



艾凯咨询
ICAN Consulting

2022-2027年中国户外用品行业 市场深度评估及发展前景预测报告 告

一、调研说明

《2022-2027年中国户外用品行业市场深度评估及发展前景预测报告》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/360155.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：

第一部分 户外用品业运行新形势聚焦

第一章 户外用品相关概述

第一节 户外用品的概念

一、户外用品界定

二、户外用品特点

三、户外用品适用人群

第二节 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

第三节 户外用品行业经营模式分析

第四节 户外用品行业相关产业动态

第二章 2017-2021年全球户外用品行业运行状况分析

第一节 2017-2021年世界户外用品行业发展分析

一、世界户外用品发展特色分析

二、世界户外用品热销用品点评

三、世界户外用品关注品牌分析

四、国际形势对世界户外用品行业影响

第二节 2017-2021年欧洲户外用品行业发展分析

一、欧洲户外服装纺织类销售情况

二、英国户外运动产业分析

三、德国户外运动产业分析

四、欧洲户外市场未来发展趋势分析

第三节 2017-2021年美国户外用品行业发展分析

一、美国户外产品网络销售情况

二、美国滑雪用品销售额变化情况

第四节 2022-2027年世界户外用品发展趋势展望

第三章 2017-2021年中国户外用品行业市场发展环境解析

第一节 2017-2021年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2017-2021年中国户外用品市场政策环境分析

一、户外用品国家标准

二、《新疆维吾尔自治区户外运动管理条例(草案)》

三、《全民健身计划纲要》

四、《山地户外运动管理办法》

五、进出口政策分析

六、其他相关法律法规的影响分析

第三节 2017-2021年中国户外用品社会发展环境分析

一、全国社会消费品零售总额

二、全国百家重点大型零售企业销售情况

三、全国居民消费价格分析

第四章 2017-2021年中国户外用品行业运行新形势透析

第一节 2017-2021年中国户外用品运行总况

一、中国户外运动用品发展历程

二、中国户外运动用品特点分析

三、中国户外用品市场跳跃式发展分析

四、中国户外用品市场多元化发展分析

第二节 2017-2021年中国户外用品市场分析

一、我国户外运动用品品牌发展分析

二、户外运动用品销售渠道分析

三、户外运动用品地域分布

四、户外用品展览会发展分析

第三节 2017-2021年中国户外用品行业问题及对策

一、户外用品行业假货问题分析

二、户外用品行业产品同质化问题

三、户外用品行业质量安全问题

第四节 户外用品市场品牌商与零售商间冲突及对策

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

七、户外产品零售店发展对策

第五章 2017-2021年中国户外用品制造所属行业数据监测分析

第一节 2017-2021年中国户外用品制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2021年中国户外用品制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

(一) 不同类型分析

(二) 不同所有制分析

二、销售收入结构分析

(一) 不同类型分析

(二) 不同所有制分析

第三节 2017-2021年中国户外用品制造所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2017-2021年中国户外用品制造所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2017-2021年中国户外用品制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第二部分 户外用品市场深度调研

第六章 2017-2021年中国户外用品细分市场运行分析

第一节 2017-2021年中国运动鞋产业生存现状

一、品牌运动鞋市场发展状况

二、国内运动鞋产业与国际品牌的差距

三、运动鞋企业振兴方法探索

四、我国运动鞋市场发展趋势

第二节 2017-2021年中国户外服装及背包市场发展分析

一、户外服装市场发展现状

二、中国户外运动服装销售渠道构成

三、户外服装店营销分析

四、2017-2021年中国背包市场分析

第七章 2017-2021年中国部分地区户外用品产业分析

第一节 深圳户外用品产业发展分析

一、深圳经济指标分析

二、深圳户外用品销售动态

三、户外运动制造新机遇分析

四、深圳户外培训产业发展分析

第二节 哈尔滨户外用品市场分析

一、哈尔滨户外用品市场发展形势

二、户外用品功能走向分析

三、定位通讯设备市场分析

第三节 南京户外用品市场发展分析

一、南京户外用品市场聚集情况

二、南京户外用品国际知名品牌分析

三、南京户外用品市场前景分析

第四节 麻城户外用品产业发展分析

一、麻城户外用品产业发展状况

二、麻城户外用品产业发展环境分析

三、年麻城户外用品产业动态

第三部分 户外用品市场竞争力透析

第八章 2017-2021年中国户外用品市场竞争格局透析

第一节 2017-2021年中国户外用品行业竞争分析

一、洋品牌开拓中国市场

二、本土品牌竞争分析

三、户外产品核心价值分析

第二节 2017-2021年外资在中国户外用品市场竞争分析

第三节 2017-2021年中国户外用品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第四节 2017-2021年中国户外用品行业竞争中存的问题

第五节 2022-2027年中国户外用品行业竞争趋势分析

第九章 2017-2021年中国户外用品企业竞争策略分析

第一节 2017-2021年中国户外用品市场竞争策略分析

一、户外装备中国化策略

二、中国户外店各种形态与策略

三、户外企业商业模式创新

第二节 2017-2021年中国户外运动鞋服品牌竞争策略

一、开创新品类

二、品牌文化

三、营销模式

第十章 中国户外用品优势生产企业竞争力及关键性数据分析

第一节 泉州鸿星尔克体育用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 青岛双星集团出口鞋有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 湖州四友旅游用品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节 常州市庭园装饰用品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五节 连云港恒君户外用品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第六节 厦门诚宝工贸有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第七节 上海鑫美野营用品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析
- 五、企业运营能力分析

第八节 台州市高登旅游帐篷厂

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第九节 武义恒隆金属制造有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十节 丹阳市森林户外用品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四部分 户外用品市场前景与投资策略研究

第十一章 2022-2027年中国户外用品行业前景预测分析

第一节 2022-2027年户外用品行业发展趋势

一、大型户外用品连锁店发展趋势

二、“大户外”概念趋势

三、户外企业商场渠道趋势

四、企业品牌建设趋势

第二节 户外服装“泛户外化”趋势

一、功能化细分化趋势

二、人性化趋势

三、携带轻便化趋势

第三节 2022-2027年中国户外用品行业的发展前景展望

一、中国户外用品蕴藏巨大市场前景

二、中国户外用品市场增长潜力大

三、中国户外用品市场将迎来发展黄金时期

四、中国户外用品市场兼并时代即将到来

第四节 2022-2027年中国户外用品市场盈利预测分析

第十二章 2022-2027年中国户外用品行业投资机会及风险规避指引

第一节 2017-2021年中国户外用品行业投资概况分析

一、户外用品投资特性

二、中国户外用品业投资优势分析

第二节 2022-2027年中国户外用品行业投资机会分析

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

三、户外用品市场蕴含良好的投资机会

四、极地户外用品市场有待开发

第三节 2022-2027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、进入退出风险

四、信贷风险

第十三章 2022-2027年中国户外用品行业投资战略研究

第一节 户外用品店开店策略

- 一、合理安排产品结构
- 二、降低管理成本
- 三、根据目标消费群选店址
- 四、对户外活动有兴趣
- 五、代理户外产品品牌
- 六、组织活动策略

第二节 户外用品零售店投资方案解析

第三节 二手户外用品店的投资建议

图表目录：

图表 1 国内户外用品品牌格局

图表 2 2017-2021年我国季度GDP增长率 单位：%

图表 3 2017-2021年我国三产业增加值季度增长率 单位：%

图表 4 2017-2021年我国CPI、PPI运行趋势 单位：%

图表 5 2017-2021年农村居民人均纯收入及其增长速度

图表 6 2017-2021年城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表 7 2017-2021年我国社会消费品零售总额走势图 单位：亿元 %

图表 8 2017-2021年固定资产投资走势图 单位：%

图表 9 2017-2021年进出口走势图 单位：%

图表 10 2017-2021年我国社会消费品零售总额走势图 单位：亿元 %

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/360155.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。