

中国户外用品行业发展深度研究与投资前景分析 报告（2023-2030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《中国户外用品行业发展深度研究与投资前景分析报告（2023-2030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/202310/669679.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

一、户外用品行业相关政策

户外用品行业包括了各种户外装备、服装、鞋靴、背包等产品。1990-2000年，户外运动兴起带动户外用品需求增长，我国户外用品行业进入萌芽时期。进入21世纪，随着户外运动普及，户外用品需求进一步增长；同时，在政策引导和支持下，户外用品行业进入快速发展期。

我国户外用品行业相关政策	时间	政策	主要内容	2022年
《“十四五”扩大内需战略实施方案》				
推进自驾游创新发展，完善邮轮游艇发展政策;普及推广山地、水上等户外运动项目	2022年			
《户外运动产业发展规划(2022-2025)》			加快户外运动用品制造业转型升级，打造中国智造品牌;培育户外运动市场主体;优化露营产品供给	2022年
《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》			引导露营营地规模化、连锁化经营，孵化优质营地品牌，培育龙头企业。鼓励支持旅居车、帐篷、服装、户外运动、生活装备器材等国内露营行业相关装备生产企业丰富产品体系，优化产品结构	2022年
《关于加快邮轮游艇装备及产业发展的实施意见》			指导思想:以满足邮轮游艇消费大众化发展为主导，实施邮轮游艇产业链提升工程;发展目标:到2025年，建立邮轮游艇本土配套及国际协作体系，形成专业化的配套供应链;大力发展大众化消费游艇	2022年
《闽西革命老区高质量发展示范区建设方案》			支持发展户外运动产业	2022年
《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》				
推动户外运动装备器材便利化运输。鼓励户外运动装备制造企业向服务业延伸发展	2021年			
《全民健身计划(2021- -2025年)》			促进体旅融合，通过普及推广冰雪、山地户外、航空、水上、马拉松、自行车、汽车摩托车等户外运动项目，催生更多新产品、新业态、新模式	2021年
《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要)				
扩大体育消费，发展健身休闲、户外运动等体育产业	2021年			
《“十四五”旅游业发展规划》				
推进自驾车旅居车旅游，形成网络化的营地服务体系和比较完整的自驾车旅居车旅游产业链;推动游艇消费大众化发展，建设一批适合大众消费的游艇示范项目	2021年			
《商务部等17部门关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》				
鼓励客栈提供文旅服务，发展乡村民宿、自驾车旅居车营地、木屋营地、帐篷营地等	2021年			
《“十四五”体育发展规划》			提出编制户外运动产业发展规划，重点发展冰雪、山地户外、水上、汽车摩托车等户外运动产业	2021年
《冰雪旅游发展行动计划(2021-2023年)》			推动滑雪板等体育器材装备的公路、铁路、水运、民航便利化运输。推动国家级、省级冰雪旅游风景道与服务体系建设。支持围绕冰雪旅游目的地打造自驾游营地	

资料来源：观研天下整理

二、户外用品行业市场规模

根据数据，2019-2022年我国户外用品行业市场规模由1591亿元增长至1971亿元。预计2023年我国户外用品行业市场规模将突破2000亿元，达2116亿元，较上年同比增长7.36%。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、户外用品市场结构

户外用品分为服装类、鞋类、背包类、装备类、配件类、器材类六大类。目前我国户外产品中户外服装占比最高，达46%；其次是户外工具和户外装备，分别占比20%、17%。

数据来源：观研天下数据中心整理

四、户外用品新增企业数量

随着市场向好且行业进入门槛较低，我国户外用品行业参与者不断增多。数据显示，2021年我国户外用品新增企业数量达103.27万家，较上年同比增长75.33%；2022年我国户外用品新增企业数量达186.87万家，较上年同比增长80.95%。

数据来源：观研天下数据中心整理

五、户外用品品牌数量

我国户外用品品牌数量保持稳定。2018-2022年我国户外用品本土品牌由490个增长至501个，国外品牌由445个增长至449个。

数据来源：观研天下数据中心整理

六、户外用品行业代表企业

从企业竞争看，我国户外用品处于早期阶段，行业高端市场基本被始祖鸟、猛犸象、老人头、土拨鼠等海外一线品牌占据；而本土企业多数规模较小，市场知名度、产品市场认可度以及自身研发水平等实力均有所不足，徘徊在中低端领域。伴随户外用品市场日益扩大和旅游市场逐步回暖复苏，户外用品开始进入市场的洗牌期，一些竞争力弱的品牌将陆续被淘汰。在激烈的市场竞争中，国内企业须加快发展速度，提高核心竞争力，抓住机会才能实现弯道超车。

户外用品行业代表企业

类别

代表

简介

海外企业

始祖鸟

全球顶级户外运动奢侈品牌，产品主要要盖徒步、攀登和冰雪运动。

土拨鼠

全球顶级户外品牌之一，产品设计以“专业仿生、以人为本，全天候功能”著称，市场定位在于高山雪地运动的消费人群。

山浩

和始祖鸟并称北美双雄，主要生产户外服装和帐篷等，山浩的户外硬壳服装被视为户外品牌中的引领者

猛犸象

产品主要涉及高山攀登，攀岩，滑雪，越野跑，远足徒步5个系列。

本土企业

日高

核心产品包括户外休闲服装、背囊、鞋类及游泳用品。

牧高笛

专业从事户外服饰，露营帐篷及其他户外用品的研发、设计、生产和销售的企业。

思凯乐

产品包含徒步旅行和城市机能两大系列，满足户外运动、旅游出行、日常休闲等多种需求。

骆驼

核心产品以高档真皮男鞋为主。养营户外运动服装等。

资料来源：观研天下整理（zlj）

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《中国户外用品行业发展深度研究与投资前景分析报告（2023-2030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年中国户外用品行业发展概述

第一节 户外用品行业发展情况概述

一、户外用品行业相关定义

二、户外用品特点分析

三、户外用品行业基本情况介绍

四、户外用品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、户外用品行业需求主体分析

第二节 中国户外用品行业生命周期分析

一、户外用品行业生命周期理论概述

二、户外用品行业所属的生命周期分析

第三节 户外用品行业经济指标分析

一、户外用品行业的赢利性分析

二、户外用品行业的经济周期分析

三、户外用品行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球户外用品行业市场发展现状分析

第一节 全球户外用品行业发展历程回顾

第二节 全球户外用品行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲户外用品行业地区市场分析

一、亚洲户外用品行业市场现状分析

二、亚洲户外用品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲户外用品行业市场前景分析

第四节 北美户外用品行业地区市场分析

一、北美户外用品行业市场现状分析

二、北美户外用品行业市场规模与市场需求分析

三、北美户外用品行业市场前景分析

第五节 欧洲户外用品行业地区市场分析

一、欧洲户外用品行业市场现状分析

二、欧洲户外用品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲户外用品行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界户外用品行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球户外用品行业市场规模预测

第三章 中国户外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用品行业的影响分析

第三节中国户外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用品行业的影响分析

第五节中国户外用品行业产业社会环境分析

第四章 中国户外用品行业运行情况

第一节中国户外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

第二节中国户外用品行业市场规模分析

一、影响中国户外用品行业市场规模的因素

二、中国户外用品行业市场规模

三、中国户外用品行业市场规模解析

第三节中国户外用品行业供应情况分析

一、中国户外用品行业供应规模

二、中国户外用品行业供应特点

第四节中国户外用品行业需求情况分析

一、中国户外用品行业需求规模

二、中国户外用品行业需求特点

第五节中国户外用品行业供需平衡分析

第五章 中国户外用品行业产业链和细分市场分析

第一节中国户外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、户外用品行业产业链图解

第二节中国户外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、下游产业对户外用品行业的影响分析
- 第三节我国户外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年中国户外用品行业市场竞争分析

- 第一节中国户外用品行业竞争现状分析
 - 一、中国户外用品行业竞争格局分析
 - 二、中国户外用品行业主要品牌分析
- 第二节中国户外用品行业集中度分析
 - 一、中国户外用品行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国户外用品行业市场集中度分析
- 第三节中国户外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年中国户外用品行业模型分析

- 第一节中国户外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、中国户外用品行业SWOT分析结论

第三节中国户外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年中国户外用品行业需求特点与动态分析

第一节中国户外用品行业市场动态情况

第二节中国户外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

第三节户外用品行业成本结构分析

第四节户外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

第五节中国户外用品行业价格现状分析

第六节中国户外用品行业平均价格走势预测

一、中国户外用品行业平均价格趋势分析

二、中国户外用品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国户外用品行业所属行业运行数据监测

第一节中国户外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年中国户外用品行业区域市场现状分析

第一节中国户外用品行业区域市场规模分析

- 一、影响户外用品行业区域市场分布的因素
- 二、中国户外用品行业区域市场分布

第二节中国华东地区户外用品行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区户外用品行业市场分析
 - (1) 华东地区户外用品行业市场规模
 - (2) 华南地区户外用品行业市场现状
 - (3) 华东地区户外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、华中地区户外用品行业市场分析
 - (1) 华中地区户外用品行业市场规模
 - (2) 华中地区户外用品行业市场现状
 - (3) 华中地区户外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、华南地区户外用品行业市场分析
 - (1) 华南地区户外用品行业市场规模
 - (2) 华南地区户外用品行业市场现状
 - (3) 华南地区户外用品行业市场规模预测

第五节华北地区户外用品行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析

三、华北地区户外用品行业市场分析

- (1) 华北地区户外用品行业市场规模
- (2) 华北地区户外用品行业市场现状
- (3) 华北地区户外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、东北地区户外用品行业市场分析
 - (1) 东北地区户外用品行业市场规模
 - (2) 东北地区户外用品行业市场现状
 - (3) 东北地区户外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、西南地区户外用品行业市场分析
 - (1) 西南地区户外用品行业市场规模
 - (2) 西南地区户外用品行业市场现状
 - (3) 西南地区户外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、西北地区户外用品行业市场分析
 - (1) 西北地区户外用品行业市场规模
 - (2) 西北地区户外用品行业市场现状
 - (3) 西北地区户外用品行业市场规模预测

第十一章 户外用品行业企业分析（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年中国户外用品行业发展前景分析与预测

第一节 中国户外用品行业未来发展前景分析

一、户外用品行业国内投资环境分析

二、中国户外用品行业市场机会分析

三、中国户外用品行业投资增速预测

第二节 中国户外用品行业未来发展趋势预测

第三节 中国户外用品行业规模发展预测

一、中国户外用品行业市场规模预测

二、中国户外用品行业市场规模增速预测

三、中国户外用品行业产值规模预测

四、中国户外用品行业产值增速预测

五、中国户外用品行业供需情况预测

第四节 中国户外用品行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国户外用品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国户外用品行业进入壁垒分析

一、户外用品行业资金壁垒分析

二、户外用品行业技术壁垒分析

三、户外用品行业人才壁垒分析

四、户外用品行业品牌壁垒分析

五、户外用品行业其他壁垒分析

第二节 户外用品行业风险分析

一、户外用品行业宏观环境风险

二、户外用品行业技术风险

三、户外用品行业竞争风险

四、户外用品行业其他风险

第三节中国户外用品行业存在的问题

第四节中国户外用品行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国户外用品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国户外用品行业研究综述

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 户外用品行业营销策略分析

一、户外用品行业产品策略

二、户外用品行业定价策略

三、户外用品行业渠道策略

四、户外用品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202310/669679.html>