

中国户外运动用品行业现状深度研究与未来投资 预测报告（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《中国户外运动用品行业现状深度研究与未来投资预测报告（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/202405/706412.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，是一组在自然环境举行的带有探险或体验探险的运动项目群，包括徒步，登山、攀岩、悬崖速降、皮划艇、潜水、帆船、定向运动等。

一、户外运动发展背景

1.政策推动

户外运动诞生于18世纪的欧洲，最早以探险和科学考察的形式存在。19世纪中后期“第二次工业革命”开始后，城市人口剧增、生产节奏加快等社会问题凸显，户外运动逐渐演变为一种短暂摆脱现代工业文明的休闲活动。二战时期，登山、攀岩、野营等户外技能及装备在军队得到长足进步，随着战后经济复苏，户外运动在欧美地区率先实现了大众化发展，成为提升生活品质的一种生活方式，多样的户外组织、户外比赛开始出现。

相比之下，我国户外运动起步较晚，但近年来在《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023-2025年）》《关于推动露营旅游休闲健康有序发展指导意见》《户外运动产业规划(2022-2025年)》等相关政策推动下，我国户外运动加速渗透。

我国户外运动行业相关政策 时间 政策 发布部门 主要内容 2023 年 11 月
《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023-2025 年）》

国家发展改革委、体育总局、自然资源部等 深入实施全民健身战略，统筹推进设施建设、服务提升与产业协同发展，实施“户外运动活力山水”计划，推动户外运动优质供给持续增加、消费场景不断丰富、公共服务设施提质升级，户外运动“后发优势”

进一步显现，在全民健身运动中地位更加突出。到2025 年，推动户外运动产业总规模达到 3 万亿元 2022 年 11 月 《关于推动露营旅游休闲健康有序发展指导意见》

文化和旅游部、中央文明办、发改委等 14 部门 提出 9 项基本任务:优化规划布局、扩大服务供给、提升产品服务品质、加强标准引领、推动全产业链发展、规范管理经营、落实安全防范措施、加强宣传推广、引导文明露营，从多方面为露营旅游休闲健康有序发展提供有效支持 2022 年 11 月 《户外运动产业规划(2022-2025年)》

国家体育总局、发展改革委、工业和信息化部、住房城乡建设部、文化和旅游部、林草局、自然资源部、国铁集团 目标到 2025 年，户外运动场地设施持续增加，普及程度大幅提升，参与人数不断增长，户外运动产业总规模超过 3 万亿元。到 2035

年，户外运动产业规模更大、质量更优、动力更强、活力更足、发展更安全

资料来源：观研天下整理

2.户外运动活动场地供应增加

近年来我国城市公园数量及绿地面积保持提升态势，场地供应上的持续增加，为居民参与户外运动提供充足的场景与空间，为户外运动的发展提供基础保障。根据数据，2017-2022年我国公园数量由1.56万个增长至2.48万个，我国公园绿地面积由68.86万公顷增长至86.85万公顷。

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

3.疫情下人们强身健体、亲近自然以及对品质生活的需求增多

受疫情防控影响，随着人们持续增加强身健体、亲近自然以及对品质生活的追求，国内户外运动迎来发展机遇。2018-2022年我国户外运动人口数量由1.5亿人增长至5亿人，户外参与率由10%提升至38%。

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

二、我国户外运动用品市场现状

户外运动产业链长，辐射面宽，消费产品多样化，市场前景广阔。根据数据，2020-2022年我国户外用品零售额由245.2亿元增长至262.2亿元，预计2024年我国户外用品零售额将达274.4亿元。2020-2022年我国户外鞋服市场规模由250亿元左右增长至390亿元左右，预计2024年我国户外鞋服市场规模将超550亿元。

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

三、户外运动用品行业发展前景

我国户外运动参与者留存率高。我国60%以上的户外玩家至少一周参与一次户外运动，约47%的户外参与者将把户外运动培养成兴趣爱好，接近30%的户外参与者将进入相关行业工作。未来随着居民健康意识的持续提升，以及户外运动玩法的不断拓新，中国户外参与者预计保持高留存率，户外运动用品市场则有望实现高增长。

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（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《中国户外运动用品行业现状深度研究与未来投资预测报告（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年中国户外运动用品行业发展概述

第一节 户外运动用品行业发展情况概述

- 一、户外运动用品行业相关定义
- 二、户外运动用品特点分析
- 三、户外运动用品行业基本情况介绍
- 四、户外运动用品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式

五、户外运动用品行业需求主体分析

第二节 中国户外运动用品行业生命周期分析

- 一、户外运动用品行业生命周期理论概述
- 二、户外运动用品行业所属的生命周期分析

第三节 户外运动用品行业经济指标分析

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

第二章 2019-2023年全球户外运动用品行业市场发展现状分析

第一节全球户外运动用品行业发展历程回顾

第二节全球户外运动用品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲户外运动用品行业地区市场分析

一、亚洲户外运动用品行业市场现状分析

二、亚洲户外运动用品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲户外运动用品行业市场前景分析

第四节北美户外运动用品行业地区市场分析

一、北美户外运动用品行业市场现状分析

二、北美户外运动用品行业市场规模与市场需求分析

三、北美户外运动用品行业市场前景分析

第五节欧洲户外运动用品行业地区市场分析

一、欧洲户外运动用品行业市场现状分析

二、欧洲户外运动用品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲户外运动用品行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界户外运动用品行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球户外运动用品行业市场规模预测

第三章 中国户外运动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运动用品行业的影响分析

第三节中国户外运动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运动用品行业的影响分析

第五节中国户外运动用品行业产业社会环境分析

第四章 中国户外运动用品行业运行情况

第一节中国户外运动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

第二节中国户外运动用品行业市场规模分析

一、影响中国户外运动用品行业市场规模的因素

二、中国户外运动用品行业市场规模

三、中国户外运动用品行业市场规模解析

第三节中国户外运动用品行业供应情况分析

一、中国户外运动用品行业供应规模

二、中国户外运动用品行业供应特点

第四节中国户外运动用品行业需求情况分析

一、中国户外运动用品行业需求规模

二、中国户外运动用品行业需求特点

第五节中国户外运动用品行业供需平衡分析

第五章 中国户外运动用品行业产业链和细分市场分析

第一节中国户外运动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、户外运动用品行业产业链图解

第二节中国户外运动用品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对户外运动用品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对户外运动用品行业的影响分析

第三节我国户外运动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年中国户外运动用品行业市场竞争分析

第一节中国户外运动用品行业竞争现状分析

一、中国户外运动用品行业竞争格局分析

二、中国户外运动用品行业主要品牌分析

第二节中国户外运动用品行业集中度分析

一、中国户外运动用品行业市场集中度影响因素分析

二、中国户外运动用品行业市场集中度分析

第三节中国户外运动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年中国户外运动用品行业模型分析

第一节中国户外运动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

第二节中国户外运动用品行业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、中国户外运动用品行业SWOT分析结论

第三节中国户外运动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年中国户外运动用品行业需求特点与动态分析

第一节中国户外运动用品行业市场动态情况

第二节中国户外运动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

第三节户外运动用品行业成本结构分析

第四节户外运动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

第五节中国户外运动用品行业价格现状分析

第六节中国户外运动用品行业平均价格走势预测

一、中国户外运动用品行业平均价格趋势分析

二、中国户外运动用品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国户外运动用品行业所属行业运行数据监测

第一节中国户外运动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

第二节中国户外运动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

第三节中国户外运动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年中国户外运动用品行业区域市场现状分析

第一节中国户外运动用品行业区域市场规模分析

一、影响户外运动用品行业区域市场分布的因素

二、中国户外运动用品行业区域市场分布

第二节中国华东地区户外运动用品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区户外运动用品行业市场分析

(1) 华东地区户外运动用品行业市场规模

(2) 华南地区户外运动用品行业市场现状

(3) 华东地区户外运动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、华中地区户外运动用品行业市场分析

- (1) 华中地区户外运动用品行业市场规模
- (2) 华中地区户外运动用品行业市场现状
- (3) 华中地区户外运动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、华南地区户外运动用品行业市场分析

- (1) 华南地区户外运动用品行业市场规模
- (2) 华南地区户外运动用品行业市场现状
- (3) 华南地区户外运动用品行业市场规模预测

第五节华北地区户外运动用品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区户外运动用品行业市场分析

- (1) 华北地区户外运动用品行业市场规模
- (2) 华北地区户外运动用品行业市场现状
- (3) 华北地区户外运动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、东北地区户外运动用品行业市场分析

- (1) 东北地区户外运动用品行业市场规模
- (2) 东北地区户外运动用品行业市场现状
- (3) 东北地区户外运动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、西南地区户外运动用品行业市场分析

- (1) 西南地区户外运动用品行业市场规模
- (2) 西南地区户外运动用品行业市场现状
- (3) 西南地区户外运动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、西北地区户外运动用品行业市场分析

- (1) 西北地区户外运动用品行业市场规模
- (2) 西北地区户外运动用品行业市场现状
- (3) 西北地区户外运动用品行业市场规模预测

第十一章 户外运动用品行业企业分析（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年中国户外运动用品行业发展前景分析与预测

第一节中国户外运动用品行业未来发展前景分析

一、户外运动用品行业国内投资环境分析

二、中国户外运动用品行业市场机会分析

三、中国户外运动用品行业投资增速预测

第二节中国户外运动用品行业未来发展趋势预测

第三节中国户外运动用品行业规模发展预测

- 一、中国户外运动用品行业市场规模预测
- 二、中国户外运动用品行业市场规模增速预测
- 三、中国户外运动用品行业产值规模预测
- 四、中国户外运动用品行业产值增速预测
- 五、中国户外运动用品行业供需情况预测
- 第四节中国户外运动用品行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国户外运动用品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国户外运动用品行业进入壁垒分析

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

第二节户外运动用品行业风险分析

- 一、户外运动用品行业宏观环境风险
- 二、户外运动用品行业技术风险
- 三、户外运动用品行业竞争风险
- 四、户外运动用品行业其他风险

第三节中国户外运动用品行业存在的问题

第四节中国户外运动用品行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国户外运动用品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国户外运动用品行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国户外运动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

第三节户外运动用品行业营销策略分析

- 一、户外运动用品行业产品策略
- 二、户外运动用品行业定价策略
- 三、户外运动用品行业渠道策略
- 四、户外运动用品行业促销策略

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/202405/706412.html>