

2018-2023年中国户外运动行业市场规模现状与投资规划研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国户外运动行业市场规模现状与投资规划研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/294401294401.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

户外运动自上世纪 80 年代初从欧美地区传入我国后，深受大众喜爱。户外运动的定义有广义与狭义之分：广义定义是指所有在户外进行的运动，这种分类方法涵盖了大部分项目，包括部分球类活动、游泳等；狭义定义则是指以自然环境为活动场地的运动，参与者在进行体育锻炼的同时会和自然环境发生不同程度的互动，与大自然亲密接触。本研究探讨的户外运动基于狭义的区分方法，这一定义目前接受程度更为广泛。

按照专业程度和活动强度，户外运动可以细分为专业户外运动、常规户外运动和休闲户外运动三大类；户外运动涉及的项目繁多，适合各种年龄层参加。具体来看，专业户外运动包括雪山攀登、高山探险等，具有环境恶劣、疲劳度高、有较高危险性和装备专业性强的特点；常规户外运动包括爬山、滑雪等，具有环境正常、疲劳度适中、危险性小，但需要一定专业技能的特点；休闲户外运动包括垂钓、骑行、慢跑等，这些项目通常在常规自然环境下完成，时间短不露营，覆盖人群广。

户外运动根据专业程度和活动强度分类 资料来源：中国报告网整理
专业/常规/休闲户外运动区分

资料来源：中国报告网整理 居民收入水平提高，驱动高门槛项目发展

受限于居民收入水平和政府相关设施建设水平，过去最受我国民众欢迎的体育运动项目，主要是中低门槛的运动。中低门槛运动项目主要是指一些不需要大面积场地（如高尔夫球）、不需要复杂装备（如 F1 赛车、马球）、无太高难度系数（如滑雪、冲浪）的大众项目，包括路跑、羽毛球、乒乓球、篮球等。

由于活动场地的特殊性，大部分户外运动都属于中高门槛项目。第一，相较于室内活动，户外运动的参与者将长时间处在自然环境中，活动场地出现突发情况更多，所以大部分户外运动都需要配备一定的户外用品进行辅助，如服装、鞋类、设备等。第二，户外运动往往与居住地存在一定距离，在进行户外运动的同时还将产生旅游相关消费，包括机票、住宿、门票、课程费等。根据美国户外产业协会今年 6 月发布的《美国户外休闲经济》（The Outdoor Recreation Economy）报告，2016 年美国消费者在进行户外休闲运动时，户外运动用品占消费支出的 21%，旅游相关消费占比则为 79%。随着中产阶级的崛起和富裕阶层人口基数的扩大，一批具有挑战性、耗费较高（购买装备或会员费用）的较高门槛户外体育项目越来越受欢迎。根据福布斯 2015 中国大众富裕阶层财富白皮书的估算，中国的富裕阶层人口已达 1528 万人；根据瑞信 2015 年财富报告，我国中产阶级人口已达 1.09 亿，成为全球拥有中产阶级人口数量最多的国家；根据 CHFS 不同口径的测算，我国中产阶级数量 2015

年达到了 2.04 亿人。

2011-2015 年中国大众富裕阶层人数及增长率 数据来源：中国报告网整理

登山：户外运动的典型代表

登山运动是历史悠久的代表性户外运动。现代的登山运动起源于欧洲，已有 200 多年历史。在广义上，不限制所登山岳的高度、攀登的方式、使用的器材；而狭义上，登山运动则意味着利用专门的装备和技术攀登一定海拔范围的山峰。

登山运动广受富裕和中产阶级喜爱。以中国香港地区为例，随着市民的生活富足，行山成为了一种不可或缺的市民文化。香港整个城市面积仅有约 1100 平方公里，但渔农自然护理署于此设立了 4 条 50 公里以上的长途远足径、33 条郊游径、14 条家乐径、18 条树木研习径、19 条自然教育径及若干地质步道、野外均衡定向径、健身径、缓跑径，以满足市民不同的户外活动需求。

香港 4 条 50 公里以上长途远足径 资料来源：中国报告网整理

中国是一个多山的国家，为登山运动提高了良好的条件。中国既有承载文化的“三山五岳”，又有喜马拉雅山脉、横断山脉等高海拔雪山。全世界海拔 8000 米以上的山峰一共有 14 座，其中有 9 座位于中国。中国的地理特征为登山运动提供了优质条件。

世界海拔 8000 米以上山峰 资料来源：中国报告网整理

目前，中国参与登山运动的人口正迅速扩大，各大高校成立了登山俱乐部，如北京大学山鹰社、清华大学山野协会、中国地质大学登山队等。其中北京大学山鹰社是北京大学第一大社团，在全国范围内都享有盛名。据 2016 年 COA 的调研，中国已有 1.3 亿人开展徒步旅行、休闲户外游等泛户外运动（占总人口的 9.5%），有 6000 万人进行登山性质的户外运动（占总人口的 4.38%）。著名企业家王石、张朝阳、史玉柱等亦都是登山的爱好者。

登山的装备需求非常复杂。广义上的登山，需要专用冲锋衣、登山鞋、登山背包、登山杖等；而狭义上的登山，对于设备的需求则更高，除专业户外鞋服外，还需要保暖用途的抓绒衣、睡眠用途的帐篷和睡袋、攀登用途的冰斧和登山绳、氧气装备、GPS、温度计等。

户外器械、鞋服已成为此项运动最重要的组成要素之一。

登山设备——帐篷、登山杖 资料来源：中国报告网整理

登山设备——冰镐、保暖鞋服 资料来源：中国报告网整理

【报告目录】

第一章 中国户外运动行业发展概述

第一节 行业发展情况概述

一、基本情况介绍

二、发展特点分析

第二节 行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、行业产业链分析

第三节 行业生命周期分析

一、行业生命周期理论概述

二、行业所属的生命周期分析

第四节 行业经济指标分析

一、行业的赢利性分析

二、行业附加值的提升空间分析

三、行业进入壁垒与退出机制分析

第二章 世界户外运动行业市场发展现状分析

第一节 全球户外运动行业发展历程回顾

第二节 全球户外运动行业市场规模分析

第三节 户外行业覆盖面广，产业拉动系数高

第四节 美国全民户外运动率高，早期政府推动成关键

第五节 欧洲为户外产业发源地，行业发展与国民经济相辅相成

第六节 世界户外运动发展走势预测

第七节 2018-2023年全球市场规模预测

第三章 中国户外运动产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第三节 中国户外运动行业政策环境分析

第四节 中国户外运动产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国户外运动产业运行情况

第一节 中国户外运动行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业发展特点分析

第二节 行业市场规模分析

第三节 户外运动行业市场开展情况分析

第四节 行业发展趋势分析

第五章 2015-2017年中国户外运动市场格局分析

第一节 中国户外运动行业竞争现状分析

第二节 中国户外运动行业集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业企业集中度分析

三、行业区域集中度分析

第三节 行业存在的问题

第六章 2015-2017年中国户外运动行业竞争情况

第一节 国内户外运动爆发式增长

一、国内户外运动起步晚，空间大

二、收入提升及消费理念变革推动体育、旅游、休闲化程度不断提高

三、城市生活压力推动逆城市化生活

第二节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 行业SWOT分析

第四节 行业竞争力优势分析

第七章 户外运动服务细分市场发展现状

第一节 传统旅游景区市场

第二节 户外赛事运动市场

一、马拉松运动市场

二、越野运动市场

三、户外滑雪运动市场

四、攀岩运动市场

第三节 户外休闲市场

一、登山市场

二、野外露营市场

三、探险

第八章 户外运动行业重点生产企业分析

第一节 北京乐徒户外运动有限公司

一、企业概况

二、主营服务

三、公司优劣势分析

第二节 宜昌楚韵户外运动咨询有限公司

一、企业概况

二、主营服务

三、公司优劣势分析

第三节 重庆零度户外运动有限公司

一、企业概况

二、主营服务

三、公司优劣势分析

第四节 深圳自由人户外运动有限公司

一、企业概况

二、主营服务

三、公司优劣势分析

第五节 江西省探索户外运动发展有限公司

一、企业概况

二、主营服务

三、公司优劣势分析

第九章 2018-2023年中国户外运动行业发展前景分析与预测

第一节 2018-2023年行业未来发展前景分析

一、2018-2023年行业国内投资环境分析

二、2018-2023年行业市场机会分析

三、2018-2023年行业投资增速预测

第二节 2018-2023年行业未来发展趋势预测

第三节2018-2023年行业市场发展预测

- 一、2018-2023年行业市场规模预测
- 二、2018-2023年行业市场规模增速预测

第十章 2018-2023年中国户外运动行业投资风险与营销分析

第一节2018-2023年行业进入壁垒分析

- 一、2018-2023年行业技术壁垒分析
- 二、2018-2023年行业规模壁垒分析
- 三、2018-2023年行业品牌壁垒分析
- 四、2018-2023年行业其他壁垒分析

第三节 2018-2023年行业投资风险分析

- 一、2018-2023年行业政策风险分析
- 二、2018-2023年行业技术风险分析
- 三、2018-2023年行业竞争风险分析
- 四、2018-2023年行业其他风险分析

第十一章 2018-2023年中国户外运动行业发展策略及投资建议

第一节2018-2023年中国户外运动行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第一节2018-2023年中国户外运动行业发展策略分析

第三节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2023年中国户外运动行业投资区域分析
- 二、2018-2023年中国户外运动行业投资产品分析

更多图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/294401294401.html>