

中国户外用品装备市场供需深度调查与十三五行业投资定位预测报告

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《中国户外用品装备市场供需深度调查与十三五行业投资定位预测报告》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/fuzhuang/234770234770.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

户外运动是指在自然场地（非专用场地）或人工模拟的自然场地，开展的体育活动。专门为户外运动生产的用品“户外用品”。随着户外运动的不断，科学技术的不断革新，户外运动的外延可能还会继续扩大，户外用品的种类也会不断增加。

近几年来，户外运动兴起，人们的热情也越来越高，登山、攀岩、徒步穿越等运动形式愈来愈受到人们的喜爱。由于户外运动是一项专业性较强的体育活动，除了对参与者自身体能的要求外，还需要所使用的户外运动装备能适应恶劣的天气和复杂的地理环境，使之成为户外运动安全保证的第一道“保护屏障”，随之催生了户外用品市场。

中国户外用品行业逐渐步入成熟化阶段。2011年我国户外用品零售总额已达107.6亿元，保持着持续快速发展的态势。同时，国内户外用品行业的快速发展，也吸引了越来越多的国内外品牌及资本不断介入其中，市场竞争日趋激烈，外来资本的进入更是加速推动了户外用品行业的发展，一线品牌开始向深层次发展，产品线进一步趋向合理化。2011年国内户外用品行业品牌数量已达700多家。

2014年中国户外用品市场零售总额200.8亿元，较2013年增长11.28%，其中户外店零售总额37.4亿元，较2013年增长1.19%；商场店零售总额116.5亿元，较2013年增长7.7%；其他渠道零售总额46.9亿元，较2013年增长31.74%。2014年中国户外用品市场品牌出货总额109.7亿元，较2013年增长13.35%，其中国内品牌出货额57.1亿元，较2013年增长13.75%；国外品牌出货额52.6亿元，较2013年增长12.88%。2014年国内市场共有户外品牌945个，较2013年的891个增长了6.06%。

中国报告网发布的《中国户外用品装备市场供需深度调查与十三五行业投资定位预测报告》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、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研究分析。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。

报告大纲：

第一章户外用品行业发展概述

第一节户外用品行业相关概述

一、户外用品行业定义

二、户外用品分类概述

三、户外用品行业政策

（一）行业监管体制

（二）行业法规政策

第二节户外用品行业经济环境分析

第三节户外用品行业社会环境分析

一、中国人口年龄结构

二、城乡居民收入情况

三、居民消费水平与结构

第四节国内旅游业发展态势

第五节户外运动市场发展分析

第二章国内外户外用品行业运行态势

第一节国外户外用品行业运行分析

一、国外户外用品行业发展历程

二、国外户外用品行业市场分析

三、国外户外用品行业品牌现状

第二节国内户外用品行业运行态势

一、国内户外用品行业市场规模

二、国内户外用品行业品牌数量

三、国内户外用品品牌出货规模

四、国内户外用品的品牌占有率

第三节主要体育用品企业户外品牌分析

一、阿迪达斯（Adidas）

二、李宁（Li-NingAdventure）

三、安踏（ANTA）

四、361°

五、彪马（Puma）

第三章中国户外用品细分行业发展分析

第一节户外服装行业发展分析

一、户外服装行业发展概况

二、户外服装市场规模分析

三、户外服装品牌竞争格局

第二节户外鞋类行业发展分析

一、户外鞋类行业发展概况

二、户外鞋类市场规模分析

三、户外鞋类品牌竞争格局

第三节户外包类行业发展分析

一、户外包类行业发展概况

二、户外包类市场规模分析

三、户外包类品牌关注调查

第四节户外装备行业发展分析

一、户外装备行业发展概况

二、户外装备市场规模分析

三、户外装备品牌竞争格局

四、主要户外装备市场分析

（一）帐篷睡袋装备市场分析

（二）户外垫子装备市场分析

（三）登山攀岩装备市场分析

（四）户外仪表工具市场分析

（五）户外运动车市场分析

第四章中国户外用品行业营销渠道分析

第一节户外用品营销渠道结构分析

第二节户外用品商场营销渠道分析

第三节户外用品专卖店营销分析

第四节户外用品电商营销渠道分析

一、户外用品电商发展现状

二、户外用品电商市场规模

三、户外用品主要电商平台分析

第五节户外用品展会营销渠道分析

一、户外用品展会发展现状

二、主要地区展会市场分析

（一）北京展会市场分析

（二）上海展会市场分析

（三）广东展会市场分析

三、ISPOchina展会发展分析

（一）展会基本情况

（二）参展企业分析

（三）展会价值影响

第五章户外用品制造所属行业数据监测

第一节中国户外用品所属行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节中国户外用品所属行业产值分析

第三节中国户外用品所属行业成本费用分析

第四节中国户外用品所属行业运营效益分析

第六章国内外户外用品行业品牌发展分析

第一节国外户外用品品牌发展分析

一、哥伦比亚(COLUMBIA)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 最新动向

二、乐斯菲斯/北面 (TNF)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 最新动向

三、土拔鼠(MARMOT)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 最新动向

四、始祖鸟(ARC'TERYX)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 最新动向

五、狼爪 (JackWolfskin)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 最新动向

第二节国内户外用品品牌发展分析

一、探路者(TOREAD)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 最新动向

二、奥索卡(Ozark)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 最新动向

三、牧高笛 (Mobigarden)

- (一) 品牌基本情况
- (二) 品牌定位分析
- (三) 最新动向

四、凯乐石 (KAILAS)

- (一) 品牌基本情况
- (二) 品牌定位分析
- (三) 最新动向

五、极星 (Shehe)

- (一) 品牌基本情况
- (二) 品牌定位分析
- (三) 最新动向

第七章2016-2020年中国户外用品行业前景及投.资分析

第一节2016-2020年中国户外用品行业SWOT分析

- 一、户外用品行业发展优势分析
- 二、户外用品行业发展劣势分析
- 三、户外用品行业发展机遇分析
- 四、户外用品行业发展威胁分析

第二节2016-2020年中国户外用品行业发展前景

- 一、户外用品行业发展前景分析
- 二、户外用品行业发展趋势分析
- 三、户外用品行业盈利能力预测
- 四、户外用品行业需求前景预测
 - (一) 户外服装需求前景预测
 - (二) 户外鞋类需求前景预测
 - (三) 户外装备需求前景预测

第三节2016-2020年中国户外用品行业投.资风险

- 一、宏观经济风险分析
- 二、市场竞争风险分析
- 三、材料价格上涨风险
- 四、渠道管理风险分析
- 五、知识产权风险分析

第四节2016-2020年中国户外用品行业投.资策略

第八章2016-2020年中国户外用品行业投.资风险与营销分析

第一节2016-2020年行业进入壁垒分析

一、2016-2020年行业技术壁垒分析

二、2016-2020年行业规模壁垒分析

三、2016-2020年行业品牌壁垒分析

四、2016-2020年行业其他壁垒分析

第三节2016-2020年行业投资风险分析

一、2016-2020年行业政策风险分析

二、2016-2020年行业技术风险分析

三、2016-2020年行业竞争风险

四、2016-2020年行业其他风险分析

图表详见正文……

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/234770234770.html>