



艾凯咨询
ICAN Consulting

2022-2027年中国户外用品行业 市场发展现状调研及投资趋势前 景报告

一、调研说明

《2022-2027年中国户外用品行业市场发展现状调研及投资趋势前景报告》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/359869.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

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 户外用品行业发展概述

第一节 户外用品行业相关概述

一、户外用品行业定义

二、户外用品分类概述

三、户外用品行业政策

（一）行业监管体制

（二）行业法规政策

第二节 户外用品行业经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、对外贸易发展形势分析

第三节 户外用品行业社会环境分析

一、中国人口2017-2021年龄结构

二、城乡居民收入情况

三、居民消费水平与结构

第四节 国内旅游业发展态势

一、居民旅游市场规模分析

（一）中国居民旅游人数规模

（二）国内居民旅游花费总额

（三）城乡居民国内旅游情况

二、入境旅游市场规模分析

（一）入境游客人数规模分析

（二）入境旅游收入规模分析

（三）入境旅游客源分布情况

- (1) 客源结构分析
- (2) 客源入境方式
- (3) 入境旅游目的
- (4) 2017-2021年龄及性别结构
- (四) 入境旅游过夜游客数

三、国内出境旅游市场分析

- (一) 居民出境旅游人数分析
- (二) 因私出境旅游人数分析
- (三) 赴日旅游市场状况分析
- (四) 赴台旅游市场状况分析

四、旅游细分市场发展分析

- (一) 休闲度假旅游市场分析
- (二) 蜜月旅行市场发展分析
- (三) 商务旅行市场发展分线

第五节 自驾游市场发展分析

一、中国房车产销量情况

- (一) 中国房车产量情况
- (二) 中国房车销量情况

二、自驾游市场发展特征

三、自驾游人数规模分析

四、自驾游市场调查分析

- (一) 自驾游目的情况
- (二) 自驾游组织情况
- (三) 自驾游安排情况
- (四) 自驾游车型情况
- (五) 自驾游路段选择
- (六) 自驾游热门区域
- (七) 自驾游热门主题
- (八) 出境自驾游市场

第六节 户外运动市场发展分析

一、户外运动基本情况分析

- (一) 户外运动发展概况

(二) 户外运动类型分析

(三) 户外运动特征分析

二、户外运动发展方面分析

(一) 户外运动人数规模

(二) 户外运动市场规模

三、户外运动消费者分析

(一) 户外消费人群2017-2021年龄分布

(二) 户外消费人群喜爱户外运动排名

(三) 户外运动消费人群消费能力

四、户外产业发展趋势分析

第七节、户外俱乐部市场发展分析

一、中国主要户外俱乐部情况

二、国内主要户外俱乐部介绍

(一) 三夫俱乐部

(二) 兰州大玩家户外运动俱乐部

(三) 武汉穿山豹

(四) 合肥行者户外俱乐部

第八节 国内外户外露营地发展分析

一、国外旅游营地发展过程及现状

二、国外旅游营地发展经验总结

三、国外著名旅游营地情况

(一) 乡村型露营地

(二) 五星级露营地

(三) 海滨型露营地

(四) 山地型露营地

(五) 森林型露营地

(六) 河畔型露营地

四、中国户外露营地发展分析

(一) 房车营地概述

(二) 房车营地的分类和功能

(三) 中国营地发展状况分析

(四) 中国营地发展规模分析

(五) 中国主要露营地分析

(六) 中国露营旅游发展前景

第二章 国内外户外用品行业运行态势

第一节 国外户外用品行业运行分析

一、国外户外用品行业发展历程

二、国外户外用品行业品牌数量

三、国外户外用品品牌出货规模

四、国外户外用品行业竞争状况

第二节 国内户外用品行业运行态势

一、国内户外用品行业发展历程

二、国内户外用品行业市场规模

三、国内户外用品行业品牌数量

四、国内户外用品品牌出货规模

五、国内户外用品的品牌占有率

(一) 一线城市品牌占有率

(二) 二线城市品牌占有率

(三) 三线城市品牌占有率

第三节 国内外户外用品行业竞争分析

一、国内外户外用品竞争现状

二、国内品牌较国外品牌优势

三、国内品牌较国外品牌劣势

四、国内外户外用品竞争对比

五、零售市场发展的不利因素

六、户外用品行业发展壁垒分析

第四节 体育用品企业进军户外行业剖析

一、体育用品企业户外品牌发展现状

二、体育用品企业进军户外壁垒分析

三、体育用品企业进军户外策略分析

四、主要体育用品企业户外品牌分析

(一) 阿迪达斯 (Adidas)

(二) 李宁 (Li-Ning Adventure)

(三) 安踏 (ANTA)

(四) 361°;

(五) 彪马 (Puma)

第三章 中国户外用品细分行业发展分析

第一节 户外服装行业发展分析

一、户外服装行业发展概况

二、户外服装市场规模分析

三、户外服装品牌竞争状况

四、户外服装功能需求分析

五、户外服装盈利水平分析

六、主要户外服装市场分析

(一) 冲锋衣裤市场分析

(二) 抓绒衣裤市场分析

(三) 速干衣裤市场分析

(四) 迷彩衣裤市场分析

(五) 滑雪衣裤市场分析

(六) 骑行服装市场分析

(七) 毛衣风衣市场分析

(八) 休闲服装市场分析

第二节 户外鞋类行业发展分析

一、户外鞋类行业发展概况

二、户外鞋类市场规模分析

三、户外鞋类品牌竞争格局

四、户外鞋类功能需求分析

五、户外鞋类市场价格分析

六、主要户外鞋类市场分析

(一) 登山鞋&徒步鞋市场分析

(二) 攀岩鞋市场分析

(三) 溯溪鞋市场分析

(四) 滑雪靴市场分析

(五) 休闲鞋市场分析

第三节 户外包类行业发展分析

一、户外包类行业发展概况

二、户外包类市场规模分析

三、户外包类品牌关注调查

四、户外包类市场价格分析

五、主要户外包类市场分析

(一) 登山包市场分析

(二) 旅行包市场分析

(三) 摄影包市场分析

(四) 骑行包市场分析

(五) 洗漱包市场分析

(六) 冰包市场分析

第四节 户外装备行业发展分析

一、户外装备行业发展概况

二、户外装备市场规模分析

三、户外装备品牌竞争格局

四、户外装备市场价格分析

五、主要户外装备市场分析

(一) 帐篷睡袋装备市场分析

(二) 户外垫子装备市场分析

(三) 登山攀岩装备市场分析

(四) 户外仪表工具市场分析

(五) 户外运动车市场分析

第四章 中国户外用品行业营销渠道分析

第一节 户外用品营销渠道结构分析

第二节 户外用品商场营销渠道分析

一、户外用品商场营销现状

二、户外用品商场发展规模

三、户外服装商场竞争分析

四、户外用品商场发展潜力

第三节 户外用品专卖店营销分析

一、户外用品专卖店营销现状

二、户外用品专卖店发展规模

三、户外用品专卖店SWOT分析

四、专业户外店的经营模式分析

五、户外用品专卖店发展潜力

第四节 户外用品电商营销渠道分析

一、户外用品电商发展现状

二、户外用品电商市场规模

三、户外用品电商竞争分析

四、户外用品电商发展潜力

五、户外用品电商平台分析

(一) 淘宝/天猫

(二) 京东商城

(三) 如此网

(四) 互联诚品户外商城

(五) 户外营网上商城

(六) 8264驴友商城

第五节 户外用品展会营销渠道分析

一、户外用品展会发展现状

二、主要地区展会市场发展分析

(一) 北京展会市场发展分析

(二) 上海展会市场发展分析

(三) 广东展会市场发展分析

(四) 江苏展会市场发展分析

(五) 浙江展会市场发展分析

三、ISPO china展会发展分析

(一) 展会基本情况

(二) 展会情况分析

(三) 展会价值影响

第五章 中国户外用品行业供应链管理分析

第一节 户外用品行业供应链管理概述

一、户外用品行业物流链管理分析

(一) 户外用品行业物流链管理特点

(二) 户外用品行业物流链管理方法

(三) 户外用品行业物流链管理策略

二、户外用品行业信息链管理分析

(一) 户外用品行业信息链管理特点

(二) 户外用品行业信息链管理方法

(三) 户外用品行业信息链管理策略

三、户外用品行业资金链管理分析

(一) 户外用品行业资金链管理方法

(二) 户外用品行业资金链管理策略

第二节 户外用品供应链环节管理分析

一、户外用品原料采购环节管理分析

二、户外用品产品设计环节管理分析

三、户外用品产品生产环节管理分析

四、户外用品品牌营销环节管理分析

第三节 电商环境下户外用品行业供应链管理

一、电商对供应链管理影响分析

二、电商环境下供应链管理瓶颈

三、电商环境下供应链管理策略

第六章 国内外户外用品行业品牌发展分析

第一节 国外户外用品品牌发展分析

一、哥伦比亚 (COLUMBIA)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

二、乐斯菲斯/北面 (TNF)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

三、土拔鼠 (MARMOT)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

四、始祖鸟 (ARC’TERYX)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

五、狼爪 (JackWolfskin)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

六、沙乐华 (SALEWA)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

七、爱步

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

八、匡威 (Converse)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

九、诺诗兰 (NORTHLAND)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

十、萨洛蒙 (SALOMON)

- (一) 品牌基本情况
- (二) 品牌定位分析
- (三) 品牌渠道建设
- (四) 企业发展动态

第二节 国内户外用品品牌发展分析

一、探路者 (TOREAD)

- (一) 品牌基本情况
- (二) 品牌主要产品
- (三) 品牌渠道建设

二、三夫户外

- (一) 品牌基本情况
- (二) 品牌主要产品
- (三) 品牌渠道建设

三、奥索卡 (Ozark)

- (一) 品牌基本情况
- (二) 品牌主要产品
- (三) 品牌渠道建设

四、牧高笛 (Mobigarden)

- (一) 品牌基本情况
- (二) 品牌主要产品
- (三) 品牌渠道建设

五、凯乐石 (KAILAS)

- (一) 品牌基本情况
- (二) 品牌主要产品
- (三) 品牌渠道建设

六、极星 (Shehe)

- (一) 品牌基本情况
- (二) 品牌主要产品
- (三) 品牌渠道建设

七、龙鸟 (SinTeryx)

- (一) 品牌基本情况
- (二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

八、哥伦步 (Kolumb)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

九、凯图巅峰 (k2summit)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

十、日高 (NIKKO)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

第七章 2022-2027年中国户外用品行业前景及投资分析

第一节 2022-2027年中国户外用品行业SWOT分析

一、户外用品行业发展优势分析

二、户外用品行业发展劣势分析

三、户外用品行业发展机遇分析

四、户外用品行业发展威胁分析

第二节 2022-2027年中国户外用品行业发展前景

一、户外用品行业发展前景分析

二、户外用品行业发展趋势分析

三、户外用品行业盈利能力预测

四、户外用品行业市场规模预测

第三节 2022-2027年中国户外用品行业投资风险

一、宏观经济风险分析

二、市场竞争风险分析

三、材料价格上涨风险

四、渠道管理风险分析

五、知识产权风险分析

第四节 2022-2027年中国户外用品行业投资策略

图表目录：

图表 1 户外用品分类

图表 2 2017-2021年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 3 2017-2021年国内生产总值构成及增长速度统计

图表 4 2017-2021年中国规模以上工业增加值月度增长速度

图表 5 2017-2021年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图

图表 6 2017-2021年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表 7 2017-2021年中国货物进出口总额变化趋势图

图表 8 2017-2021年中国人口总量增长趋势图

图表 9 2017-2021年全国人口数及其构成

图表 10 2017-2021年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/359869.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提供专业投资咨询报告、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。