

中国户外用品市场现状观察及运营战略分析报告 (2013-2017)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国户外用品市场现状观察及运营战略分析报告（2013-2017）》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/wentibangong/149752149752.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

近几年来，中国户外运动兴起，人们的热情也越来越高，登山、攀岩、徒步穿越等运动形式愈来愈受到人们的喜爱。由于户外运动是一项专业性较强的体育活动，除了对参与者自身体能的要求外，还需要所使用的户外运动装备能适应恶劣的天气和复杂的地理环境，使之成为户外运动安全保证的第一道“保护屏障”，随之催生了户外用品市场。随着户外运动的不断发展，科学技术的不断革新，户外运动的外延可能还会继续扩大，户外用品的种类也会不断增加。中国户外用品行业仍旧处于成长期。2011年国内户外用品行业品牌数量已达700多家，户外用品零售总额已达107.6亿元，保持着持续快速发展的态势。同时，国内户外用品行业的快速发展，也吸引了越来越多的国内外品牌及资本不断介入其中，市场竞争日趋激烈，外来资本的进入更是加速推动了户外用品行业的发展，一线品牌开始向深层次发展，产品线进一步趋向合理化。

户外用品行业是随着人们亲近大自然休闲生活方式兴起而发展起来的朝阳产业。受益于GDP的高速增长、城乡居民消费能力逐步提升、城镇化进程和消费升级，户外运动这种积极健康生活方式在我国呈现出高速成长的趋势，预计未来很长一段时间内行业将保持快速增长的态势。

中国报告网发布的《中国户外用品市场现状观察及运营战略分析报告（2013-2017）》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、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研究分析。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。

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。

报告目录

第一章 户外用品相关概述

第一节 户外用品的相关定义

一、户外运动的定义

二、户外用品的定义

第二节 户外用品的分类

- 一、服装类
- 二、鞋类
- 三、背包类
- 四、装备类
- 五、配件类
- 六、器材类

第二章 2011-2012年中国户外用品行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 行业发展环境

- 一、中国户外运动兴起催热户外用品市场
- 二、户外用品产业已成为中国新的经济增长点
- 三、户外用品行业已升级为大众化产业
- 四、宏观政策利好户外用品行业发展
- 五、户外用品从“边缘”化迅速向主流化转变

第三章 2011-2012年中国户外用品市场分析

第一节 中国户外用品市场概况

- 一、中国户外用品市场迅速发展
- 二、本土户外用品企业市场份额增长明显
- 三、专业户外用品在运动鞋服市场所占份额提升
- 四、中国户外用品市场的转变分析
- 五、中国户外用品市场发展不平衡

第二节 中国户外用品市场的供需形势分析

- 一、市场供需现状简析
- 二、需求影响因素分析
- 三、产品供应状况分析

第四章 2011-2012年户外用品行业的发展

第一节 2011-2012年国外户外用品产业发展概况

- 一、欧洲户外用品行业渐趋回暖
- 二、2011年美国户外用品市场发展综述
- 三、2012年美国户外用品收入状况
- 四、全球户外用品市场焦点向亚洲转移
- 五、国外户外用品行业的成功要素分析

第二节 中国户外用品产业发展综述

- 一、中国户外用品行业的发展特点
- 二、中国户外用品行业多元化发展
- 三、中国户外用品业的地域性和季节性特征
- 四、中国户外用品行业步入快速发展阶段
- 五、中国户外用品行业凸显品牌化趋势

第五章 中国户外用品品牌及销售分析

第一节 2010年中国户外运动用品品牌状况

- 一、2010年户外运动用品品牌商场销售情况
- 二、2010年中国户外运动用品品牌销售特点
- 三、2010年中国户外运动用品品牌销售排名情况

第二节 2011年中国户外运动用品品牌状况

- 一、2011年户外运动用品品牌商场销售情况
- 二、2011年中国户外运动用品品牌发展情况
- 三、2011年二三线城市户外运动用品品牌快速扩张
- 四、2011年典型城市户外运动用品品牌发展对比

第三节 中国户外用品销售渠道分析

- 一、中国户外用品销售渠道发展回顾
- 二、2011年我国户外用品销售渠道分析
- 三、2011年国内户外用品市场网络零售渠道兴起

第六章 2011-2012年户外用品行业重点企业分析

第一节 北京探路者户外用品股份有限公司（TOREAD）

第二节 福建哥仑步户外用品有限公司（KOLUMB）

第三节 哥伦比亚运动服装公司（COLUMBIA）

第四节 北京三夫户外用品开发有限公司（SANFO）

第五节 北京长天时代户外体育用品有限公司

第七章 2011-2012年中国户外用品市场营销分析

第一节 2011-2012年中国户外用品市场的营销概况

- 一、户外用品多采用“三位一体”销售模式
- 二、中国户外用品体育营销方式日渐发展
- 三、中国户外用品重度购买者的营销特点
- 四、中国户外用品经营商家营销的问题

第二节 中国户外用品市场营销创新的思考

- 一、中国户外用品市场营销亟需创新
- 二、重新定义需求内涵推崇“泛户外”概念
- 三、注重户外市场服务互动与消费者价值体验
- 四、营销规划需要结合科学和人文和艺术

第八章 中国户外用品行业投资分析

第一节 投资优势

- 一、市场空间较大
- 二、投资收益看好
- 三、入行门槛不高

第二节 投资环境

- 一、市场需求分析
- 二、市场定位分析
- 三、市场周期性分析
- 四、市场竞争分析
- 五、市场壁垒分析

第九章 中国户外用品行业发展前景预测

第一节 中国户外用品行业前景展望

- 一、中国户外用品蕴藏巨大市场前景
- 二、中国户外用品市场增长潜力大
- 三、中国户外用品市场将迎来发展黄金期

第二节 2013-2017年中国户外用品行业预测分析

- 一、未来行业发展的影响因素分析
- 二、2013-2017年我国户外用品行业零售总额预测
- 三、2013-2017年我国户外用品行业出货总额预测

第三节 中国户外用品行业的发展趋势

- 一、中国户外用品行业未来发展趋势

- 二、中国户外用品行业的发展走向解析
- 三、未来中国户外用品市场将呈跳跃式发展
- 四、大型户外用品连锁店是未来发展趋势

特别说明：中国报告网发行报告书中的数据和内容会随时间变化补充更新，报告出版年份对报告质量不会造成任何影响。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/149752149752.html>