

2019年中国户外运动行业分析报告- 市场现状调查与未来规划分析

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《2019年中国户外运动行业分析报告-市场现状调查与未来规划分析》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/wentiule/450660450660.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

户外运动是指在户外自然地举行的一种集体运动项目，一直以来都受到人们不同程度的关注，有着较为广泛的群众基础，主要包括登山、攀岩、自行车、露营、滑雪、漂流、钓鱼等多种运动形式。

我国户外运动兴起时间较晚，1956年组成首支国家级登山队才意味着我国户外运动迎来了萌芽阶段，而后又经历了初创阶段、培育阶段。自2005年至今处于发展阶段。

我国户外运动发展阶段

阶段

时间

详情

萌芽阶段

20世纪50年代-90年代初

1956年组成首支国家级登山队，1960年首次从北坡登上珠穆朗玛峰，1988年中日尼三国联合登山队珠峰会师

初创阶段

20世纪90年代-2000年

部分大学效仿国外组建登山队，随后社会上众多户外俱乐部成立，户外休闲成为时尚的都市运动，各种户外运动门户网站和论坛相继兴起

培育阶段

2000-2005年

国内本土户外用品品牌涌现，行业实现规模化、规范化发展

发展阶段

2005年至今

2005年山地户外运动被正式设立为我国正式开展的体育项目，大众户外休闲概念被广泛接受，国内户外品牌快速发展图表来源：观研天下整理

根据数据显示，我国户外用品消费者从年龄段分布来看，主要集中在26至40岁之间；从月收入来看，户外用品消费者主要集中在5000-10000元的收入水平。

2018年国内户外用户年龄分布

数据来源：公开资料整理

2018年国内户外用户收入分布 数据来源：公开资料整理

在国内，徒步/健走、休闲健身登山以及露营类的户外运动更受消费者青睐。主要是由于这三项运动强度适中，对场地要求低，且运动时间成本与经济成本较低。

我国户外项目青睐度

数据来源：公开资料整理

我国人均户外用品的消费大约占可支配收入的2.76%，约占人均收入的1.6%，每年国内户外用户的户外用品消费额集中在1200-2400元，低端户外用品仍是大多数人的选择。目前国内户外用品品牌，包括探路者、三夫户外、牧高迪在内，产品价格基本在低端区间，相对来说更符合我国消费者的消费水平。

我国户外用品低、高端价格大致区间（元）

项目

品类

低端

高端

健步/徒步

鞋

250-500

500-1000

速干裤

200-300

500-700

休闲登山

鞋

200-300

800-3000

登山杖

50-100

200-400

登山包

100-200

700-4000

露营

帐篷

200-700

2000-10000

睡袋

150-700

1500-4000图表来源：观研天下整理（MBM）

【报告大纲】

第一章 户外运动行业发展综述

第一节 户外运动行业定义及分类

一、行业定义

二、主要产品/服务分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 户外运动行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 最近3-5年中国户外运动行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中国户外运动行业发展环境分析

第一节 户外运动行业政策环境分析

一、行业主管部门及监管体制

二、主要产业政策及主要法规

第二节 户外运动行业经济环境分析

一、2017-2020年宏观经济分析

二、2021-2026年宏观经济形势

三、宏观经济波动对行业影响

第三节 户外运动行业社会环境分析

一、中国人口及就业环境分析

二、中国居民人均可支配收入

三、中国消费者消费习惯调查

第四节 户外运动行业技术环境分析

一、行业的主要应用技术分析

二、行业信息化应用发展水平

三、互联网创新促进行业发展

第三章 国际户外运动行业发展经验借鉴

第一节 美国户外运动行业发展经验借鉴

一、美国户外运动行业发展历程分析

二、美国户外运动行业运营模式分析

三、美国户外运动行业发展趋势预测

四、美国户外运动行业对我国的启示

第二节 英国户外运动行业发展经验借鉴

一、英国户外运动行业发展历程分析

二、英国户外运动行业运营模式分析

三、英国户外运动行业发展趋势预测

四、英国户外运动行业对我国的启示

第三节 日本户外运动行业发展经验借鉴

一、日本户外运动行业发展历程分析

二、日本户外运动行业运营模式分析

三、日本户外运动行业发展趋势预测

四、日本户外运动行业对我国的启示

第四节 韩国户外运动行业发展经验借鉴

一、韩国户外运动行业发展历程分析

二、韩国户外运动行业运营模式分析

三、韩国户外运动行业发展趋势预测

四、韩国户外运动行业对我国的启示

第四章 中国户外运动行业发展现状分析

第一节 中国户外运动行业发展概况分析

一、中国户外运动行业发展历程分析

二、中国户外运动行业发展总体概况

三、中国户外运动行业发展特点分析

第二节 中国户外运动行业发展现状分析

一、中国户外运动行业市场规模

二、中国户外运动行业发展分析

三、中国户外运动企业发展分析

第三节 2021-2026年中国户外运动行业面临的困境及对策

一、中国户外运动行业面临的困境及对策

1、中国户外运动行业面临困境

2、中国户外运动行业对策探讨

二、中国户外运动企业发展困境及策略分析

1、中国户外运动企业面临的困境

2、中国户外运动企业的对策探讨

三、国内户外运动企业的出路分析

第五章 中国户外运动行业运行指标分析

第一节 中国户外运动行业市场规模分析及预测

一、2017-2020年中国户外运动行业市场规模分析

二、2021-2026年中国户外运动行业市场规模预测

第二节 中国户外运动行业市场供需分析及预测

一、中国户外运动行业市场供给分析

1、2017-2020年中国户外运动行业供给规模分析

2、2021-2026年中国户外运动行业供给规模预测

二、中国户外运动行业市场需求分析

1、2017-2020年中国户外运动行业需求规模分析

2、2021-2026年中国户外运动行业需求规模预测

第三节 中国户外运动行业企业数量分析

一、2017-2020年中国户外运动行业企业数量情况

二、2017-2020年中国户外运动行业企业竞争结构

第四节 2017-2020年中国户外运动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

第六章 中国户外运动行业竞争格局分析

第一节 户外运动行业竞争五力分析

一、户外运动行业上游议价能力

二、户外运动行业下游议价能力

三、户外运动行业新进入者威胁

四、户外运动行业替代产品威胁

五、户外运动行业内部企业竞争

第二节 户外运动行业竞争SWOT分析

一、户外运动行业优势分析（S）

二、户外运动行业劣势分析（W）

三、户外运动行业机会分析（O）

四、户外运动行业威胁分析（T）

第三节 户外运动行业重点企业竞争策略分析

第七章 2021-2026年中国户外运动行业趋势预测及趋势预测

第一节 2021-2026年中国户外运动市场趋势预测

一、2021-2026年户外运动市场发展潜力

二、2021-2026年户外运动市场趋势预测展望

三、2021-2026年户外运动细分行业趋势预测分析

第二节 2021-2026年中国户外运动市场发展趋势预测

一、2021-2026年户外运动行业发展趋势

二、2021-2026年户外运动行业应用趋势预测

三、2021-2026年细分市场发展趋势预测

第三节 2021-2026年中国户外运动市场影响因素分析

一、2021-2026年户外运动行业发展有利因素

二、2021-2026年户外运动行业发展不利因素

三、2021-2026年户外运动行业进入壁垒分析

第八章 2021-2026年中国户外运动行业投资机会分析

第一节 户外运动行业投资现状分析

一、户外运动行业投资规模分析

二、户外运动行业投资资金来源构成

三、户外运动行业投资项目建设分析

四、户外运动行业投资资金用途分析

五、户外运动行业投资主体构成分析

第二节 户外运动行业投资机会分析

一、户外运动行业产业链投资机会

二、户外运动行业细分市场投资机会

三、户外运动行业重点区域投资机会

四、户外运动行业产业发展的空白点分析

第九章 2021-2026年中国户外运动行业投资前景预警

第一节 户外运动行业风险识别方法分析

- 一、专家调查法
- 二、故障树分析法
- 三、敏感性分析法
- 四、情景分析法
- 五、核对表法
- 六、主要依据

第二节 户外运动行业风险评估方法分析

- 一、敏感性分析法
- 二、项目风险概率估算方法
- 三、决策树
- 四、专家决策法
- 五、层次分析法
- 六、对比及选择

第三节 户外运动行业投资前景预警

- 一、2021-2026年户外运动行业市场风险预测
- 二、2021-2026年户外运动行业政策风险预测
- 三、2021-2026年户外运动行业经营风险预测
- 四、2021-2026年户外运动行业技术风险预测
- 五、2021-2026年户外运动行业竞争风险预测
- 六、2021-2026年户外运动行业其他风险预测

第十章 2021-2026年中国户外运动行业投资前景研究建议

第一章 提高户外运动企业竞争力的策略

- 一、提高中国户外运动企业核心竞争力的对策
- 二、户外运动企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响户外运动企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高户外运动企业竞争力的策略

第二章 对我国户外运动品牌的战略思考

- 一、户外运动品牌的重要性
- 二、户外运动实施品牌战略的意义
- 三、户外运动企业品牌的现状分析
- 四、我国户外运动企业的品牌战略

五、户外运动品牌战略管理的策略

第三章 户外运动行业建议

一、行业投资策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：户外运动产业链分析

图表：户外运动上游供应分布

图表：户外运动下游需求领域

图表：户外运动行业生命周期

图表：2017-2020年户外运动行业市场规模分析

图表：2021-2026年户外运动行业市场规模预测

图表：2017-2020年中国户外运动行业供给规模分析

图表：2021-2026年中国户外运动行业供给规模预测

图表：2017-2020年中国户外运动行业需求规模分析

图表：2021-2026年中国户外运动行业需求规模预测

图表：2017-2020年中国户外运动行业企业数量情况

图表：2017-2020年中国户外运动行业企业竞争结构

图表：2017-2020年国内生产总值及其增长速度

图表：2017-2020年居民消费价格涨跌幅度

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国户外运动行业分析报告-市场现状调查与未来规划分析》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。

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家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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/450660450660.html>