



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国户外用品市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国户外用品市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/273102.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

户外装备指的是参加各种探险旅游及户外活动时需要配置的一些设备。这些装备包括：帐篷、背包、睡袋、防潮垫或气垫、登山绳、岩石钉、安全带、上升器、下降器、大小铁锁、绳套、冰镐、岩石锤、冰爪、雪杖、头盔、踏雪板、高山眼镜、羽绒衣裤、防风衣裤、毛衣裤、手套、高山靴、防寒帽、冰锥、雪锥、炊具、炉具、多功能水壶、吸管或净水杯、指北针、望远镜、等高线地图或其它资料、防水灯具、刀具等。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 户外用品产品概述 10

第一节 户外用品相关定义 10

一、户外运动定义 10

二、户外用品的定义 10

第二节 户外用品的分类 10

一、服装类 11

二、鞋类 11

三、背包类 12

四、装备类 12

五、配件类 12

六、器材类 12

第二章 中国户外用品环境分析 13

第一节 经济环境 13

一、中国经济运行特征 13

二、中国经济运行现状 14

三、中国经济发展趋势 35

第二节 社会环境 39

一、中国工业发展水平 39

二、中国人口规模现状 41

三、居民收入消费水平 42

第三节 政策环境	45
一、行业管理体制	45
二、主要法规政策	47
第三章 中国户外用品行业现状分析	50
第一节 户外用品行业现状分析	50
一、户外用品行业发展概况	50
二、户外用品行业发展现状	51
三、户外用品行业发展特点	53
第二节 户外用品竞争格局分析	54
一、行业竞争概况	54
二、行业竞争格局	56
三、市场集中度	59
四、企业竞争格局	60
第四章 中国户外用品市场供需分析及预测	62
第一节 中国户外用品供给分析及预测	62
一、户外用品供给分析	62
二、户外用品市场规模预测	65
第二节 中国户外用品供给因素分析	65
第三节 中国户外用品需求分析及预测	66
一、户外用品需求分析	66
二、户外用品需求预测	69
第四节 中国户外用品需求因素分析	70
第五节 中国户外用品市场分析	71
一、市场运行情况	71
二、行业品牌情况	72
三、销售渠道分析	74
四、市场容量分析	80
五、产品价格分析	82
第五章 中国户外用品进出口分析	84
第一节 户外用品进口量及金额分析	84
一、进口量	84
二、进口额	84

第二节 户外用品出口量及金额分析	85
一、出口量	85
二、出口额	86
第三节 户外用品按贸易额主要进出口国别分析	87
一、进口国别	87
二、出口国别	88
第六章 中国户外用品产品技术发展分析	90
第一节 行业技术专利情况	90
一、中国户外用品技术发展现况分析	90
二、中国户外用品技术专利申请情况	91
第二节 行业产品生产工艺	92
一、研发设计的技术水平	92
二、原材料选用的高端化	93
三、产品研发的创新技术	95
四、先进的加工工艺技术	98
第七章 国内主要户外用品企业分析	99
第一节 北京探路者户外用品股份有限公司	99
一、企业简介	99
二、企业经营状况分析	99
三、企业竞争优势分析	101
四、企业发展规划	103
第二节 牧高笛户外用品股份有限公司	104
一、企业简介	104
二、企业销售网络分析	104
三、企业经营状况分析	109
四、企业竞争优势分析	112
五、企业发展规划	114
第三节 北京三夫户外用品股份有限公司	114
一、企业基本概况	114
二、企业销售网络分析	115
三、企业经营状况分析	117
四、企业竞争优势分析	119

五、企业发展规划	121
第四节 上海嘉麟杰纺织品股份有限公司	123
一、企业基本概况	123
二、企业经营状况分析	123
三、企业竞争优势分析	124
四、企业发展规划	126
第五节 北京长天时代户外用品有限公司	129
一、企业基本概况	129
二、长天户外客户群及销售品牌的定位	130
三、长天户外的主要经营模式	130
四、长天户外的基本运作模式	131
第八章 中国户外用品未来发展趋势分析	133
第一节 中国户外用品行业宏观环境预测	133
一、宏观经济环境预测	133
二、宏观政策环境分析	133
三、市场需求分析	134
第二节 中国户外用品行业市场发展预测	135
一、中国户外用品蕴藏巨大市场前景	135
二、中国户外用品市场增长潜力大	135
三、中国户外用品行业未来发展趋势	136
第三节 中国户外用品行业技术发展预测	138
第九章 业内专家对中国户外用品行业投资建议	140
第一节 户外用品行业SWOT分析	140
一、优势	140
二、劣势	144
三、机遇	145
四、威胁	146
第二节 户外用品行业结论与建议	149
一、行业投资风险	149
二、产品开发结构	149
三、行业应对策略	152
图表目录：	

- 图表 1 户外用品的分类 11
- 图表 2 2010-2015年国内生产总值及其增长速度 15
- 图表 3 2010-2015年城镇新增就业人数 15
- 图表 4 2010-2015年国家全员劳动生产率 16
- 图表 5 2014年居民消费价格比上年涨跌幅度 16
- 图表 6 2010-2015年全国一般公共财政收入 17
- 图表 7 2010-2015年全国粮食产量增长情况 17
- 图表 8 2010-2015年全部工业增加值及其增长情况 19
- 图表 9 2010-2015年全社会建筑业增加值及其增长速度 20
- 图表 10 2010-2015年全社会固定资产投资规模 21
- 图表 11 2014年分行业固定资产投资(不含农户)及其增速 21
- 图表 12 2014年房地产开发和销售主要指标完成情况 22
- 图表 13 2010-2015年社会消费品零售总额 23
- 图表 14 2010-2015年我国货物进出口总额 24
- 图表 15 2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 25
- 图表 16 2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 25
- 图表 17 2010-2015年固定互联网宽带及移动宽带用户规模 26
- 图表 18 2014年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 27
- 图表 19 2014-2015年规模以上工业增加值同比增长速度 29
- 图表 20 2014-2015年固定资产投资(不含农户)同比增速 30
- 图表 21 2014-2015年全国房地产开发投资增速 31
- 图表 22 2014-2015年全国商品房销售面积及销售额增速 31
- 图表 23 2014-2015年社会消费品零售总额分月同比增长速度 32
- 图表 24 2014-2015年全国居民消费价格涨跌幅 33
- 图表 25 2014-2015年工业生产者出厂价格涨跌幅 33
- 图表 26 2014-2015年工业生产者购进价格涨跌幅 34
- 图表 27 2014年全国规模以上工业增加值同比增速(月度同比) 39
- 图表 28 2014年全国规模以上企业主营业务收入与利润总额同比增速(月度同比) 40
- 图表 29 2015年一季度全国规模以上工业增加值同比增速 41
- 图表 30 2014年全国社会消费品零售总额名义增速(月度同比) 42
- 图表 31 2014年全国社会消费品零售总额同比增速 43
- 图表 32 2014年全国居民消费价格月度涨跌幅度情况 44

- 图表 33 2014年全国居民消费价格指数 44
- 图表 34 2014-2015年一季度全国居民消费价格月度涨跌幅度情况 45
- 图表 36 户外用品行业监管体制 46
- 图表 37 我国户外用品行业主要法律法规、政策 47
- 图表 38 户外用品行业相关产业政策 48
- 图表 39 中国户外用品市场发展途径 51
- 图表 40 户外用品销售渠道格局 56
- 图表 41 2013年各类户外用品专业渠道销售占比 57
- 图表 42 2013年各类户外用品商场渠道销售占比 57
- 图表 43 各国户外品牌占比 58
- 图表 44 2013-2015年国内户外用品市场品牌竞争情况 58
- 图表 45 我国户外品牌出货金额及对应的企业家数 59
- 图表 46 我国户外用品品牌出货金额及对应的整体比例 60
- 图表 47 市场份额排名前十的户外品牌 61
- 图表 48 2001-2014年户外用品市场规模 62
- 图表 49 户外用品消费额占GDP比重 63
- 图表 50 2007-2013年户外用品销售渠道分布情况 64
- 图表 51 2013年各类户外用品消费额 64
- 图表 52 2016-2022年户外用品市场规模预测 65
- 图表 53 2007-2014年国内旅游收入和旅游人数 67
- 图表 54 2007-2014年国际旅游收入增长情况 68
- 图表 55 2009 -2013年中国人均国内旅游花费情况 68
- 图表 56 2016-2022年国内旅游人数预测 70
- 图表 57 国内外户外品牌情况 72
- 图表 58 2013-2015年国内外品牌比较 73
- 图表 59 我国户外用品品牌格局(按产品类别) 74
- 图表 60 国内渠道对比分析 74
- 图表 61 2011-2014年户外用品销售渠道格局 77
- 图表 62 国内户外用品零售行业企业竞争格局 78
- 图表 63 2005年-2014年我国户外用品市场规模 80
- 图表 64 2007年-2014年我国国内旅游收入和旅游人数 82
- 图表 65 不同品牌的户外鞋价格对比 83

- 图表 66 2013-2015年4月"油苫布、天篷及遮阳篷;帐篷;风帆;野营用品"进口量统计 84
- 图表 67 2013-2015年4月"油苫布、天篷及遮阳篷;帐篷;风帆;野营用品"进口额统计 85
- 图表 68 2013-2015年4月"油苫布、天篷及遮阳篷;帐篷;风帆;野营用品"出口量统计 86
- 图表 69 2013-2015年4月"油苫布、天篷及遮阳篷;帐篷;风帆;野营用品"出口额统计 87
- 图表 70 2014年"油苫布、天篷及遮阳篷;帐篷;风帆;野营用品"进口国别 87
- 图表 71 2014年"油苫布、天篷及遮阳篷;帐篷;风帆;野营用品"出口国别 88
- 图表 72 2004-2014年中国户外用品专利申请数量走势(申请年) 91
- 图表 73 2005-2015年3月中国户外用品专利申请数量走势(公开年) 91
- 图表 74 露营帐篷的工艺流程图 93
- 图表 75 北京探路者户外用品股份有限公司创新技术 95
- 图表 76 北京探路者产品加工新技术 98
- 图表 77 2013-2015年北京探路者户外用品股份有限公司产、销、存情况 100
- 图表 78 2012-2015年北京探路者户外用品股份有限公司研发投入情况 100
- 图表 79 2014年北京探路者户外用品股份有限公司营业收入及利润情况 101
- 图表 80 牧高笛户外用品股份有限公司营销体系架构图 105
- 图表 81 牧高笛户外用品股份有限公司客户情况 106
- 图表 82 牧高笛户外用品股份有限公司各销售渠道情况 107
- 图表 83 牧高笛户外用品股份有限公司经销商加盟店管理区域 107
- 图表 84 牧高笛户外用品股份有限公司专业户外店客户的管理体系 108
- 图表 85 牧高笛户外用品股份有限公司经销渠道与直营渠道的店铺变化情况 109
- 图表 86 2012-2015年6月牧高笛户外用品股份有限公司产能、产量、销量情况 110
- 图表 87 2012-2015年6月牧高笛户外用品股份有限公司资产负债情况表 110
- 图表 88 2012-2015年6月牧高笛户外用品股份有限公司利润情况表 111
- 图表 89 2012-2015年牧6月高笛户外用品股份有限公司财务指标 112
- 图表 90 北京三夫户外用品股份有限公司营销网络布局 115
- 图表 91 2012-2015年北京三夫户外用品股份有限公司门店拓展情况 116
- 图表 92 2008-2014年北京三夫户外用品股份有限公司经营面积和门店数量 117
- 图表 93 2012-2015年北京三夫户外用品股份有限公司资产负债情况表 117
- 图表 94 2012-2015年北京三夫户外用品股份有限公司利润情况表 118
- 图表 95 2012-2015年北京三夫户外用品股份有限公司财务指标 118
- 图表 96 北京三夫户外用品股份有限公司运营模式 119
- 图表 97 北京三夫户外用品股份有限公司合作客户 120

- 图表 98 2014年上海嘉麟杰纺织品股份有限公司产、销、存情况 124
- 图表 99 2014年上海嘉麟杰纺织品股份有限公司分产品、地区营业收入情况 124
- 图表 100 2009年-2015年一季度我国国内生产总值及实际年增长率 140
- 图表 101 2009年-2014年我国人均国内生产总值 141
- 图表 102 2005-2015年一季度中国城镇居民人均可支配收入和农村居民人均纯收入 141
- 图表 103 2005-2015年一季度中国社会消费零售总额及年增长率 142
- 图表 104 2009年-2013年我国人均国内旅游花费 143
- 图表 105 2004年-2015年我国城镇化率 144

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/273102.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。