

2018年中国旅游户外用品市场分析报告- 行业深度调研与投资前景预测

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《2018年中国旅游户外用品市场分析报告-行业深度调研与投资前景预测》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/lyyou/342512342512.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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、旅游市场

现代旅游产业产生于 19 世纪，在 20 世纪得到了前所未有的发展。特别是第二次世界大战以后，旅游产业获得了相对和平与稳定的发展环境，迅速成为一个新兴产业。上世纪六十年代以来，全球旅游经济增速总体高于全球经济增速，旅游业逐渐发展成为全球最大的新兴产业，甚至已经超过石油和汽车工业，成为世界第一大产业。据世界旅游组织（World Tourism Organization）统计，20 世纪 90 年代开始，国际旅游收入在世界出口收入中所占比重达到 8% 以上，超过石油、汽车、机电等出口收入，旅游产业正式确立了世界第一大产业的地位并保持至今。

据预测，到 2020 年，全球旅游产业收入将增至 16 万亿美元，相当于全球 GDP 的 10%；能够提供 3 亿个工作岗位，占全球就业总量的 9.20%。

根据显示，2016 年全球旅游总人次首次突破百亿，达 105 亿人次，较上年增长 4.8%，为全球人口规模的 1.4 倍；全球旅游总收入达 5.17 万亿美元，较上年增长 3.6%，相当于全球 GDP 的 7.0%。

改革开放以来，中国旅游业经历了起步、成长、拓展和综合发展四个阶段，我国实现了从旅游短缺型国家到旅游大国的历史性跨越，奠定了以国民大众旅游消费为主体、国内与国际旅游协调发展的市场格局。

图：中国旅游业发展历程

数据显示：公开数据整理

二、户外用品行业发展前景

近几年，随着人们生活水平的提高和对精神文化生活的追求，户外运动逐渐表现出它独特的市场前景和巨大的经济价值。从而一批户外用品店也应需而生，形成了一个新的市场消费点。

据估计，目前中国已有几百家国内户外用品生产商，七八十家全球著名的户外产品制造商以及俱乐部，户外运动用品以及装备的年销售额已达 20 亿元。而 2002 年这个数字还不到 3 亿元，2000 年这个数字是 6 千万元。户外运动市场近年来呈几何级数的增长，吸引了越来越多的参与者。2004 年冬季，国内参与户外运动的人次已超越 1 亿人次。十几年过去了。

但据业内人士估计，就目前为止，户外运动行业的市场份额仍很保守。

户外运动真正热起来的原因，据分析可能会有以下几点：

户外运动真正热起来的原因

户外运动真正热起来的原因

- 1.随着人们生活水平的提高，人们越来越重视自己的健康情况。参加户外活动，锻炼了身体对自己的健康有好处。
- 2.都市生活节奏让很多白领感到身心疲惫，到大自然中去无疑是种非常好的放松和调理的方式。
- 3.参加户外活动可以认识很多各个阶层的人，大家在一种毫无利益的关系下相识相知成为好朋友也是很多人所希望的。
- 4.对于目前社会来说，户外还算一种新鲜的动动，能让人们尤其是白领阶层的人会体会到尝鲜的感觉。而户外这两个字，本身就具有很大的吸引力，这正是具有一定文化阶层的人所喜欢追求的东西。
- 5.对于很多单身贵族来说，参加户外活动也可以找到自己的另一半。
- 6.参加难度比较大的户外活动也是人生的一种丰富，也是对自己耐力和意志力的考验。
- 7.参加户外活动可以让人真正的回到大自然中去，得到真正的放松。

资料来源：公开资料整理

缘由此，现在玩户外的人越来越多了，所以户外用品的市场一路高涨。但目前户外用品店的增涨还远远不能满足市场的涨幅。所以户外用品店有很大有生存空间和发展前景。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国旅游户外用品市场分析报告-行业深度调研与投资前景预测》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、市场前景、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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国旅游户外用品行业发展概述

第一节 旅游户外用品行业发展情况概述

- 一、旅游户外用品行业相关定义
- 二、旅游户外用品行业基本情况介绍
- 三、旅游户外用品行业发展特点分析

第二节 中国旅游户外用品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、旅游户外用品行业产业链条分析
- 三、中国旅游户外用品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国旅游户外用品行业生命周期分析

- 一、旅游户外用品行业生命周期理论概述
- 二、旅游户外用品行业所属的生命周期分析

第四节 旅游户外用品行业经济指标分析

- 一、旅游户外用品行业的赢利性分析
- 二、旅游户外用品行业的经济周期分析
- 三、旅游户外用品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国旅游户外用品行业进入壁垒分析

- 一、旅游户外用品行业资金壁垒分析
- 二、旅游户外用品行业技术壁垒分析
- 三、旅游户外用品行业人才壁垒分析
- 四、旅游户外用品行业品牌壁垒分析
- 五、旅游户外用品行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球旅游户外用品行业市场发展现状分析

第一节 全球旅游户外用品行业发展历程回顾

第二节 全球旅游户外用品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲旅游户外用品行业地区市场分析

一、亚洲旅游户外用品行业市场现状分析

二、亚洲旅游户外用品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲旅游户外用品行业市场前景分析

第四节 北美旅游户外用品行业地区市场分析

一、北美旅游户外用品行业市场现状分析

二、北美旅游户外用品行业市场规模与市场需求分析

三、北美旅游户外用品行业市场前景分析

第五节 欧盟旅游户外用品行业地区市场分析

一、欧盟旅游户外用品行业市场现状分析

二、欧盟旅游户外用品行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟旅游户外用品行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界旅游户外用品行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球旅游户外用品行业市场规模预测

第三章 中国旅游户外用品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品旅游户外用品总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国旅游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

第三节 中国旅游户外用品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国旅游户外用品行业运行情况

第一节 中国旅游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 中国旅游户外用品行业市场规模分析

第三节 中国旅游户外用品行业供应情况分析

第四节 中国旅游户外用品行业需求情况分析

第五节 中国旅游户外用品行业供需平衡分析

第六节 中国旅游户外用品行业发展趋势分析

第五章 中国旅游户外用品所属行业运行数据监测

第一节 中国旅游户外用品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 中国旅游户外用品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 中国旅游户外用品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

第六章 2016-2018年中国旅游户外用品市场格局分析

第一节 中国旅游户外用品行业竞争现状分析

一、中国旅游户外用品行业竞争情况分析

二、中国旅游户外用品行业主要品牌分析

第二节 中国旅游户外用品行业集中度分析

一、中国旅游户外用品行业市场集中度分析

二、中国旅游户外用品行业企业集中度分析

第三节 中国旅游户外用品行业存在的问题

第四节 中国旅游户外用品行业解决问题的策略分析

第五节 中国旅游户外用品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国旅游户外用品行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国旅游户外用品行业消费特点

第二节 中国旅游户外用品行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 旅游户外用品行业成本分析

第四节 旅游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、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国旅游户外用品行业价格现状分析

第六节 中国旅游户外用品行业平均价格走势预测

一、中国旅游户外用品行业价格影响因素

二、中国旅游户外用品行业平均价格走势预测

三、中国旅游户外用品行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国旅游户外用品行业区域市场现状分析

第一节 中国旅游户外用品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区旅游户外用品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区旅游户外用品市场规模分析

四、华东地区旅游户外用品市场规模预测

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、华中地区旅游户外用品市场规模分析

四、华中地区旅游户外用品市场规模预测

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、华南地区旅游户外用品市场规模分析

第九章 2016-2018年中国旅游户外用品行业竞争情况

第一节 中国旅游户外用品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国旅游户外用品行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国旅游户外用品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 旅游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、公司优劣势分析

第二节 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、公司优劣势分析

第三节 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、公司优劣势分析

第四节 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、公司优劣势分析

第五节 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、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国旅游户外用品行业发展前景分析与预测

第一节中国旅游户外用品行业未来发展前景分析

一、旅游户外用品行业国内投资环境分析

二、中国旅游户外用品行业市场机会分析

三、中国旅游户外用品行业投资增速预测

第二节中国旅游户外用品行业未来发展趋势预测

第三节中国旅游户外用品行业市场发展预测

一、中国旅游户外用品行业市场规模预测

二、中国旅游户外用品行业市场规模增速预测

三、中国旅游户外用品行业产值规模预测

四、中国旅游户外用品行业产值增速预测

五、中国旅游户外用品行业供需情况预测

第四节中国旅游户外用品行业盈利走势预测

一、中国旅游户外用品行业毛利润同比增速预测

二、中国旅游户外用品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国旅游户外用品行业投资风险与营销分析

第一节 旅游户外用品行业投资风险分析

一、旅游户外用品行业政策风险分析

二、旅游户外用品行业技术风险分析

三、旅游户外用品行业竞争风险分析

四、旅游户外用品行业其他风险分析

第二节 旅游户外用品行业企业经营发展分析及建议

一、旅游户外用品行业经营模式

二、旅游户外用品行业销售模式

三、旅游户外用品行业创新方向

第三节 旅游户外用品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国旅游户外用品行业发展策略及投资建议

第一节 中国旅游户外用品行业品牌战略分析

一、旅游户外用品企业品牌的重要性

二、旅游户外用品企业实施品牌战略的意义

三、旅游户外用品企业品牌的现状分析

四、旅游户外用品企业的品牌战略

五、旅游户外用品品牌战略管理的策略

第二节中国旅游户外用品行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国旅游户外用品行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国旅游户外用品行业发展策略及投资建议

第一节中国旅游户外用品行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国旅游户外用品行业定价策略分析

第三节 中国旅游户外用品行业营销渠道策略

一、旅游户外用品行业渠道选择策略

二、旅游户外用品行业营销策略

第四节 中国旅游户外用品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国旅游户外用品行业重点投资区域分析

二、中国旅游户外用品行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/342512342512.html>