

中国户外运动用品行业发展趋势分析与投资前景 预测报告（2024-2031年）

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《中国户外运动用品行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202403/698803.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

1、我国户外运动用品概述及其主要类别市场占比情况

户外运动用品指的是参加各种探险旅游及户外活动时需要配置的一些必备用品。随着人们对健康、自然生活方式的追求，户外运动正被不同年龄段的人们所推崇，我国户外运动产业迎来蓬勃发展。同时，户外运动用品行业也迎来一波新热潮。户外运动中，露营及滑雪用品为行业景气度相对较高的主要细分赛道。

而根据中国纺织品商业协会户外用品分会分类，户外运动用品可分为服装类、鞋类、背包类、装备类、配件类和器材类。数据显示，2023年中国户外运动用品市场中，占比最大的品类是户外服装，占比高达46%；其次是靴鞋类用品，占比为22%；户外工具和露营装备等分别占比20%和12%。

资料来源：公开资料、观研天下整理

2、我国户外运动用品行业主要壁垒

我国在户外运动用品行业起步较晚，近年来，我国户外运动用品渗透率不断提升，且国产企业的品牌替代进程加快，户外运动用品行业整体发展前景向好。行业壁垒来看，当前对于新进入者而言，市场仍旧存在一定的研发设计、规模与成本等壁垒。

（1）研发设计壁垒

新入行的企业由于研发设计技术不够成熟，缺乏对市场趋势和不同消费者群体的需求的了解，生产销售的产品造型单一，功能不完善，无法满足全部消费者对产品的个性化、功能性和便捷性的要求。消费者更加追求造型设计和功能使用上多元化、安全性、便捷性的产品。只有拥有强大的研发设计能力和技术沉淀的企业，才能在户外用品行业竞争中脱颖而出，这对行业新进入者构成较大的研发设计壁垒。

（2）规模与成本壁垒

产品的品质稳定性和生产效率是户外运动用品行业的重点关注，行业头部企业产业流程相对成熟，能够大规模生产自制钢管、PVC胶布、马达、塑料件等零部件和产品，做到有效控制生产成本，并且还能确保产品关键零部件的质量品控保持稳定，这些企业往往具备完整稳定的生产规模和供应链生态。并且这些行业头部企业在采购原材料时有一定的成本优势，规模效应显著，议价能力更强。

（3）生产制造壁垒

户外运动用品包括的规格品类较多，且生产的交货期短，要求生产企业具有多样化产品生产能力和精细化管理能力、较高的自动化水平和生产效率。因此企业需要不断改进生产流程、优化生产工艺、提高数字化和自动化水平，能够根据订单情况对不同产品的生产进度进行动态调整，实现高效灵活的柔性化排产。新进入者往往不熟悉具体的生产制造环节和生产工艺，缺乏实际生产带来的经验沉淀，可能出现生产周期过长、产品不达标等问题，面临较高的

生产制造壁垒。

(4) 资金实力壁垒

户外运动用品行业属资本密集型产业，其中钢管制造加工、PVC材料加工、产品组装等制造环节对企业厂房、产线设备及人力成本投入要求较高。因此建设初期即需要企业投入大量的资金用于建设厂房、购置设备和组装生产线，后期的维护费用也较高。另外生产线和设备的先进性很大程度决定了产品产能和质量，使得企业需要在技术、设备、人才等方面的不断增加投入。如果没有一定的营运资金、组织效率和技术支撑，新进入的企业是无法在激烈的市场竞争中立足的。因此，资金实力是进入户外运动用品行业的重要壁垒。

3、我国户外运动用品行业相关企业及其运营情况

企业方面来看，当前我国户外运动用品行业呈金字塔型竞争格局，国际品牌几乎垄断高端市场，而国内品牌凭借其性价比占据大众市场，同时国内户外运动用品市场集中度也在稳步提升，小品牌正逐步退出市场，开始从“量”逐步向“质”过渡。

企业运营情况来看，当前各大品牌中，一部分品牌企业正走专业化发展道路，通过向细分赛道的专业产品布局来提高其品牌知名度及营收等。例如，凯乐石通过深耕布局登山和越野跑装备的细分赛道，其攀岩裤、冲锋衣、背包等产品多次获得国际户外用品行业权威评选的慕尼黑ISPO设计大奖。牧高笛则专注于露营装备赛道，海外露营市场需求旺盛及国内精致露营兴起，使其帐篷OEM/ODM业务和自主品牌业务加速成长。

而另外一部分品牌企业则是多线布局发展，例如三夫户外、贵人鸟、波司登等则品牌在冰雪运动装备方面有所布局；而探路者作为中国成立最早的户外品牌之一，其在户外运动用品行业产品线也是全面布局，是一家拥有过硬科研实力的综合型户外用品集团公司。

当前探路者也已经成为我国户外运动用品行业的龙头企业之一。在2009年，其作为首批企业之一，便成功登陆中国创业板(股票代码:300005),公司以持续的创新突破引领行业发展,成为中国户外用品市场的领军品牌。

从产品分类看，公司主营收入主要来源于户外用品营收，2023年1-6月户外用品行业收入达5.401亿元，占收入比例的97.22%。

资料来源：东方财富网、观研天下整理

从公司盈利收入来看，2022年公司归属净利润开始稳定增长，归属净利润为6992万元，同比增速达28%。

资料来源：东方财富网、观研天下整理

从投融资情况来看，投融资方面，近几年行业相关投融资事件主要发生在2021和2022年，2021至2022年间我国户外运动用品行业发起投融资事件5起，其中Hyperlite Mountain Gear的战略投资金额达到32.5亿人民币。

2021-2022年我国户外运动用品行业投融资事件情况 时间 公司名称 轮次 金额 2022-02-29

PELLIOT伯希和 A轮 1亿人民币 2022-04-08 Moodlab 天使轮 5000万人民币 2022-04-06
挪客Naturehike A轮 5亿人民币 2021-03-12 迈金科技 B轮 1.5亿人民币 2021-03-09
Hyperlite Mountain Gear 战略投资 32.5亿人民币

资料来源：IT桔子、观研天下整理

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国户外运动用品行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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，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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国户外运动用品行业发展概述

第一节 户外运动用品行业发展情况概述

- 一、户外运动用品行业相关定义
- 二、户外运动用品特点分析
- 三、户外运动用品行业基本情况介绍
- 四、户外运动用品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式

五、户外运动用品行业需求主体分析

第二节 中国户外运动用品行业生命周期分析

一、户外运动用品行业生命周期理论概述

二、户外运动用品行业所属的生命周期分析

第三节户外运动用品行业经济指标分析

一、户外运动用品行业的赢利性分析

二、户外运动用品行业的经济周期分析

三、户外运动用品行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球户外运动用品行业市场发展现状分析

第一节全球户外运动用品行业发展历程回顾

第二节全球户外运动用品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲户外运动用品行业地区市场分析

一、亚洲户外运动用品行业市场现状分析

二、亚洲户外运动用品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲户外运动用品行业市场前景分析

第四节北美户外运动用品行业地区市场分析

一、北美户外运动用品行业市场现状分析

二、北美户外运动用品行业市场规模与市场需求分析

三、北美户外运动用品行业市场前景分析

第五节欧洲户外运动用品行业地区市场分析

一、欧洲户外运动用品行业市场现状分析

二、欧洲户外运动用品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲XX行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界户外运动用品行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球户外运动用品行业市场规模预测

第三章 中国户外运动用品行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对户外运动用品行业的影响分析

第三节中国户外运动用品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对户外运动用品行业的影响分析

第五节中国户外运动用品行业产业社会环境分析

第四章 中国户外运动用品行业运行情况

第一节中国户外运动用品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

三、行业发展特点分析

第二节中国户外运动用品行业市场规模分析

一、影响中国户外运动用品行业市场规模的因素

二、中国户外运动用品行业市场规模

三、中国户外运动用品行业市场规模解析

第三节中国户外运动用品行业供应情况分析

一、中国户外运动用品行业供应规模

二、中国户外运动用品行业供应特点

第四节中国户外运动用品行业需求情况分析

一、中国户外运动用品行业需求规模

二、中国户外运动用品行业需求特点

第五节中国户外运动用品行业供需平衡分析

第五章 中国户外运动用品行业产业链和细分市场分析

第一节中国户外运动用品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、户外运动用品行业产业链图解

第二节中国户外运动用品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对户外运动用品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对户外运动用品行业的影响分析

第三节我国户外运动用品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国户外运动用品行业市场竞争分析

第一节中国户外运动用品行业竞争现状分析

一、中国户外运动用品行业竞争格局分析

二、中国户外运动用品行业主要品牌分析

第二节中国户外运动用品行业集中度分析

一、中国户外运动用品行业市场集中度影响因素分析

二、中国户外运动用品行业市场集中度分析

第三节中国户外运动用品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国户外运动用品行业模型分析

第一节中国户外运动用品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国户外运动用品行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国户外运动用品行业SWOT分析结论

第三节中国户外运动用品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国户外运动用品行业需求特点与动态分析

第一节中国户外运动用品行业市场动态情况

第二节中国户外运动用品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

第三节户外运动用品行业成本结构分析

第四节户外运动用品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国户外运动用品行业价格现状分析

第六节中国户外运动用品行业平均价格走势预测

一、中国户外运动用品行业平均价格趋势分析

二、中国户外运动用品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国户外运动用品行业所属行业运行数据监测

第一节中国户外运动用品行业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用品行业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用品行业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

第十章 2019-2023年中国户外运动用品行业区域市场现状分析

第一节中国户外运动用品行业区域市场规模分析

一、影响户外运动用品行业区域市场分布的因素

二、中国户外运动用品行业区域市场分布

第二节中国华东地区户外运动用品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区户外运动用品行业市场分析

- (1) 华东地区户外运动用品行业市场规模
- (2) 华南地区户外运动用品行业市场现状
- (3) 华东地区户外运动用品行业市场规模预测

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、华中地区户外运动用品行业市场分析

- (1) 华中地区户外运动用品行业市场规模
- (2) 华中地区户外运动用品行业市场现状
- (3) 华中地区户外运动用品行业市场规模预测

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、华南地区户外运动用品行业市场分析

- (1) 华南地区户外运动用品行业市场规模
- (2) 华南地区户外运动用品行业市场现状
- (3) 华南地区户外运动用品行业市场规模预测

第五节华北地区户外运动用品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区户外运动用品行业市场分析

- (1) 华北地区户外运动用品行业市场规模
- (2) 华北地区户外运动用品行业市场现状
- (3) 华北地区户外运动用品行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区户外运动用品行业市场分析

- (1) 东北地区户外运动用品行业市场规模
- (2) 东北地区户外运动用品行业市场现状
- (3) 东北地区户外运动用品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区户外运动用品行业市场分析

- (1) 西南地区户外运动用品行业市场规模
- (2) 西南地区户外运动用品行业市场现状
- (3) 西南地区户外运动用品行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区户外运动用品行业市场分析

- (1) 西北地区户外运动用品行业市场规模
- (2) 西北地区户外运动用品行业市场现状
- (3) 西北地区户外运动用品行业市场规模预测

第十一章 户外运动用品行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国户外运动用品行业发展前景分析与预测

第一节中国户外运动用品行业未来发展前景分析

一、户外运动用品行业国内投资环境分析

二、中国户外运动用品行业市场机会分析

三、中国户外运动用品行业投资增速预测

第二节中国户外运动用品行业未来发展趋势预测

第三节中国户外运动用品行业规模发展预测

一、中国户外运动用品行业市场规模预测

二、中国户外运动用品行业市场规模增速预测

三、中国户外运动用品行业产值规模预测

四、中国户外运动用品行业产值增速预测

五、中国户外运动用品行业供需情况预测

第四节中国户外运动用品行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国户外运动用品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国户外运动用品行业进入壁垒分析

一、户外运动用品行业资金壁垒分析

二、户外运动用品行业技术壁垒分析

三、户外运动用品行业人才壁垒分析

四、户外运动用品行业品牌壁垒分析

五、户外运动用品行业其他壁垒分析

第二节户外运动用品行业风险分析

一、户外运动用品行业宏观环境风险

二、户外运动用品行业技术风险

三、户外运动用品行业竞争风险

四、户外运动用品行业其他风险

第三节中国户外运动用品行业存在的问题

第四节中国户外运动用品行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国户外运动用品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国户外运动用品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国户外运动用品行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 户外运动用品行业营销策略分析

一、户外运动用品行业产品策略

二、户外运动用品行业定价策略

三、户外运动用品行业渠道策略

四、户外运动用品行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/698803.html>