

中国户外用品行业发展趋势分析与未来投资研究报告（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分析与未来投资研究报告（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/202410/730750.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、全球户外用品行业规模持续扩大，中国市场增长空间广阔

户外用品包括参与户外运动所需要的鞋服、装备、器材等，为户外参与者应对各类复杂自然环境提供保护和辅助。

随着全球范围内健康与健身意识的提高，越来越多的人将户外运动作为提升身体素质的重要途径，带动户外用品市场需求增多。数据显示，2019-2023年全球户外用品市场规模由1246亿美元增长至2156亿美元，预计2024年全球户外用品市场规模达2264亿美元，较上年同比增长5%。

数据来源：观研天下数据中心整理

受疫情影响，近几年来国内大众对户外运动的热情高涨，户外用品市场随之发展起来。2018-2023年我国户外用品零售额由249.8亿元增长至271.1亿元，预计2024年我国户外用品零售额达274.4亿元，较上年同比增长1.2%。

数据来源：观研天下数据中心整理

欧洲和美国的户外运动发展水平领先，对户外用品有着稳定、可持续的需求；相比之下，我国户外运动兴起时间较晚，户外用品市场仍有较大增长空间。根据数据，德国、英国、美国、法国户外运动参与率均超50%，而我国户外运动参与率仅为10.4%，差距较明显。

数据来源：观研天下数据中心整理

二、户外服装为我国户外用品最大细分市场，占比接近五成

户外用品可分为服装类、鞋类、背包类、装备类、配件类和器材类。目前我国户外用品以户外服装为主，如衣、裤、袜等，占比达46%；其次是户外鞋履，如登山鞋、徒步鞋、攀岩鞋等，占比22%；户外工具和露营装备等分别占比20%、12%。

我国户外用品分类	类别	定义	产品	
为户外运动专门制作的穿着于人体起保护和装饰作用的纺织产品	服装类		衣、裤、袜等	鞋类
为户外运动专门制作的穿着于脚上直接与地面接触的产品				
登山鞋、徒步鞋、攀岩鞋、高山靴等				背包类
为户外运动专门制作的用于容纳物品的单体独立的包囊类产品				
登山包、旅行包、骑行包、背架包等				装备类
为户外运动专门制作的在露营时提供保护的可折叠的产品				
帐篷、睡袋、衬垫、帷帐、家具等	配件类	为户外运动专门制作的用于辅助运动的各种配件		
岩点、冰锥、眼镜、手表、GPS、炉具、灯具、刀具、绳索、锁具、登山杖、头盔、冰爪、安全带等	器材类	为户外运动专门制作的大型机械性器具	自行车、船舶、滑翔伞等	

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理

三、户外用品线下销售渠道占比较大，线上渠道增长速度快

户外用品销售渠道分为线上和线下，目前全球及我国户外用品线下销售渠道占比仍然较大。根据数据，2023年全球线下渠道占比55%，我国线下商场占比达50%。随着电商发展以及消费者消费习惯发生改变，户外用品线上销售渠道占比不断提升。根据数据，2023年全球线上渠道占比达45%，增长率达8%，我国电商渠道占比40%。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

四、我国户外用品生产制造以ODM/OEM为主，高端市场仍待挖掘

随着行业向好，我国户外用品产业链体系日渐成熟，基于人力成本优势，我国户外用品生产制造以ODM/OEM为主，市场竞争激烈。

我国户外用品行业相关企业简介

公司名称	主要产品	所属地区	主营业务	自有品牌
浙江自然	TPU床垫	中国	充气床垫、户外箱包、头枕坐垫	无
台湾FENGYI	TPU床垫	中国台湾	自动充气床垫、空气床垫、床垫特制气嘴、防水袋和其他轻型户外用品	无
华生科技	划水板、体操垫、充气艇	中国	气密材料和柔性材料，其中气密材料包括拉丝气垫材料和充气游艇材料	无
TRANGOWORD	PVC 床垫	西班牙	冲锋衣、鞋、裤子、手套、背包、充气床垫	无
华利集团	运动休闲鞋、户外鞋靴、运动凉鞋/拖鞋	中国	从事运动鞋履的开发设计、生产与销售，是全球领先的运动鞋专业制造商	无
Cascade Designs	TPU床垫	美国	便携睡垫、枕头、坐垫	Therna Rest等
荣威国际	PVC 床垫	中国	地上游泳池及便携移动式SPA、娱乐产品、运动产品、野营产品	Bestway
明达实业	PVC床垫	中国	充气床、充气船、充气玩具	InTex
牧高笛	帐篷、睡袋、登山杖	中国	专业的户外旅行装备，户外探险及旅行所需装备和服饰	大牧、小牧
开润股份	休闲包袋、旅行箱、商务包袋	中国	运动休闲包袋、商务包袋、其他功能性软包、拉杆箱等产品的代工业务和围绕电商平台的品牌经营业务	90 分
浙江永强	遮阳伞、秋千、帐篷、火炉、户外厨房等	中国	户外休闲家具用品的研发设计、生产和销售	YOTRIO

资料来源：观研天下整理

我国户外用品企业多聚集在中低端市场，在高端市场竞争力不足，导致高端市场被海外品牌垄断。以户外服装为例，始祖鸟、猛犸象、土拨鼠、山浩等国外品牌占据户外服装绝大多数高端市场。整体来看，国产品牌在高端市场的可挖掘空间仍然较大。

我国户外服装行业竞争格局

企业名称

品牌

创立国家

简介

高端品牌(国外品牌)

始祖鸟

加拿大

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

美国

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

美国

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

瑞士

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。

中高端市场(国外为主，国内为辅)

哥伦比亚

美国

主要产品为休闲户外服装，拥有独家专利布料Omni-Tech防风防水透气布料)，Omni-Dry(速干布料)等业研究院

狼爪

德国

德国第一户外品牌，产品线包括为户外运动、旅游和休闲专门设计的功能性服装。

北面

美国

VF集团品牌，早期专注于高档探险和大众户外。

凯乐石

中国

全球三大全系攀登品牌之一，产品坚持“轻量革命先锋”的设计理念

诺诗兰

奥地利

奥地利国宝级户外品牌，从专注极限攀岩与登山的专业技术品牌发展为涵盖户外徒步、户外旅行、城市休闲、滑雪等多品类户外先驱。

探路者

中国

中国第一户外品牌，产品覆盖多个运动类目，包括极限、徒步、跑步、旅行、滑雪等众多产品系列，针对不同年龄段和应用场景差异进行设计，满足消费者的需求。

大众市场(国内品牌为主)

迪卡侬

法国

综合体育用品专卖店，产品主打性价比，能够满足从初学者至专业运动者各类人群的需求。

日高

中国

核心产品包括户外休闲服装、背囊、鞋类及游泳用品。

牧高笛

中国

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

中国

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

中国

核心产品以高档真皮男鞋为主

资料来源：观研天下整理（zlj）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国户外用品行业发展趋势分析与未来投资研究报告（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）华东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/202410/730750.html>