

中国户外用品行业发展深度分析与投资前景预测报告 (2025-2032年)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国户外用品行业发展深度分析与投资前景预测报告（2025-2032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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202510/767231.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

户外用品是为探险旅游及户外活动设计的专业装备集合，涵盖帐篷、背包、睡袋等基础配置，并延伸出户外包、鞋服、野营装备等多类产品。

产业链来看，户外用品行业产业链上游为原材料，涵盖钢材、有色金属、化学纤维、橡胶、塑料、棉纱布料、功能性面料等；中游为户外用品生产制造，包括户外服装、户外装备等；下游为销售渠道，分为线上渠道和线下渠道。

资料来源：公开资料、观研天下整理

从相关企业来看，户外用品行业产业链上游为原材料，代表企业有宝武钢铁、江西铜业、恒逸石化、中策橡胶、金发科技等；中游为户外用品生产制造，代表企业有骆驼、探路者、凯乐石、牧高笛、挪客等；下游为销售渠道，分为线上渠道和线下渠道。

资料来源：公开资料、观研天下整理

全球市场来看，全球户外产业在健康生活潮流和户外运动大众化的驱动下稳步增长。2024年全球专业户外产业市场规模为11850亿元，同比增长6.49%。

数据来源：公开资料、观研天下整理

国内市场来看，近年来我国户外产业近年来发展迅速，已成为推动消费增长的重要力量。2024年我国专业户外产业市场规模达到2095亿元，同比增长9.80%。

数据来源：公开资料、观研天下整理

户外用品主要包括户外服饰和户外装备等类别。在年轻消费力驱动和巨大市场潜力吸引的共同作用下，我国专业户外服饰市场正处在高速增长期。2024年我国专业户外服饰行业市场规模达1319亿元同比增长11.59%。

数据来源：公开资料、观研天下整理

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。2024年我国专业户外装备行业市场规模达776亿元，同比增长6.89%。

数据来源：公开资料、观研天下整理

相关企业注册量来看，我国户外用品市场参与者众多，企业注册活跃，尤其在露营等细分领域增长迅速。2023年我国户外用品相关企业注册量最高，2024年企业注册量降至313.97万家。2025年1-9月29日，我国户外用品相关企业注册量已达到235.19万家。

数据来源：企查查、观研天下整理

渠道占比来看，线下渠道是户外产品展示和提升消费者购物体验的重要场所，线下门店为消费者提供更直观的产品体验和专业的服务支持。2024年，中国户外用品线下渠道占比59.97%，线上渠道占比40.03%。

数据来源：公开资料、观研天下整理

竞争优势来看，上游方面，户外用品行业产业链上游为原材料，涵盖钢材、有色金属、化学纤维、橡胶、塑料、棉纱布料、功能性面料等，代表企业有宝武钢铁、江西铜业、恒逸石化、中策橡胶、金发科技等。

我国户外用品行业上游相关企业竞争优势对比

上游环节

企业简称

成立时间

竞争优势

钢材

宝武钢铁

1992-1-1

全球化布局与市场竞争力：作为全球钢铁龙头企业，宝武连续四年保持钢产量全球第一，覆盖50多个国家，工程用钢板与板材制造形成互补优势。

成本控制与精益运营：在行业下行周期中，宝武推行“算账经营”理念，严格把控成本。重庆钢铁通过精益运营实现上半年亏损大幅收窄，毛利率转正。

有色金属

江西铜业

1997-1-24

规模优势：本集团为中国最大的铜生产基地,最大的伴生金、银生产基地,以及重要的硫化工基地,公司拥有目前国内规模最大的德兴铜矿及多座在产铜矿。

技术优势：本集团拥有行业领先的铜冶炼及矿山开发技术。贵溪冶炼厂是国内首家引进全套闪速冶炼技术生产线的单位,整体生产技术和主要技术经济指标已达到国际先进水平。

化学纤维

恒逸石化

1996-8-13

国际化产业战略领先优势：围绕“巩固、突出和优化主营业务竞争力”的战略方针,通过强强联合,率先应用聚酯熔体直纺技术、大规模PTA技术和己内酰胺绿色高端技术,通过并购整合优化扩张化纤行业终端产能,实现石化化纤产业优势嫁接,并在上述领域产业大幅度提升行业技

术和竞争力,助推石化化纤行业高质量发展。

高端研发优势：公司长期专注于石化化纤领域的高端技术和产品研发应用,依托校企平台实现工艺技术的领先和产品结构的“多样化、系列化、优质化、独特化”,全面开展全产业链相关新产品、新技术的研究与开发,实现全流程、柔性化的高新产品(技术)开发和科技成果转化,技术水平行业领先。

橡胶

中策橡胶

1992-6-12

产品质量和品牌优势：公司深耕轮胎行业,具有较强的品牌优势。其中,“朝阳”牌全钢子午线轮胎、“朝阳”牌自行车轮胎分别被授予“中国名牌产品”、“国家名牌产品”称号,“朝阳”商标被国家工商总局认定为“中国驰名商标”。

生产规模优势：轮胎产业属于典型的资本、技术和劳动密集型产业,具有显著的规模经济特性。公司属大型轮胎制造厂商,具备成熟的生产工艺和较大的生产规模,是全球最大的全钢子午胎生产企业之一。

塑料

金发科技

1993-5-26

凝聚人才的企业文化：公司打造了基于价值分享的激励体系——“蛋糕理论”。该体系着重将公司的发展与员工个人利益相结合,让公司优秀的核心人才能够分享到公司成长的收益。

全球协同的营销网络：公司秉承“订单就是命令,合同就是老大”的营销理念,围绕客户需求打造全球协同的营销网络。在营销中心形成了以区域、客户、行业三位一体的客户服务体系。

资料来源：公开资料、观研天下整理

中游方面，户外用品行业产业链中游为户外用品生产制造，包括户外服装、户外装备等，代表企业有骆驼、探路者、凯乐石、牧高笛、挪客等。

我国户外用品行业中游相关企业竞争优势对比

中游环节

企业简称

成立时间

竞争优势

户外服装

骆驼

2005年

市场主导地位：骆驼连续5年（2020-2024）保持中国户外销量第一，并连续3年（2022-2024）占据露营帐篷销量榜首。

政策与市场机遇：国家政策推动户外运动产业发展，骆驼凭借精准的市场定位和快速响应能力，成为行业增长的主要推动力。

探路者

1999-1-11

品牌优势：公司在品牌建设中,不断加大品牌培育力度,全力打造具有影响力的品牌,传播品牌发展理念,推进公司品牌建设工作,在建设和宣传企业自主品牌上不断创新,丰富了品牌内涵。

营销管理优势：公司持续推进“线下深耕、线上突破”的全渠道战略,构建多元化经营网络。线下通过直营、联营及加盟模式协同布局,覆盖全国重点省市核心商圈,形成高效联动的实体营销网络,在部分区域确立市场领先优势,为业绩增长提供稳定支撑。

凯乐石

2003年

产品理念：专注极限运动装备研发，例如其贡嘎100冰川极限赛装备采用专业户外面料和极限剪裁技术，在复杂地形中实现防水透湿、抗风阻等性能突破。

企业文化：以“传递激情”为核心，将户外运动热情融入品牌基因，通过取消KPI考核、给予员工“暑假”等创新管理方式，强调“不卖货”的职业经理人理念，形成独特的企业价值观。

户外装备

牧高笛

2006-10-31

品牌优势：OEM/ODM方面,公司凭借在工艺设计、材料品质、生产效率和附加服务等方面,积累的良好口碑,与国外客户建立了稳定的业务合作关系,形成了无形的品牌优势。

渠道营销优势：公司营销网络涵盖百货商场店、购物中心店、综合街边店、电子商务平台等各种形式,实现线上和线下从不同层面贴近目标消费群体。

挪客

2010年

全球化布局与品牌影响力：挪客产品覆盖68个国家，2021年入选天猫海外年度国货新品牌，2022年完成近亿元融资。其Village

6.0帐篷等单品通过速开设计和耐用材质，在欧美市场获得较高认可。

精准的产品定位：挪客专注于轻量化户外装备，针对注重产品重量、收纳便捷性和专业性的用户群体，提出“轻户外·轻旅行”理念，产品涵盖帐篷、气垫、睡袋、折叠桌椅等9大系列，满足徒步、登山、露营等场景需求。

资料来源：公开资料、观研天下整理（xyl）

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《中国户外用品行业发展深度分析与投资前景预测报告（2025-2032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：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 户外用品 行业发展概述

第一节 户外用品 行业发展情况概述

一、 户外用品 行业相关定义

二、 户外用品 特点分析

三、 户外用品 行业基本情况介绍

四、 户外用品 行业经营模式

(1) 生产模式

(2) 采购模式

(3) 销售/服务模式

五、 户外用品 行业需求主体分析

第二节 中国 户外用品 行业生命周期分析

一、 户外用品 行业生命周期理论概述

二、 户外用品 行业所属的生命周期分析

第三节 户外用品 行业经济指标分析

一、 户外用品 行业的赢利性分析

二、 户外用品 行业的经济周期分析

三、 户外用品 行业附加值的提升空间分析

第二章 中国 户外用品 行业监管分析

第一节 中国 户外用品 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国 户外用品 行业政策法规

一、行业主要政策法规			
二、主要行业标准分析			
第三节 国内监管与政策对	户外用品		行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】			
第三章 2020-2024年中国	户外用品		行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对	户外用品		行业的影响分析
一、中国宏观经济环境			
二、中国宏观经济环境对	户外用品		行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对	户外用品		行业的影响分析
第三节 中国对外贸易环境与对	户外用品		行业的影响分析
第四节 中国	户外用品		行业投资环境分析
第五节 中国	户外用品		行业技术环境分析
第六节 中国	户外用品		行业进入壁垒分析
一、	户外用品		行业资金壁垒分析
二、	户外用品		行业技术壁垒分析
三、	户外用品		行业人才壁垒分析
四、	户外用品		行业品牌壁垒分析
五、	户外用品		行业其他壁垒分析
第七节 中国	户外用品		行业风险分析
一、	户外用品		行业宏观环境风险
二、	户外用品		行业技术风险
三、	户外用品		行业竞争风险
四、	户外用品		行业其他风险
第四章 2020-2024年全球	户外用品		行业发展现状分析
第一节 全球	户外用品		行业发展历程回顾
第二节 全球	户外用品		行业市场规模与区域分 布 情况
第三节 亚洲	户外用品		行业地区市场分析
一、亚洲	户外用品		行业市场现状分析
二、亚洲	户外用品		行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲	户外用品		行业市场前景分析
第四节 北美	户外用品		行业地区市场分析
一、北美	户外用品		行业市场现状分析
二、北美	户外用品		行业市场规模与市场需求分析
三、北美	户外用品		行业市场前景分析
第五节 欧洲	户外用品		行业地区市场分析

一、欧洲	户外用品	行业市场现状分析	
二、欧洲	户外用品	行业市场规模与市场需求分析	
三、欧洲	户外用品	行业市场前景分析	
第六节	2025-2032年全球 户外用品	行业分布	走势预测
第七节	2025-2032年全球 户外用品	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】			
第五章	中国 户外用品	行业运行情况	
第一节	中国 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 户外用品	行业市场规模分析	
一、	影响中国 户外用品	行业市场规模的因素	
二、	中国 户外用品	行业市场规模	
三、	中国 户外用品	行业市场规模解析	
第三节	中国 户外用品	行业供应情况分析	
一、	中国 户外用品	行业供应规模	
二、	中国 户外用品	行业供应特点	
第四节	中国 户外用品	行业需求情况分析	
一、	中国 户外用品	行业需求规模	
二、	中国 户外用品	行业需求特点	
第五节	中国 户外用品	行业供需平衡分析	
第六节	中国 户外用品	行业存在的问题与解决策略分析	
第六章	中国 户外用品	行业产业链及细分市场分析	
第一节	中国 户外用品	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、	户外用品	行业产业链图解	
第二节	中国 户外用品	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 户外用品	行业的影响分析	
第三节	中国 户外用品	行业细分市场分析	
一、	细分市场一		

二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国	户外用品	行业市场竞争分析
第一节 中国	户外用品	行业竞争现状分析
一、中国	户外用品	行业竞争格局分析
二、中国	户外用品	行业主要品牌分析
第二节 中国	户外用品	行业集中度分析
一、中国	户外用品	行业市场集中度影响因素分析
二、中国	户外用品	行业市场集中度分析
第三节 中国	户外用品	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		
第八章 2020-2024年中国	户外用品	行业模型分析
第一节 中国	户外用品	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	户外用品	行业SWOT分析
一、SWOT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	户外用品	行业SWOT分析结论
第三节 中国	户外用品	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		

第九章 2020-2024年中国	户外用品	行业需求特点与动态分析
第一节 中国	户外用品	行业市场动态情况
第二节 中国	户外用品	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	户外用品	行业成本结构分析
第四节	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、其他因素		
第五节 中国	户外用品	行业价格现状分析
第六节 2025-2032年中国	户外用品	行业价格影响因素与走势预测
第十章 中国	户外用品	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国	户外用品	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		
第十一章 2020-2024年中国	户外用品	行业区域市场现状分析
第一节 中国	户外用品	行业区域市场规模分析
一、影响	户外用品	行业区域市场分布的因素
二、中国	户外用品	行业区域市场分布
第二节 中国华东地区	户外用品	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 户外用品

(1) 华东地区 户外用品

(2) 华东地区 户外用品

(3) 华东地区 户外用品

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

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 户外用品

(1) 华中地区 户外用品

(2) 华中地区 户外用品

(3) 华中地区 户外用品

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

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 户外用品

(1) 华南地区 户外用品

(2) 华南地区 户外用品

(3) 华南地区 户外用品

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

第五节 华北地区 户外用品

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 户外用品

(1) 华北地区 户外用品

(2) 华北地区 户外用品

(3) 华北地区 户外用品

行业市场分析

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

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 户外用品

(1) 东北地区 户外用品

(2) 东北地区 户外用品

(3) 东北地区 户外用品

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

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 户外用品

(1) 西南地区 户外用品

(2) 西南地区 户外用品

(3) 西南地区 户外用品

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

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 户外用品

(1) 西北地区 户外用品

(2) 西北地区 户外用品

(3) 西北地区 户外用品

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国 户外用品

行业市场规模区域分布

预测

第十二章 户外用品

行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

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 企业二

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

第三节 企业三

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

第四节 企业四

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

第五节 企业五

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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

第十节 企业十

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

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 户外用品 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 户外用品 行业未来发展前景分析

一、中国 户外用品 行业市场机会分析

二、中国 户外用品 行业投资增速预测

第二节 中国 户外用品 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 户外用品 行业规模发展预测

一、中国 户外用品 行业市场规模预测

二、中国 户外用品 行业市场规模增速预测

三、中国 户外用品 行业产值规模预测

四、中国 户外用品 行业产值增速预测

五、中国 户外用品 行业供需情况预测

第四节 中国 户外用品 行业盈利走势预测

第十四章 中国 户外用品 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 户外用品 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 户外用品 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 户外用品 行业品牌营销策略分析

一、 户外用品 行业产品策略

二、 户外用品 行业定价策略

三、 户外用品 行业渠道策略

四、 户外用品 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202510/767231.html>