

2021年中国户外运动行业分析报告- 行业规模与发展趋势研究

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《2021年中国户外运动行业分析报告-行业规模与发展趋势研究》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/fuzhuang/558281558281.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

10月14日，阿迪达斯旗下专业户外运动品牌adidas TERREX中国首家旗舰店在上海的静安嘉里中心正式开业。阿迪达斯大中华区总经理唐杰琛（Jason Thomas）、副总裁/阿迪达斯户外业务单元总经理孟书闻（Steve Mele）等人在内都出席了开业活动。

主打环保特色和“社区”功能

adidas TERREX是阿迪达斯旗下专业户外运动品牌，它致力于通过在户外行业中的立异创新，打造“型”走山间，徒步街头”的户外生活运动理念，把消费者们带向户外的同时，更是把户外精神融入生活之中。

adidas TERREX产品的主要特色是环保。例如店内的主打产品——2021秋冬户外MYS HELTERPrimaLoft连帽外套是由探锐联合海洋环保组织Parley for the Oceans以及合成保暖材料公司PrimaLoft共同打造。外套外层采用的Primeblue环保面料中包含50%的Parley OceanPlastic（海洋塑胶）环保材质，保暖层则采用100%再生纤维制造。另外这款外套的保暖层采用了无印染技术，在还原面料天然色彩的同时，也节约了一定的水资源。据了解，传统的印染技术需要耗费大量的水为面料染色。

除了服装，此次店内悬挂产品的衣架均由回收塑料制成。该店的另一大特色是其“社区”功能。阿迪达斯副总裁孟书闻对外介绍，店内设立了互动区，对户外运动感兴趣的伙伴可以在此进行研讨和交流。据悉，未来更多的社区活动将以这家旗舰店作为中心展开，更多探锐门店也将会以这家旗舰店为雏形来开设。

有阿迪达斯的工作人员表示，adidas TERREX中国旗舰店是阿迪达斯新的起点，它代表了阿迪达斯将以更积极的方式向中国消费者介绍其户外服饰，同时是向中国消费者传递可持续发展理念、户外环保的关键节点。目前探锐在国内的门店数量不多，未来开设店铺的地点、数量以及店铺的主题细节规划还需要进一步讨论。

押注中国户外市场，adidas TERREX是关键抓手

阿迪达斯的户外产品可以追溯到1970年代的轻量化徒步鞋，此后产品线不断拓展覆盖多种户外运动，并在2017年正式从adidas Outdoor（阿迪达斯户外）更名为adidas TERREX（阿迪达斯探锐）。

中国一直并将继续成为阿迪达斯投资和推出开创性零售体验的领先市场，尤其是上海，它被认定为我们在全球的重点城市之一。结合中国户外细分市场的快速增长、户外运动的日益普及和可持续发展意识的增强，上海自然而然成为全球和中国开设这家全新adidas Terrex 旗舰体验店的主要候选城市。

在2021年3月，阿迪达斯公布了新的五年计划“掌控全场”，户外将会是公司聚焦的五大品类之一。

阿迪达斯在adidas TERREX也投入了更多资源，从The North Face母公司威富集团（VFC）挖来Carla Murphy担任公司户外品类总经理，同时调拨公司资源，计划将户外品类扩

张成一个“完整的技术服装系列”。

新冠疫情严重影响了全球旅游业，但却为本地户外市场带来了始料未及的重大助推，在中国市场同样如此——而中国，又正是阿迪达斯新五年计划中最重要的三个核心市场之一。

因此此次的旗舰店落地是adidas TERREX在中国市场的重要投资，也是中国户外市场中一股新的可持续力量。无疑也是阿迪达斯在中国市场迈出的适时一步。

各大户外品牌都在抢市

值得注意的是，其他户外品牌也在积极争取更多消费者。例如安踏集团旗下的高端户外品牌迪桑特（Descente）、亚玛芬体育（AmerSports）等。

安踏方面表示，2021年上半年，迪桑特的收入、毛利率和经营利润率非常理想。迪桑特先后在上海正大广场和新天地开设了旗舰店和城市标杆店，扩大了迪桑特品牌的影响力。未来，迪桑特将继续提供高端户外产品，特别是高尔夫等产品线，并在一线城市开设旗舰店以及300平方米左右的城市标杆店，继续深耕高端消费人群。“

亚玛芬体育中国区的业绩增长远远超出了我们自己的预期，三个核心品牌始祖鸟（Arc'teryx）、萨洛蒙（Salomon）和威尔胜（Wilson）都有非常亮丽的表现。另外，在安踏品牌方面，今年11月我们会首次推出品牌旗下专业的滑雪服系列产品，该系列会采用相当先进的保暖科技和防风防水科技。”

特步则在2019年收购了户外品牌迈乐（Merrell）。今年9月，迈乐中国首家形象店在上海兴业太古汇开业。

另外国内还有一些新兴品牌获得资本支持。例如近日滑雪品牌奥雪文化已完成数千万元（人民币，除特别注明外单位下同）A轮融资；今年1月，该品牌刚完成2000万元Pre-A轮融资。奥雪文化成立于2014年，以自媒体公众号“零夏”起家，后延伸到滑雪及户外运动装备，推出滑雪品牌零夏和Nobaday。零夏瞄准滑雪初学者，提供高性价比的滑雪装备，Nobaday则是为进阶的高端用户，提供更专业舒适的滑雪装备及全季的户外运动潮流服饰。

目前阿迪达斯国内市场业绩下滑

阿迪达斯此番布局有何原因？有行业分析师表示，阿迪达斯在国内市场面临一定的业绩压力。

据了解，阿迪达斯2021年二季度在国内市场的收入只有10亿欧元，同比下降16%，这也是阿迪达斯当季唯一一个收入负增长的地区。对此阿迪达斯对外解释称，公司了解到现在大中华区的市场需求已经偏向于国内的本土品牌而不是全球品牌。

但阿迪达斯并不准备放弃这一市场。其首席执行官卡斯珀·罗斯特德对外表示：“虽然我们看到了在华业务出现的不稳定性，但我非常确信，今年在华业务将取得非常大的成功。”

从目前来看，布局户外服饰成为阿迪达斯达到目标的方式之一。据了解，阿迪达斯对探锐此次开业非常重视。阿迪达斯大中华区董事总经理唐杰琛在探锐旗舰店开业致辞中表示：“我们非常自豪adidas TERREX能够在上海这样一个国际大都市开设全国首家旗舰店。国

内市场对于阿迪达斯来说十分重要，我们将致力于满足中国消费者的需求。”

观研报告网发布的《2021年中国户外运动行业分析报告-行业规模与发展趋势研究》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国户外运动行业发展概述

第一节 户外运动行业发展情况概述

- 一、户外运动行业相关定义
- 二、户外运动行业基本情况介绍
- 三、户外运动行业发展特点分析
- 四、户外运动行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、户外运动行业需求主体分析

第二节 中国户外运动行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、户外运动行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国户外运动行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国户外运动行业生命周期分析

一、户外运动行业生命周期理论概述

二、户外运动行业所属的生命周期分析

第四节 户外运动行业经济指标分析

一、户外运动行业的赢利性分析

二、户外运动行业的经济周期分析

三、户外运动行业附加值的提升空间分析

第五节 中国户外运动行业进入壁垒分析

一、户外运动行业资金壁垒分析

二、户外运动行业技术壁垒分析

三、户外运动行业人才壁垒分析

四、户外运动行业品牌壁垒分析

五、户外运动行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球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区域分布情况

第三节 亚洲户外运动行业地区市场分析

一、亚洲户外运动行业市场现状分析

二、亚洲户外运动行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲户外运动行业市场前景分析

第四节 北美户外运动行业地区市场分析

一、北美户外运动行业市场现状分析

二、北美户外运动行业市场规模与市场需求分析

三、北美户外运动行业市场前景分析

第五节 欧洲户外运动行业地区市场分析

一、欧洲户外运动行业市场现状分析

二、欧洲户外运动行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲户外运动行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界户外运动行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球户外运动行业市场规模预测

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

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、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国户外运动行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 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 中国户外运动行业运行情况

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、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国户外运动行业市场规模分析

第三节 中国户外运动行业供应情况分析

第四节 中国户外运动行业需求情况分析

第五节 我国户外运动行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国户外运动行业供需平衡分析

第七节 中国户外运动行业发展趋势分析

第五章 中国户外运动所属行业运行数据监测

第一节 中国户外运动所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国户外运动所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国户外运动所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021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

一、中国户外运动行业竞争情况分析

二、中国户外运动行业主要品牌分析

第二节 中国户外运动行业集中度分析

一、中国户外运动行业市场集中度影响因素分析

二、中国户外运动行业市场集中度分析

第三节 中国户外运动行业存在的问题

第四节 中国户外运动行业解决问题的策略分析

第五节 中国户外运动行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国户外运动行业需求特点与动态分析

第一节 中国户外运动行业消费市场动态情况

第二节 中国户外运动行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 户外运动行业成本结构分析

第四节 户外运动行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国户外运动行业价格现状分析

第六节 中国户外运动行业平均价格走势预测

一、中国户外运动行业价格影响因素

二、中国户外运动行业平均价格走势预测

三、中国户外运动行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国户外运动行业区域市场现状分析

第一节 中国户外运动行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区户外运动市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区户外运动市场规模分析

四、华东地区户外运动市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区户外运动市场规模分析

四、华中地区户外运动市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区户外运动市场规模分析
- 四、华南地区户外运动市场规模预测

第九章 2017-2021年中国户外运动行业竞争情况

第一节 中国户外运动行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国户外运动行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国户外运动行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 户外运动行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国户外运动行业发展前景分析与预测

第一节 中国户外运动行业未来发展前景分析

一、户外运动行业国内投资环境分析

二、中国户外运动行业市场机会分析

三、中国户外运动行业投资增速预测

第二节 中国户外运动行业未来发展趋势预测

第三节 中国户外运动行业市场发展预测

一、中国户外运动行业市场规模预测

二、中国户外运动行业市场规模增速预测

三、中国户外运动行业产值规模预测

四、中国户外运动行业产值增速预测

五、中国户外运动行业供需情况预测

第四节 中国户外运动行业盈利走势预测

一、中国户外运动行业毛利润同比增速预测

二、中国户外运动行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国户外运动行业投资风险与营销分析

第一节 户外运动行业投资风险分析

- 一、户外运动行业政策风险分析
- 二、户外运动行业技术风险分析
- 三、户外运动行业竞争风险分析
- 四、户外运动行业其他风险分析

第二节 户外运动行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国户外运动行业发展战略及规划建议

第一节 中国户外运动行业品牌战略分析

- 一、户外运动企业品牌的重要性
- 二、户外运动企业实施品牌战略的意义
- 三、户外运动企业品牌的现状分析
- 四、户外运动企业的品牌战略
- 五、户外运动品牌战略管理的策略

第二节 中国户外运动行业市场重点客户战略实施

- 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

第三节 中国户外运动行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国户外运动行业发展策略及投资建议

第一节 中国户外运动行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国户外运动行业营销渠道策略

一、户外运动行业渠道选择策略

二、户外运动行业营销策略

第三节 中国户外运动行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国户外运动行业重点投资区域分析

二、中国户外运动行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/558281558281.html>