



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国户外用品市场 分析与投资预测报告

一、调研说明

《2009-2012年中国户外用品市场分析与投资预测报告》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/35610.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

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

第四节 户外用品的选购

第二章 2008-2009年世界户外用品行业发展概况

第一节 2008-2009年世界户外用品发展现状

一、2008-2009年世界户外用品发展特色

二、2008-2009年世界户外用品热销用品点评

三、2008-2009年世界户外用品关注品牌

第二节 2008-2009年世界主要国家户外用品运行

一、意大利

二、德国

三、法国

四、美国

第三节 2009-2012年世界户外用品发展趋势展望

第三章 2008-2009年世界知名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

一、公司概况

二、2008-2009年主要产品

三、2008-2009年在华市场销售情况

四、品牌竞争力

五、国际化发展战略

第二节 国际著名户外运动装备品牌VAUDE

一、公司概况

二、2008-2009年主要产品

三、2008-2009年在华市场销售情况

四、品牌竞争力

五、国际化发展战略

第三节 德国户外运动服饰品牌jack wolfskin

一、公司概况

二、2008-2009年主要产品

三、2008-2009年在华市场销售情况

四、品牌竞争力

五、国际化发展战略

第四节 澳大利亚知名户外品牌---OZtrail

一、公司概况

二、2008-2009年主要产品

三、2008-2009年在华市场销售情况

四、品牌竞争力

五、国际化发展战略

第四章2008-2009年中国户外用品行业市场运行环境解析

第一节2008-2009年中国户外用品行业经济环境

一、2008-2009年中国GDP增长指数

二、2008-2009年工业发展形势

三、2008-2009年中国CPI波动情况

四、2008-2009年中国城镇居民家庭人均可支配收入

五、2008-2009年中国恩格尔系数

第二节2008-2009年中国户外用品行业政策环境

一、《新疆维吾尔自治区户外运动管理条例(草案)》

二、《全民健身计划纲要》

三、《山地户外运动管理办法》

第三节2008-2009年中国户外用品行业技术环境

第四节2008-2009年中国户外用品行业社会环境

- 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、城市经济发展人们的收入增多
- 五、汽车业的蓬勃发展

第五章2008-2009年中国户外用品行业发展现状综述

第一节 2008-2009年中国户外用品动态

- 一、市场发展迅猛 户外用品成掘金新焦点
- 二、“驴友”催热户外旅游用品市场
- 三、尼奥户外运动品商场开业
- 四、中国户外用品市场迈入多元化道路
- 五、户外用品制造商看好中国市场

第二节 2008-2009年中国户外用品市场发展特色

第三节 2008-2009年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、消费者具有年轻、高学历、中高收入的特征

第四节2008-2009年活跃在中国市场的境外品牌

第五节 2008-2009年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2008-2009年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
- 三、攀岩鞋产品市场价格
- 四、攀岩鞋用户

五、209-2012年攀岩鞋市场供需变化趋势

第二节 帐篷

一、帐篷的种类

二、2008-2009年中国市场帐篷的热销品牌

三、2008-2009年中国市场帐篷的价格走势

四、2007-2008-2009年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产品牛年来势更猛

四、国内GPS导航产业步入"3G"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 2008-2009年中国户外用品业市场营销

第一节 户外用品市场营销现状概述

第二节 2008-2009年中国户外用品市场营销模式

一、商场

二、专业零售店

三、大型体育用品卖场

四、自有品牌专卖店等

第三节 2008-2009年中国重点地区户外销售终端

一、新疆地区

二、上海地区

三、陕西地区

四、浙江地区

五、四川地区

六、广东市场

七、北京市场

第四节 2008-2009年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 2008-2009年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 2008-2009年中国户外用品行业竞争格局透析

第一节 2008-2009年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 2008-2009年中国户外用品户外用品行业集中度

- 一、户外用品行业集中度
- 二、市场集中度

第三节 2008-2009年中国户外用品竞争策略

第四节 2009-2012年中国户外用品户外用品行业竞争趋势展望

第九章 2008-2009年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 厦门诚宝工贸有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节 广东李宁体育发展有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节 青岛双星集团

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节 泉州鸿星尔克体育用品有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节 上海鑫美野营用品有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第六节 永基旅游用品(中山)有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第十章 户外休闲用品行业上、下游产业发展态势

第一节 上游行业发展状况

- 一、纺织
- 二、钢铁冶金
- 三、塑胶化工

第二节 下游产业发展情况

- 一、2008-2009年中国体育产业发展态势

二、2008-2009年中国旅游业发展格局

第十一章2009-2012年中国户外用品行业发展趋势与前景展望

第一节2009-2012年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2009-2012年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、2009-2012年户外衣和品将进入相对稳定的发展阶段

第三节2009-2012年中国户外用品行业市场预测

第四节 2009-2012年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2009-2012年中国户外用品行业投资机会及风险规避指引

第一节2009-2012年中国户外用品行业投资周期

第二节2009-2012年中国户外用品行业投资机会

- 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2009-2012年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
- 六、外资进入风险

第四节 权威专家建议

图表目录：（部分）

图表：户外用品分类一览表

图表：中国国内市场年度活跃户外品牌总量对比表

图表：活跃在中国市场的境外品牌数量

图表：境外品牌洲别数据比

图表：2007年活跃在中国市场的欧洲户外品牌

图表：历年国内户外品牌数量递增情况

图表：国内市场品牌批发总额（类别对比表）

图表：2007年度国内部分地区户外用品销售终端分布图

图表：厦门诚宝工贸有限公司销售收入情况

图表：厦门诚宝工贸有限公司盈利指标情况

图表：厦门诚宝工贸有限公司盈利能力情况

图表：厦门诚宝工贸有限公司资产运行指标状况

图表：厦门诚宝工贸有限公司资产负债能力指标

图表：厦门诚宝工贸有限公司成本费用构成情况

图表：广东李宁体育发展有限公司销售收入情况

图表：广东李宁体育发展有限公司盈利指标情况

图表：广东李宁体育发展有限公司盈利能力情况

图表：广东李宁体育发展有限公司资产运行指标状况

图表：广东李宁体育发展有限公司资产负债能力指标

图表：广东李宁体育发展有限公司成本费用构成情况

图表：青岛双星集团销售收入情况

图表：青岛双星集团盈利指标情况

图表：青岛双星集团盈利能力情况

图表：青岛双星集团资产运行指标状况

图表：青岛双星集团资产负债能力指标

图表：青岛双星集团成本费用构成情况

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司销售收入情况

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司盈利指标情况

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司盈利能力情况

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司资产运行指标状况

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司资产负债能力指标

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司成本费用构成情况

图表：上海鑫美野营用品有限公司销售收入情况

图表：上海鑫美野营用品有限公司盈利指标情况
图表：上海鑫美野营用品有限公司盈利能力情况
图表：上海鑫美野营用品有限公司资产运行指标状况
图表：上海鑫美野营用品有限公司资产负债能力指标
图表：上海鑫美野营用品有限公司成本费用构成情况
图表：永基旅游用品(中山)有限公司销售收入情况
图表：永基旅游用品(中山)有限公司盈利指标情况
图表：永基旅游用品(中山)有限公司盈利能力情况
图表：永基旅游用品(中山)有限公司资产运行指标状况
图表：永基旅游用品(中山)有限公司资产负债能力指标
图表：永基旅游用品(中山)有限公司成本费用构成情况
略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/35610.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。