

2010-2015年中国户外用品市场深度调研与投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2015年中国户外用品市场深度调研与投资前景分析报告》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/qitawenhua/8314983149.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

摘要

户外装备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。目前，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、绳套、冰镐、岩石锤、小冰镐、冰爪、雪杖、头盔、踏雪板、高山眼镜、羽绒衣裤、防风衣裤、毛衣裤、手套、高山靴、袜子、防寒帽、冰锥、雪锥、炊具、炉具、多功能水壶、吸管或净水杯、指北针、望远镜、等高线地图或其它资料、防水灯具、各种刀具等。这些户外装备视个人的经济条件和具体的户外活动的项目而选择，但是必须注意的是一定要保证户外活动的安全，不能因为一味图便宜而购买一些劣质的户外用品。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国户外用品行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区户外用品市场的发展状况、户外用品消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国户外用品市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对户外用品未来发展趋势进行了研判，是户外用品生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前户外用品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 2009-2010年中国户外用品行业的发展环境分析

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、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2009-2010年中国户外用品行业发展环境分析

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、中国户外用品市场逐渐成熟理性

五、户外用品正从“边缘”化迅速向主流化转变

第二章 户外用品相关概述

第一节 户外用品的相关诠释

一、户外运动的概念

二、户外用品的含意

第二节 户外用品的分类

一、服装纺织类

二、鞋类

三、背包类

四、装备类

五、配件类

六、器材类

第三章 2009-2010年世界户外用品行业的发展现状分析

第一节 2009-2010年世界户外用品产业发展概述

一、世界户外用品产业特点分析

二、全球户外用品市场升温

三、世界户外用品细分产品分析

第二节 2009-2010年世界户外用品重点区域分析

一、欧美户外用品行业发展浅析

二、美国户外用品市场快速增长

三、2009年7月美国户外用品销售额小幅下降

四、德国户外用品市场发展前景广阔

第三节 2010-2015年世界户外用品产业发展趋势分析

第四章 2009-2010年中国户外用品产业运行形势分析

第一节 2009-2010年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、中国户外用品行业的地域性和季节性特征

四、中国户外用品行业集中度较高

第二节 2009-2010年中国户外用品行业新动态

一、中国户外用品行业发展稳中有升

二、奥运会促进户外运动用品发展

三、中国户外用品行业竞争激烈

第三节 2009-2010年中国部分地区户外用品行业的发展分析

一、北京户外用品行业发展概况

二、2009年国庆北京户外用品成为消费热点

三、南京户外用品面临广阔发展机遇

四、青岛户外用品成掘金新热点

五、哈尔滨户外用品行业发展较好前景乐观

第四节 2009-2010年中国户外用品行业发展的的问题及对策分析

一、中国户外用品行业发展的不利因素

二、中国户外用品行业的尴尬处境

三、中国户外用品行业产品标准亟待完善

四、中国户外用品企业营销管理存在的不足

五、中国户外用品行业的发展对策

第五章 2009-2010年中国户外用品市场及消费分析

第一节 2009-2010年中国户外用品市场现状分析

一、中国户外用品市场迅速发展

二、中国户外用品大品牌市场份额逐步加大

三、中国户外用品市场面临发展机遇

四、中国户外市场整体呈现蓬勃发展的态势

五、中国户外用品市场发展不平衡

第二节 2009-2010年中国户外用品市场发展路线解析

一、中国户外用品市场不断发展变化

二、品牌增多及品类延伸

三、“小户外”向“泛户外”的转化

四、销售渠道的变化和发展

第三节 2009-2010年中国户外用品市场消费者分析

一、户外用品市场客户群体

二、户外用品市场客户特征

三、户外用品市场客户渠道

第四节 2009-2010年中国旅游户外用品重度购买者的特征研究

一、旅游户外用品及重度购买者概述

二、理论假设

三、研究方法

四、研究结果

五、结论和思考

第五节 2009年第一季度中国户外鞋消费调查

一、调查对象基本情况

二、拥有户外鞋的情况

三、选购户外鞋的情况

四、户外鞋的普及程度

第六章 2009-2010年中国户外用品市场品牌及渠道分析

第一节 2009-2010年中国户外用品市场品牌发展状况

一、户外用品品牌发展概况

二、户外品牌用品销售额对比

三、户外品牌产品线状况概述

四、中国户外用品市场国际品牌分布

第二节 2009-2010年中国户外用品销售渠道现状分析

一、中国户外用品市场渠道分析

二、中国户外用品渠道销售对比

三、区域性户外零售网络正在构建中

四、大型户外连锁店因定位问题而发展迟缓

五、中小型户外店资金管理信用和开店模式成发展瓶颈

第三节 2009-2010年中国户外用品市场品牌商与零售商间的冲突

一、渠道冲突

二、产品冲突

三、价格冲突

四、供货冲突

五、服务冲突

六、推广冲突

第四节 2009-2010年中国户外用品行业做大品牌的对策分析

一、开创新品类

二、打造户外品牌文化

三、打造新的营销模式

第七章 2009-2010年中国户外用品市场营销战略分析

第一节 2009-2010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 2009-2010年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

第三节 2009-2010年户外运动服装的营销方式

一、大型商场/百货公司

二、普通商场/服装店

三、户外运动服装专卖店

四、商场、超市及连锁店

五、批发市场

六、邮购

七、网上销售

第四节 2009-2010年中国户外用品店的经营及营销策略建议

一、经营战略

二、营销策略

三、营销方案

四、营销战略

第八章 2009-2010年中国户外用品重点企业竞争力分析

第一节 永基旅游用品(中山)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 广东李宁体育发展有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 青岛双星集团

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 泉州鸿星尔克体育用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 上海鑫美野营用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九章 2010-2015年中国户外用品产业市场前景趋势分析

第一节 2010-2015年中国户外用品行业的发展前景展望

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时期

四、2010年中国户外用品销售额或将达到60亿

第二节 2010-2015年中国户外用品行业的发展趋势预测

一、中国户外用品行业未来发展趋势

二、未来中国户外用品市场将呈跳跃式发展

三、中国户外用品市场兼并时代即将到来

四、大型户外用品连锁店是未来发展趋势

第十章 2010-2015年中国户外用品行业投资机会与风险分析

第一节 2010-2015年中国户外用品投资优势

一、市场空间较大

二、投资收益看好

三、入行门槛不高

第二节 2010-2015年中国户外用品投资环境

一、市场需求分析

二、市场调研分析

三、市场竞争分析

四、市场定位分析

第三节 2010-2015年中国户外用品投资机会及建议

一、户外用品市场蕴含良好的投资机会

二、极地户外用品市场有待开发

三、户外用品店投资经营策略分析

四、二手户外用品店的投资建议

第四节 2010-2015年中国户外用品投资风险

一、国内宏观经济风险

二、市场竞争风险

三、外包环节风险

第五节 2010-2015年中国投资经营户外用品店的风险管理

一、风险分析

二、优质的服务

三、平和的心态

四、过硬的产品

第六节 2010-2015年中国户外产品开发结构分析

一、背包

二、帐篷

三、睡袋

四、登山鞋

五、服装

六、攀登装备

七、露营装备

八、其它装备

九、旅游书籍

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：户外用品分类一览表

图表：中国国内市场年度活跃户外品牌总量对比表

图表：活跃在中国市场的境外品牌数量

图表：境外品牌洲别数据比

图表：2007年活跃在中国市场的欧洲户外品牌

图表：历年国内户外品牌数量递增情况

图表：国内市场品牌批发总额（类别对比表）

图表：2007年度国内部分地区户外用品销售终端分布图

图表：永基旅游用品(中山)有限公司主要经济指标走势图

图表：永基旅游用品(中山)有限公司经营收入走势图

图表：永基旅游用品(中山)有限公司盈利指标走势图

图表：永基旅游用品(中山)有限公司负债情况图

图表：永基旅游用品(中山)有限公司负债指标走势图

图表：永基旅游用品(中山)有限公司运营能力指标走势图

图表：永基旅游用品(中山)有限公司成长能力指标走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司主要经济指标走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司经营收入走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司盈利指标走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司负债情况图

图表：广东李宁体育发展有限公司负债指标走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司运营能力指标走势图

图表：广东李宁体育发展有限公司成长能力指标走势图

图表：青岛双星集团主要经济指标走势图

图表：青岛双星集团经营收入走势图

图表：青岛双星集团盈利指标走势图

图表：青岛双星集团负债情况图

图表：青岛双星集团负债指标走势图

图表：青岛双星集团运营能力指标走势图

图表：青岛双星集团成长能力指标走势图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司主要经济指标走势图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司经营收入走势图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司盈利指标走势图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司负债情况图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司负债指标走势图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司运营能力指标走势图

图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司成长能力指标走势图

图表：上海鑫美野营用品有限公司主要经济指标走势图

图表：上海鑫美野营用品有限公司经营收入走势图

图表：上海鑫美野营用品有限公司盈利指标走势图

图表：上海鑫美野营用品有限公司负债情况图

图表：上海鑫美野营用品有限公司负债指标走势图

图表：上海鑫美野营用品有限公司运营能力指标走势图

图表：上海鑫美野营用品有限公司成长能力指标走势图

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitawenhua/8314983149.html>