

2018年中国登山装备行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

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年中国登山装备行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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/359266359266.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

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，登山装备行业也得到了快速发展，2016年我国登山装备行业的市场规模达到**亿元，2017年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，登山装备行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持**的增速，达到**亿元。

2012-2017年行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从登山装备行业企业区域分布情况来看，登山装备行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2017年我国行业企业区域格局 资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2018年中国登山装备行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、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。

【报告大纲】

第一部分 行业环境综述

第一章 中国登山装备行业发展的经济及社会环境分析

第一节、中国登山装备行业经济环境分析

一、中国经济运行情况

(一) 国民经济运行情况GDP

(二) 消费价格指数CPI、PPI

(三) 全国居民收入情况

(四) 恩格尔系数

(五) 工业发展形势

(六) 固定资产投资情况

二、经济环境对行业的影响分析

第二节、中国登山装备行业社会环境分析

一、行业社会环境

(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) 中国城镇化率

(六) 居民的各种消费观念和习惯

二、社会环境对行业的影响分析

第二章 中国登山装备行业发展的政策及技术环境分析

第一节、中国登山装备行业政策环境分析

一、行业监管环境

(一) 行业主管部门

(二) 行业监管体制

二、行业政策分析

(一) 主要法律法规

(二) 相关发展规划

三、政策环境对行业的影响分析

第二节、中国登山装备行业技术环境分析

一、登山装备技术分析

（一）技术水平总体发展情况

（一）中国登山装备行业新技术研究

二、登山装备技术发展水平

（一）中国登山装备行业技术水平所处阶段

（一）与国外登山装备行业的技术差距

三、行业主要技术发展趋势

四、技术环境对行业的影响

第三章 登山装备行业概述

第一节、登山装备行业基本概述

一、登山装备行业基本定义

二、登山装备行业主要分类

三、登山装备行业市场特点

第二节、登山装备行业商业模式

一、登山装备行业商业模式

二、登山装备行业盈利模式

三、登山装备行业互联网+模式

第三节、登山装备行业产业链

一、登山装备行业产业链简介

二、登山装备行业上游供应分布

三、登山装备行业下游需求领域

第四节、登山装备行业研究机构

一、登山装备行业介绍

二、登山装备行业-研究优势

三、登山装备行业-研究范围

第二部分 行业发展概况

第四章 登山装备行业发展现状分析

第一节、2016-2018年全球登山装备行业发展情况概述

一、全球登山装备行业发展现状

二、全球登山装备行业市场规模

（一）全球登山装备行业市场规模分析

（一）全球登山装备行业市场规模预测

三、全球登山装备行业区域分析

(一) 美国登山装备行业发展概况

(一) 欧洲登山装备行业发展概况

(三) 日韩登山装备行业发展概况

第二节、2016-2018年中国登山装备行业发展情况概述

一、中国登山装备行业发展阶段

二、中国登山装备行业发展总体概况

三、中国登山装备行业发展特点分析

四、中国登山装备行业细分市场分析

第三节、2016-2018年中国登山装备行业区域发展现状

一、中国登山装备行业区域发展综述

二、中国登山装备行业区域分布情况

三、中国登山装备行业区域发展策略

第五章 中国登山装备行业运行指标分析及预测

第一节、中国登山装备行业市场规模分析及预测

一、2016-2018年中国登山装备行业市场规模分析

二、2018-2024年中国登山装备行业市场规模预测

第二节、中国登山装备行业市场供需分析及预测

一、中国登山装备行业市场供给分析

(一) 2016-2018年中国登山装备行业供给规模分析

(一) 2018-2024年中国登山装备行业供给规模预测

二、中国登山装备行业市场需求分析

(一) 2016-2018年中国登山装备行业需求规模分析

(一) 2018-2024年中国登山装备行业需求规模预测

第三节、中国登山装备行业企业数量分析

一、2016-2018年中国登山装备行业企业数量情况

二、2016-2018年中国登山装备行业企业竞争结构

第四节、2016-2018年中国登山装备行业财务指标总体分析

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

第三部分 投资潜力分析

第六章 中国登山装备行业重点上游供应分析

第一节、登山装备行业上游（一）供应分析

一、发展现状分析

二、发展规模分析

三、重点企业分析

第二节、登山装备行业上游（二）供应分析

一、发展现状分析

二、发展规模分析

三、重点企业分析

第三节、登山装备行业上游（三）供应分析

一、发展现状分析

二、发展规模分析

三、重点企业分析

第七章 中国登山装备行业重点下游领域分析

第一节、登山装备行业下游领域（一）分析

一、发展现状概述

二、市场应用规模

三、市场需求分析

第二节、登山装备行业下游领域（二）分析

一、发展现状概述

二、市场应用规模

三、市场需求分析

第三节、登山装备行业下游领域（三）分析

一、发展现状概述

二、市场应用规模

三、市场需求分析

第八章 2018-2024年中国登山装备行业投资风险与潜力分析

第一节、登山装备行业投资风险与壁垒

一、登山装备行业进入壁垒分析

二、登山装备行业发展趋势分析

三、登山装备行业发展的影响因素

（一）有利因素

（一）不利因素

四、登山装备行业投资风险分析

- (一) 政策风险
- (一) 供求风险
- (三) 技术风险
- (四) 产品结构风险
- (五) 其他风险

第二节、2018-2024年登山装备行业投资潜力与建议

一、中国登山装备行业投资潜力分析

- (一) 登山装备投资潜力分析
- (一) 登山装备投资吸引力分析
- (三) 登山装备主要潜力品种分析

二、中国登山装备行业投资机会分析

- (一) 产业链投资机会
- (一) 细分市场投资机会
- (三) 重点区域投资机会
- (四) 产业发展的空白点
- (五) 投资回报率较高的投资方向

三、登山装备行业投资建议

- (一) 移动互联网营销渠道
- (一) 多渠道共同推进市场

第四部分 行业竞争策略

第九章 中国登山装备行业竞争企业分析

第一节、凯乐石竞争力分析

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业竞争策略分析
- 五、企业经营状况分析
- 六、企业最新发展动态

第二节、乐斯菲斯竞争力分析

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业竞争策略分析
- 五、企业经营状况分析

六、企业最新发展动态

第三节、牧高笛竞争力分析

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业竞争策略分析

五、企业经营状况分析

六、企业最新发展动态

第四节、奥索卡竞争力分析

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业竞争策略分析

五、企业经营状况分析

六、企业最新发展动态

第五节、狼爪竞争力分析

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业竞争策略分析

五、企业经营状况分析

六、企业最新发展动态

第六节、始祖鸟竞争力分析

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业竞争策略分析

五、企业经营状况分析

六、企业最新发展动态

第十章 中国登山装备行业竞争力分析

第一节、登山装备行业竞争五力模型分析

一、登山装备行业上游议价能力

二、登山装备行业下游议价能力

三、登山装备行业新进入者威胁

四、登山装备行业替代产品威胁

五、登山装备行业内部企业竞争

第二节、登山装备行业竞争SWOT模型分析

一、登山装备行业优势分析（S）

二、登山装备行业劣势分析（W）

三、登山装备行业机会分析（O）

四、登山装备行业威胁分析（T）

第三节、登山装备行业竞争格局分析及预测

一、2016-2018年登山装备行业竞争分析

二、2016-2018年中外登山装备产品竞争分析

三、2016-2018年我国登山装备市场集中度分析

四、2018-2024年登山装备行业竞争格局预测

第十一章 中国登山装备行业企业竞争策略建议

第一节、提高登山装备企业竞争力的策略

一、提高中国登山装备企业核心竞争力的对策

二、登山装备企业提升竞争力的主要方向

三、影响登山装备企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高登山装备企业竞争力的策略咨询建议

第二节、登山装备行业企业产品竞争策略

一、产品组合竞争策略

二、产品生命周期的竞争策略

三、产品品种竞争策略

四、产品价格竞争策略

五、产品销售竞争策略

六、产品服务竞争策略

七、产品创新竞争策略

第三节、登山装备行业企业品牌营销策略

一、品牌个性策略

二、品牌传播策略

三、品牌销售策略

四、品牌管理策略

五、网络营销策略

六、品牌文化策略

七、品牌策略案例

第十二章 登山装备行业研究结论及建议

第一节、登山装备行业研究结论

图表目录

图表：2016-2018年国内生产总值及其增速

图表：2016-2018年三次产业增加值占国内总值的比重

图表：2016-2018年全国工业增加值及其增长速度

图表：2016-2018年全国社会固定资产投资

图表：2016-2018年登山装备行业主要政策汇总

图表：登山装备行业技术分析

图表：登山装备产业链分析

图表：2016-2018年全球登山装备行业市场规模分析

图表：2018-2024年全球登山装备行业市场规模预测

图表：2016-2018年中国登山装备行业市场规模分析

图表：2018-2024年中国登山装备行业市场规模预测

图表：2016-2018年中国登山装备行业供给规模分析

图表：2018-2024年中国登山装备行业供给规模预测

图表：2016-2018年中国登山装备行业需求规模分析

图表：2018-2024年中国登山装备行业需求规模预测

图表：2016-2018年中国登山装备行业企业数量情况

图表：2016-2018年中国登山装备行业企业竞争结构

图表：中国登山装备行业盈利能力分析

图表：中国登山装备行业运营能力分析

图表：中国登山装备行业偿债能力分析

图表：中国登山装备行业发展能力分析

图表：中国登山装备行业经营效益分析

图表：2018-2024年中国登山装备行业发展趋势预测

图表：2018-2024年中国登山装备行业竞争策略建议（GYZQPT）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/359266359266.html>