售渠道零售额状况分析

### 第二节 户外用品行业展会销售渠道分析

#### 一、亚洲运动用品与时尚展简况

#### 二、历年国内企业参展情况分析

#### 三、ispobeijing2014回顾

#### 四、ispobeijign2014参展说明

### 第三节 户外运动品牌营销渠道建设案例分析——探路者

#### 一、公司品牌建设战略分析

#### 二、建立多品牌组织架构体系

#### 三、公司销售网络布局分析

#### 四、公司销售渠道建设分析

#### 五、公司销售渠道建设策略

### 第四章 户外用品行业区域市场发展潜力

#### 第一节 北京市户外用品行业发展潜力分析

##### 一、北京户外用品行业发展现状分析

##### 二、北京户外用品行业市场空间分析

##### 三、北京户外用品行业发展潜力分析

#### 第二节 江浙地区户外用品行业发展潜力分析

##### 一、户外用品行业发展现状分析

##### 二、户外用品行业市场空间分析

##### 三、户外用品行业发展潜力分析

#### 第三节 广东省户外用品行业发展潜力分析

##### 一、广东户外用品行业发展现状分析

##### 二、广东户外用品行业市场空间分析

##### 三、广东户外用品行业发展潜力分析

#### 第四节 山东省户外用品行业发展潜力分析

##### 一、山东户外用品行业发展现状分析

##### 二、山东户外用品行业市场空间分析

##### 三、户外用品行业发展潜力分析

#### 第五节 川渝地区户外用品行业发展潜力分析

##### 一、户外用品行业发展现状分析

##### 二、户外用品行业市场空间分析

### 三、户外用品行业发展潜力分析

#### 第六节 武汉及长沙户外用品行业发展潜力分析

##### 一、户外用品行业发展现状分析

##### 二、户外用品行业市场空间分析

##### 三、户外用品行业发展潜力分析

#### 第七节 东北三省户外用品行业发展潜力分析

##### 一、户外用品行业发展现状分析

##### 二、户外用品行业市场空间分析

##### 三、户外用品行业发展潜力分析

### 第五章 户外用品行业品牌经营分析

#### 第一节 国外户外用品品牌经营分析

##### 一、始祖鸟 ( arc ' teryx )

##### 二、土拨鼠 ( marmot )

##### 三、哈德威尔 ( mountainhardwear )

##### 四、patagonia

##### 五、乐斯菲斯 ( thenorthface )

##### 六、哥伦比亚 ( columbia )

##### 七、布莱亚克 ( blackyak )

##### 八、沙乐华 ( salewa )

##### 九、飞鹰 ( algle )

##### 十、乐飞叶 ( lafuma )

#### 第二节 国内户外用品品牌经营分析

##### 一、探路者 ( toroad )

##### 二、牧高笛 ( mobigarden )

##### 三、极星 ( shehe )

四、雪狼 ( snowwolf )

五、阿尼玛卿 ( anemaqen )

六、凯梦来 ( campland )

七、傲石开 ( oursky )

八、慕士塔格 ( muztaga )

九、卡纳斯 ( kallas )

十、凯图 ( k2summit )

## 第六章 中国户外用品行业发展前景预测分析

### 第一节 户外用品行业发展趋势预测

一、从户外向户外休闲发展

二、销售渠道向二三线城市下沉

三、户外用品设计趋向人性化

四、户外用品流行跳跃性色彩

五、户外运动市场将会更加细分

### 第二节 中国户外用品行业发展前景预测

一、中国户外用品市场与欧美对比

二、中国户外用品行业发展推动因素

三、中国户外用品行业发展前景预测分析

### 第三节 户外用品行业发展建议

一、注重研发投入和技术创新

二、迎合大众需求确定产品分类

三、引导消费者户外生活理念

## 第七章 2023-2029年中国户外用品发展趋势预测

### 第一节 2023-2029年中国户外用品产业前景展望

一、2023年中国户外用品发展形势分析

二、发展户外用品产业的机遇及趋势预测分析

### 三、未来10年中国户外用品产业发展规划

### 四、2023-2029年中国户外用品产量预测分析

#### 第二节 2023-2029年户外用品产业发展趋势探讨

##### 一、2023-2029年户外用品产业前景展望

##### 二、2023-2029年户外用品产业发展目标

### 第八章 专家观点与研究结论

#### 第二节 报告主要研究结论

#### 第二节 建议

#### 图表目录

图表 1：户外运动基本分类

图表 2：户外用品的分类

图表 3：我国户外用品行业主要法律法规、政策

图表 4：2017-2022年我国人均国内生产总值及其增值速度（单位：元，%）

图表 5：2023年我国主要地区人均gdp情况（单位：元，美元）

图表 6：2017-2022年我国城镇居民可支配收入（单位：元）

图表 7：2017-2022年我国农村居民人均纯收入（单位：元）

图表 8：2017-2022年中国农村、城镇居民消费水平及同比增速（单位：元/人，%）

图表 9：2017-2022年我国城乡居民恩格尔曲线（单位：%）

图表 10：2017-2022年城镇居民消费结构情况（单位：%）

图表 11：2017-2022年农村居民消费结构情况（单位：%）

图表 12：2017-2022年中国国内旅游人数（单位：亿人次，%）

图表 13：2017-2022年中国国内旅游收入（单位：亿元，%）

图表 14：2017-2022年中国城镇和农村居民出游率变化（单位：次/年）

图表 15：户外用品行业的产业链结构

图表 16：2023年主要省市面料产量变化（单位：万米，%）

图表 17：近年来我国纺织行业销售集中度走势（单位：%）

图表 18：商场店购买者户外产品购买类型结构

图表 19：2017-2022年中国户外用品行业零售总额及出货总额增长情况（单位：亿元）

图表 20：中国户外用品行业产品结构

图表 21：2023年探路者的产品销售结构

图表 22：2017-2022年中国户外市场品牌数量变动情况（单位：个）

图表 23：2017-2022年中国户外用品市场国内外品牌出货情况（单位：亿元）

图表 24：2017-2022年中国户外用品市场品牌年出货额情况（单位：个）

图表 25：2023年运动服市场单价高的四\*\*\*价格情况（均为户外用品品牌）（单位：元）

图表 26：2023年运动鞋市场单价高的四\*\*\*（均为户外用品品牌）（单位：元）

图表 27：2014年户外用品相关行业市场集中度（top（10）

图表 28：2017-2022年国内外户外用品品牌数量情况（单位：个）

图表 29：2023年中国户外用品市场品牌厂商市场占有率情况（单位：%）

图表 30：2023年中国户外用品销售收入的区域结构

图表 31：2014年户外用品各线城市品牌集中度（top（10）

图表 32：2023年我国二线城市户外用品前10\*\*\*市场占有率（单位：%）

图表 33：2023年我国三线城市户外用品前10\*\*\*市场占有率（单位：%）

图表 34：2023年中国城市品牌数量情况比较

图表 35：主要户外用品的产品特点

图表 36：国内户外用品主要品牌的产品特点

图表 37：百货商场店与户外专卖店的比较

图表 38：2017-2022年中国户外用品行业各销售渠道数量变动情况（单位：家）

图表 39：2017-2022年中国户外用品行业商场店与专卖店零售总额变化（单位：亿元）

图表 40：2017-2022年中国户外用品行业各渠道零售总额占比

图表 41：2017-2022年ispo参与人数和展会面积（单位：人，平米）

图表 42：2017-2022年ispo参展品牌数量（单位：个）

图表 43：ispobeijing2014举办时间和地点

图表 44：ispobeijing2014展品范围

图表 45：ispobeijing2014参展价格

图表 46：探路者三\*\*\*定位

图表 47：2023年探路者各渠道收入来源结构

图表 48：2017-2022年探路者在海内外各地区的销售情况（单位：万元，%）

图表 49：2017-2022年销售收入随着渠道的扩张快速增长（单位：百万元，家，%）

图表 50：2023年探路者各渠道收入来源结构

图表 51：2017-2022年探路者商场店和专卖店建设情况（单位：家，%）

图表 52：探路者电子商务平台的股权结构

图表 53：2023年探路者电子商务渠道销售收入增长快（单位：万元，%）

图表 54：北京主要户外用品品牌（单位：家）

图表 55：2023年北京市人均gdp达到中上等国家水平（单位：美元）

图表 56：2017-2022年北京市城镇居民收入与全国平均水平的对比（单位：元）

图表 57：2017-2022年北京市城镇居民人均消费支出走势图（单位：元，%）

图表 58：北京地区山峰一览表

图表 59：北京\*\*\*森林公园