

中国户外用品行业发展趋势研究与未来前景预测报告（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《中国户外用品行业发展趋势研究与未来前景预测报告（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/202403/700267.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

户外用品是指的是参加各种探险旅游及户外活动时需要配置的一些设备，这些装备包括：帐篷、背包、睡袋、防潮垫或气垫、登山绳、岩石钉、安全带、上升器、下降器、大小铁锁等。

一、我国户外运动发展历程

户外用品是户外运动时必不可少的用品，相较于国外，我国户外运动发展较晚，直到1990年才慢慢兴起，到2000年受益于运动大产业的快速发展及户外运动参与率提升，我国户外用品市场得到了一定发展；然而，2014年到2020年由于户外运动参与率遇瓶颈及户外品牌整体发展不成熟，远不及专业运动市场，我国户外用品行业便进入了平稳期；但到2021年，受益于户外需求提升及伪户外需求出现，我国户外用品行业再次得到快速发展。

资料来源：公开资料、观研天下整理

二、我国户外用品市场规模情况

随着户外运动逐渐兴起，我国户外用品需求量不断增长。数据显示，到2022年我国户外用品市场规模到了1971亿元，同比增长7.6%；预计到2024年市场规模将达到2230亿元。

资料来源：观研天下整理

三、我国户外用品产业链情况

从产业链来看，我国户外用品上游主要是钢材/铝材、棉纱布料、橡胶硅胶材料和其他辅料等原材料，中游则是户外服饰类、户外装备类和户外机械及配件等产业，下游则是户外专营店、大型商超、运动俱乐部和电商平台等销售渠道。

资料来源：观研天下整理

四、全球户外用品企业情况

目前我国户外用品企业众多，但由于我国户外用品发展较晚，所以当前高端户外用品主要由海外企业所垄断，比如始祖鸟等，而我国本土品牌主要占据中低端市场，比如探路者等。

品牌简称	成立时间	所属国家	主要产品
始祖鸟	1989年	加拿大	公司产品遍布服装和鞋类、网球装备、滑雪装备、运动腕表、跑步机等。

巴塔哥尼亚	1973年	美国	
-------	-------	----	--

主巴塔哥尼亚是美国顶级户外用品品牌，主要产品为户外鞋服、户外用品等。

哥伦比亚	1938年	美国	公司以生产雨衣、雨帽起家，主要产品为休闲户外服装、鞋、帽子等。
------	-------	----	---------------------------------

狼爪	1981年	德国	公司户外产品有滑雪系列、徒步系列(长途徒步、城市休闲)、登山系列。
----	-------	----	-----------------------------------

北面	1966年	美国	公司是提供高性能服装、装备和鞋类等一系列丰富产品的供应商。
----	-------	----	-------------------------------

探路者	1999年	中国	公司是一家专业从事户外用品研发、设计、生产与销售的高新技术企业。
-----	-------	----	----------------------------------

资料来源：观研天下整理

五、我国户外用品行业相关政策

随着户外运动的兴起，我国发布了一系列政策来促进户外运动行业发展，比如2023年10月国家发展改革委、体育总局等部门发布的《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023—2025年）》提出推动户外运动产业绿色发展，加强户外运动场地设施建设，提升户外运动服务供给质量。而随着政策推动户外运动发展，户外用品产业也将迎来发展新机遇。

我国及部分省市户外用品行业相关政策 层级 发布时间 发布部门 政策名称 主要内容 国家级 2021年10月 国家体育总局 十四五体育发展规划 建设1万个户外运动营地，形成“步道+水道+雪道+跑道”网状布局，推动自然资源向户外运动开放,丰富户外运动赛事活动，重点发展冰雪、山地户外、水上、汽车摩托车、航空、自行车、马拉松、铁人三项等户外运动产。

国家级 2022年10月 体育总局、发展改革委等八部门 户外运动产业发展规划（2022—2025年） 提出到2025年，户外运动产业高质量发展成效显著，基本形成供给与需求有效对接、产业与生态协调发展、产品与服务品牌彰显、业态与模式持续创新的发展格局。 国家级 2023年10月 国家发展改革委、体育总局等部门 促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023—2025年）

推动户外运动产业绿色发展，加强户外运动场地设施建设，提升户外运动服务供给质量。

省级 2023年3月 河北省 河北省加快建设旅游强省行动方案（2023-2027年） 在环京津区域开发集高端医疗、康复疗养、休闲养生、户外运动为一体的健康旅游产品，构建“医、养、游、食、研”全链条康养旅游体系。 省级 2023年4月 西藏自治区

西藏自治区关于恢复和扩大消费的若干措施鼓励和支持各地(市)打造体育公园、体育旅游基地、户外运动营地等体育消费新场景,拓展线上线下体育消费主题活动,促进体育消费提质扩容。 省级 2023年8月 云南省 关于加快推动旅游高质量发展守护好云南旅游金字招牌的意见 依托“高原训练胜地、户外运动天堂、四季赛事乐园”，打造推介云南体育与文旅融合发展新品牌。

资料来源：观研天下整理（XD）

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趋势研究与未来前景预测报告（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 2024-2031年世界户外用品行业分布走势预测

第七节 2024-2031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 2024-2031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 2024-2031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 2024-2031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

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/700267.html>