

中国户外服装市场深度调研及未来五年发展规划 研究报告

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《中国户外服装市场深度调研及未来五年发展规划研究报告》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/206386206386.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

中国报告网发布的《中国户外服装市场深度调研及未来五年发展规划研究报告》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。

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。

报告大纲

第一章 全球户外服装行业发展概述

第一节 户外服装行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、行业发展周期性

第二节 全球户外服装行业现状

一、全球户外服装行业发展概况

二、全球户外服装行业发展特征

三、全球户外服装行业发展规模

四、全球户外服装行业发展趋势

第三节 主要地区户外服装行业发展经验

一、欧洲

二、美国

三、日韩

第四节 国外主要户外服装品牌分析

一、哥伦比亚(COLUMBIA)

二、乐斯菲斯/北面 (TNF)

三、土拔鼠(MARMOT)

四、始祖鸟(ARC'TERYX)

五、狼爪 (Jack Wolfskin)

六、沙乐华 (SALEWA)

七、布莱亚克 (BLACK YAK)

八、诺诗兰 (NORTHLAND)

九、猛犸象(MAMMUT)

十、乐飞叶(LAFUMA)

第二章 中国户外服装行业发展背景分析

第一节 户外服装行业政策环境分析

一、行业主管部门及管理体制

二、行业相关政策

(一)《中华人民共和国反不正当竞争法》

(二)《中华人民共和国消费者权益保护法》

(三)《中华人民共和国产品质量法》

(四)《零售商促销行为管理办法》

(五)《零售商供应商公平交易管理办法》

(六)《商业特许经营管理条例》

(七)《国务院关于加强发展服务业的若干意见》

(八)《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》

(九)《服装生产企业安全生产标准化评定标准》

三、相关产业发展规划

(一)《产业用纺织品“十三五”发展规划》

(二)《纺织工业“十三五”发展规划》

(三)《化纤工业“十三五”发展规划》

第二节 户外服装行业经济环境分析

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、全社会消费品零售总额

五、对外贸易发展形势分析

第三节 户外服装行业社会环境分析

一、我国人口年龄结构

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

一、居民旅游市场规模分析

(一)中国居民旅游人数规模

(二)国内居民旅游花费总额

(三)城镇居民国内旅游情况

(四) 农村居民国内旅游情况

二、入境旅游市场规模分析

(一) 入境游客人数规模分析

(二) 入境旅游收入规模分析

(三) 入境旅游客源分布情况

(1) 客源结构分析

(2) 客源入境方式

(3) 入境旅游目的

(4) 年龄及性别结构

(四) 入境旅游过夜游客数

三、国内出境旅游市场分析

(一) 居民出境旅游人数分析

(二) 因私出境旅游人数分析

(三) 赴日旅游市场状况分析

(四) 赴台旅游市场状况分析

第五节 户外运动市场发展分析

一、户外运动发展概况

二、户外运动类型分析

三、户外运动人数规模

四、户外运动特征分析

第三章 中国户外服装行业原料市场分析

第一节 服装面料市场发展分析

一、纺织行业发展概况

二、纺织行业发展现状

三、服装面料市场情况

四、服装面料价格分析

第二节 服装辅料市场发展分析

一、纽扣市场发展分析

二、拉链市场发展分析

三、衬料市场发展分析

四、里料市场发展分析

第三节 缝纫机械市场发展分析

一、缝纫机械行业概况

二、缝纫机械行业规模

三、缝纫机械发展前景

四、缝纫机械价格分析

第四章 中国户外服装行业发展状况分析

第一节 中国户外服装行业发展总体状况分析

一、中国户外服装行业发展概况

二、中国户外服装行业总体特征

三、中国户外服装行业发展影响因素

（一）行业发展的驱动因素分析

（二）行业发展的制约因素分析

第二节 中国户外服装行业运营状况分析

一、户外服装行业企业规模分析

二、户外服装行业市场规模分析

三、户外服装行业市场结构分析

四、户外服装行业盈利水平分析

第三节 中国户外服装行业竞争状况分析

一、现有竞争者分析

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力分析

五、客户议价能力分析

第五章 中国户外服装消费市场分析

第一节 户外服装消费人群分析

一、国内居民收入消费水平

二、户外服装消费人群分布

三、户外服装消费人群年龄

四、户外服装消费群体特征

第二节 户外服装消费行为分析

一、户外服装消费总体情况

二、户外服装购买渠道情况

三、户外服装品牌偏好分析

四、户外服装消费地域差异

第三节 户外服装消费影响因素

一、质量

二、品牌

三、价格

四、材质

五、渠道

第六章 中国户外服装营销渠道分析

第一节 户外服装商场营销分析

一、户外服装商场营销现状

二、户外服装商场发展规模

三、户外服装商场竞争分析

四、户外服装商场发展潜力

第二节 户外服装专卖店营销分析

一、户外服装专卖店营销现状

二、户外服装专卖店发展规模

三、户外服装专卖店竞争分析

四、户外服装专卖店发展潜力

第三节 户外服装展会营销分析

一、户外服装展会营销现状

二、户外服装展会发展优势

三、户外服装主要展会分析

第七章 户外服装营销策略分析

第一节 产品策略分析

一、户外服装市场定位

二、户外服装组合策略

三、户外服装开发策略

第二节 品牌策略分析

一、户外服装品牌构建分析

二、户外服装品牌竞争分析

三、户外服装品牌战略分析

第三节 价格策略分析

一、户外服装价格影响因素

二、户外服装定价方法分析

三、户外服装定价策略分析

第四节 渠道策略分析

一、户外服装渠道扩张策略

二、户外服装传统渠道策略

三、户外服装网络渠道策略

第五节 促销策略分析

一、户外服装促销成功因素

二、户外服装促销方式选择

三、户外服装促销效果分析

第八章 中国户外服装电子商务分析

第一节 户外服装电子商务SWOT分析00

一、户外服装电商发展优势分析

二、户外服装电商发展劣势分析

三、户外服装电商发展机遇分析

四、户外服装电商发展威胁分析

第二节 户外服装电子商务发展状况

一、户外服装电商渠道数量

二、户外服装电商用户分析

三、户外服装电商成本分析

四、户外服装电商盈利模式

五、户外服装电商交易模式

（一）B2B模式

（二）B2C模式

（三）C2C模式

第三节 户外服装电子商务发展模式

一、进驻电商平台模式

（一）平台服装电商市场概况

（二）平台服装电商的优劣势

（三）平台服装电商成本分析

（四）平台服装电商盈利模式

二、垂直电商模式分析

（一）垂直服装电商市场概况

（二）垂直服装电商的优劣势

（三）垂直服装电商成本分析

（四）垂直服装电商盈利分析

三、自建网站直营模式

（一）自建网站直营市场概况

（二）自建网站直营的优劣势

（三）自建网站直营成本分析

（四）自建网站直营盈利分析

第四节 户外服装电商平台分析

一、淘宝/天猫

二、京东商城

三、如此网

四、互联诚品户外商城

五、户外营网上商城

六、8264驴友商城

第五节 主要户外服装品牌电商发展情况

一、探路者

二、百足氏

三、极星

四、始祖鸟

五、哥伦比亚

六、北面

第九章 中国户外服装行业供应链管理分析

第一节 户外服装行业供应链管理概述

一、户外服装行业物流链管理分析

（一）户外服装行业物流链管理特点

（二）户外服装行业物流链管理方法

（三）户外服装行业物流链管理策略

二、户外服装行业信息链管理分析

（一）户外服装行业信息链管理模式

（二）户外服装行业信息链管理方法

（三）户外服装行业信息链管理策略

三、户外服装行业资金链管理分析

（一）户外服装行业资金链管理特点

（二）户外服装行业资金链管理方法

（三）户外服装行业资金链管理策略

第二节 户外服装供应链环节管理分析

一、户外服装原料采购环节管理分析

二、户外服装产品设计环节管理分析

三、户外服装产品生产环节管理分析

四、户外服装品牌营销环节管理分析

第三节 电商环境下户外服装行业供应链管理

一、电商对供应链管理影响分析

二、电商环境下供应链管理瓶颈

三、电商环境下供应链管理策略

第十章 中国户外服装行业重点品牌分析

第一节 中国主要户外服装品牌竞争格局

第二节 中国主要户外服装品牌发展分析

一、探路者(TOREAD)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

二、奥索卡(Ozark)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

三、牧高笛 (Mobigarden)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

四、凯乐石 (KAILAS)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

五、极星(Shehe)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌竞争优势

六、龙鸟 (SinTeryx)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

七、哥伦步 (Kolumb)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

八、凯图巅峰 (k2summit)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

九、日高 (NIKKO)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

十、康健(KINGCAMP)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

十一、阿珂姆(ACME)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

十二、雪狼 (Snowwolf)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌发展理念

(四) 品牌发展历程

十三、卡瓦格博 (Kawadgarbo)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌技术分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌特点分析

十四、普尔兰德(PURELAND)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌故事分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌产品系列

十五、思凯乐 (SCALER)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌发展战略

十六、慕士塔格 (Muztaga)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 品牌生产科技

第十一章 未来五年中国户外服装行业发展前景与投资分析

第一节 中国户外服装行业发展趋势分析

一、户外服装行业竞争趋势分析

二、户外服装行业需求趋势分析

三、户外服装行业产品趋势分析

四、户外服装应用市场发展趋势分析

第二节 中国户外服装行业发展前景预测

一、中国户外服装行业市场规模预测

二、中国户外服装行业需求前景预测

三、中国户外服装行业盈利能力预测

第三节 中国户外服装行业机会及建议

一、中国户外服装行业投资特性分析

(一) 户外服装行业进入壁垒分析

1) 品牌壁垒

2) 技术壁垒

3) 渠道壁垒

4) 企业管理能力

5) 供应链整合管理能力

(二) 户外服装行业发展模式分析

1) 销售渠道分析

2) 商业模式分析

(三) 户外服装行业盈利因素分析

二、中国户外服装行业投资机会分析

(一) 中国户外服装行业投资现状分析

(二) 中国户外服装行业投资机会分析

三、中国户外服装行业投资风险警示

(一) 户外服装政策标准风险

(二) 户外服装行业竞争风险

(三) 户外服装行业库存风险

(四) 户外服装行业宏观经济风险

(五) 户外服装行业关联产业风险

(六) 商标被侵权及产品被仿制风险

第十二章 关于户外服装行业总结及企业重点客户管理建议

第一节 户外服装行业企业问题总结

第二节 户外服装企业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、户外服装企业发展对策

第三节 户外服装市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、企业重点客户的鉴别与确定

三、企业重点客户的开发与培育

四、实施重点客户战略要需解决的问题

五、企业重点客户的市场营销策略分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/206386206386.html>