

中国户外运动行业发展现状调研与投资趋势预测报告（2022-2029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《中国户外运动行业发展现状调研与投资趋势预测报告（2022-2029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/202211/617639.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

一、我国户外运动大众化时间较短，渗透率提升空间大

户外运动是以自然环境为载体，以竞技、健身、休闲等为主要形式的体育活动。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。城市人口剧增、生产节奏加快等社会问题凸显，欧美地区户外运动率先实现了大众化发展。而我国户外运动大众化仅十多年，经历初期的井喷式增长后，2013年后进入平稳期。据数据，2003-2013年我国户外用品出货总额由3亿元增长至197亿元，零售总额由5亿元增长至181亿元。2014-2020年我国户外用品出货总额由110亿元增长至139亿元，零售总额由201亿元增长至245亿元。

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

相较发展较早的欧美地区，我国户外运动参与率较低，仅为10%。近两年疫情之下，本地游、周边游成为主流，以2022年国庆期间为例，城市及周边游占比达63%，国内户外运动正逐渐升温，渗透率提升至28%，但对比欧美国家50%以上的水平仍有较大提升空间。

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、骑行等传统户外运动参与人数基数庞大，露营等小众户外运动热度飙升

从具体项目看，骑行、徒步、登山作为传统户外运动项目，参与人数最多，但由于基数庞大，增速上不如露营、桨板、飞盘、陆冲等热度飙升的新兴小众项目。如2022年“五一”营百度搜索热度创下新高，同比涨幅达298%；2022年6月，陆地冲浪的搜索量环比年初同期增长了12倍；冬奥期间滑雪百度搜索热度高达7916，同比上涨369%；2022年8月桨板运动百度搜索指数同比上涨549%。

数据来源：观研天下数据中心整理

露营等小众运动热度增长情况

运动名称

热度增长情况

滑雪

尽管疫情期间跨省的体验客群大幅下滑，但北京冬奥会带来的红利明显，本地市场参与滑雪的热情高涨，周末或节假日全国各大雪场频繁出现“排长队”现象，冬奥期间滑雪百度搜索热度高达7916，同比上涨369%。

露营

作为长途游的最佳替代方案，自2020年以来伴随着“精致露营”新趋势而持续出圈，2022年“

五一 繞 處 念島 虧 驚 跽 CE 艤岐

露营订单量同比增长超10倍，美团露营订单量相比五一假期增长400%。

飞盘

今年夏季，飞盘在年轻人及社交平台突然爆火，小红书发布的《2022十大生活趋势》显示，2021年飞盘相关的内容发布量同比增长6倍；飞盘百度搜索热度7月初同比上涨11倍。根据全国飞盘运动推广委员会的调查数据，2021年全国参与飞盘运动的玩家大约有50万人，而今年该数字将呈几何增长。

陆冲

全称“陆地冲浪板”，是滑板的分支，运动者脚不蹬地，直接在板子上靠上半身发力扭动滑行，因而能够在陆地上就获得海上冲浪的体验感。大众点评数据显示，今年6月以来，陆地冲浪的搜索量环比年初同期增长了12倍。

桨板

全称Stand Up Paddle，简称SUP，由于其玩法多样且参与门槛远低于冲浪，近年来已风靡欧美地区，成为全球增长最快的水上运动项目。今年夏季，国内桨板运动一度火热出圈，8月下旬百度搜索指数同比上涨549%。

资料来源：观研天下整理

三、一线及新一线城市的青年女性为户外运动核心参与群体

与广义的运动户外（包含体育运动及户外运动）用户画像不同，国内参与户外运动的群体主要为一线及新一线城市的青年女性。

从城市层级看，一线及新一线城市居民消费能力和其对品质生活、新潮事物的追求较高，在户外运动参与者中占据65%的比重。二线及以下城市户外运动渗透率低，增长潜力大。

从年龄分布看，户外运动参与核心为具备一定的经济基础和消费能力群体，包括亲子家庭、中产阶级为代表的“80后”及初入职场、追赶潮流的“90后”“95后”。中老年群体由于接受能力及身体素质因素，对户外运动需求较小。

从性别分布看，不同于传统的球类、健身或登山、徒步项目，新趋势下的户外休闲运动吸引着更多女性玩家的参与，女性户外运动参与者占比达到66%。

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

数据来源：观研天下数据中心整理

四、支持、规范产业发展政策频出，户外运动将成为国内居民常态化生活方式

需求端快速增长，而供给端存在的自然资源向户外运动开放不够、户外运动专业人才缺乏、设施与产品有效供给不足等问题，使得国内户外运动行业呈现粗放式成长。近年来，国务院、发改委、国家体育总局等相关部委发布了一系列支持、规范户外运动产业发展的政策。政策主要内容包括推动露营地、骑行道、体育公园等基础设施建设，鼓励打造精品户外活动赛事品牌，建设户外运动安全管理体系，规范户外用品的开发与营销等。

我国户外运动行业相关政策

时间

政策

部门

主要内容

2022.10

《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》

体育总局、发展改革委、工业和信息化部等多部门

《规划》提出，到2025年，户外运动产业高质量发展成效显著，参与人数不断增长，户外运动产业总规模超过3万亿元。

2022.04

《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》

国务院办公厅

充分挖掘县乡消费潜力，提升乡村旅游、民宿经济、户外运动等服务环境和品质；强化用地用房保障，适应乡村旅游、民宿、户外运动营地及相关基础设施建设小规模用地需要，积极探索适宜供地方式。

2022.03

《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》

国务院办公厅

完善户外运动配套设施，加强冰雪、山地等户外运动营地及登山道、徒步道、骑行道等设施建设，加强户外运动目的地与交通干线之间的连接；建立户外运动安全分级管控体系，分类制定办赛安全标准，加强户外安全知识教育。

2021.10

《“十四五”体育发展规划》

国家体育总局

重点发展冰雪、山地户外、水上、汽车摩托车等户外运动产业；持续打国际山地旅游暨户外运动大会、绿水青山系列休闲赛、中国家庭帆船赛、中国水上休闲运动大会、世界飞行者大会、中国汽车房车露营大会、中国户外运动产业大会等户外活动品牌。

2021.08

《全民健身计划（2021-2025年）》

国务院

促进体旅融合，通过普及推广冰雪、山地户外、航空、水上、马拉松、自行车、汽车摩托车等户外运动项目，建设完善相关设施，拓展体育旅游产品和服务供给。

2021.04

《“十四五”时期全民健身设施补短板工程实施方案》

国家发改委、体育总局

新增体育公园、健康步道、户外运动公共服务设施三大支持方向。

2019.04

《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》

国务院办公厅

力争到2022年，我国冰雪运动总体发展更加均衡，普及程度明显提升，参与人数大幅增加，冰雪运动影响力更加广泛；冰雪运动竞技水平明显提高，产业规模明显扩大，结构不断优化，产业链日益完备。

资料来源：观研天下整理

《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》提出到2025年，户外运动产业高质量发展成效显著，参与人数不断增长，户外运动产业总规模超过3万亿元。未来，随着户外运动供给侧的成长（包括政策、基础设施、文旅产品），户外运动的体验感、吸引力将大幅提升，户外运动将从短期需求向长期需求转化，成为国内居民强身健体的一种常态化生活方式。根据南都民调中心调查数据，表示疫情后会继续参加户外运动的受访者占比超9成，其中接近3成表示会进入相关行业工作，接近5成表示会养成兴趣爱好。

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

观研报告网发布的《中国户外运动行业发展现状调研与投资趋势预测报告（2022-2029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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国户外运动行业发展概述

第一节户外运动行业发展情况概述

- 一、户外运动行业相关定义
- 二、户外运动特点分析
- 三、户外运动行业基本情况介绍
- 四、户外运动行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、户外运动行业需求主体分析

第二节中国户外运动行业生命周期分析

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

第三节户外运动行业经济指标分析

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

第二章 2018-2022年全球户外运动行业市场发展现状分析

第一节全球户外运动行业发展历程回顾

第二节全球户外运动行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲户外运动行业地区市场分析

- 一、亚洲户外运动行业市场现状分析

二、亚洲户外运动行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲户外运动行业市场前景分析

第四节北美户外运动行业地区市场分析

一、北美户外运动行业市场现状分析

二、北美户外运动行业市场规模与市场需求分析

三、北美户外运动行业市场前景分析

第五节欧洲户外运动行业地区市场分析

一、欧洲户外运动行业市场现状分析

二、欧洲户外运动行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲户外运动行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界户外运动行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球户外运动行业市场规模预测

第三章 中国户外运动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行业的影响分析

第三节中国户外运动行业政策环境分析

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行业的影响分析

第五节中国户外运动行业产业社会环境分析

第四章 中国户外运动行业运行情况

第一节中国户外运动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行业市场规模分析

一、影响中国户外运动行业市场规模的因素

二、中国户外运动行业市场规模

三、中国户外运动行业市场规模解析

第三节中国户外运动行业供应情况分析

一、中国户外运动行业供应规模

二、中国户外运动行业供应特点

第四节中国户外运动行业需求情况分析

一、中国户外运动行业需求规模

二、中国户外运动行业需求特点

第五节中国户外运动行业供需平衡分析

第五章 中国户外运动行业产业链和细分市场分析

第一节中国户外运动行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、户外运动行业产业链图解

第二节中国户外运动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行业的影响分析

第三节我国户外运动行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国户外运动行业市场竞争分析

第一节中国户外运动行业竞争现状分析

一、中国户外运动行业竞争格局分析

二、中国户外运动行业主要品牌分析

第二节中国户外运动行业集中度分析

一、中国户外运动行业市场集中度影响因素分析

二、中国户外运动行业市场集中度分析

第三节中国户外运动行业竞争特征分析

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 2018-2022年中国户外运动行业模型分析

第一节中国户外运动行业竞争结构分析（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、中国户外运动行业SWOT分析结论

第三节中国户外运动行业竞争环境分析（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 2018-2022年中国户外运动行业需求特点与动态分析

第一节中国户外运动行业市场动态情况

第二节中国户外运动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

第三节户外运动行业成本结构分析

第四节户外运动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行业价格现状分析

第六节中国户外运动行业平均价格走势预测

一、中国户外运动行业平均价格趋势分析

二、中国户外运动行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国户外运动行业所属行业运行数据监测

第一节中国户外运动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 2018-2022年中国户外运动行业区域市场现状分析

第一节中国户外运动行业区域市场规模分析

一、影响户外运动行业区域市场分布的因素

二、中国户外运动行业区域市场分布

第二节中国华东地区户外运动行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区户外运动行业市场分析

(1) 华东地区户外运动行业市场规模

(2) 华南地区户外运动行业市场现状

(3) 华东地区户外运动行业市场规模预测

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、华中地区户外运动行业市场分析

(1) 华中地区户外运动行业市场规模

(2) 华中地区户外运动行业市场现状

(3) 华中地区户外运动行业市场规模预测

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、华南地区户外运动行业市场分析

(1) 华南地区户外运动行业市场规模

(2) 华南地区户外运动行业市场现状

(3) 华南地区户外运动行业市场规模预测

第五节 华北地区户外运动行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区户外运动行业市场分析

(1) 华北地区户外运动行业市场规模

(2) 华北地区户外运动行业市场现状

(3) 华北地区户外运动行业市场规模预测

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、东北地区户外运动行业市场分析

(1) 东北地区户外运动行业市场规模

(2) 东北地区户外运动行业市场现状

(3) 东北地区户外运动行业市场规模预测

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、西南地区户外运动行业市场分析

(1) 西南地区户外运动行业市场规模

(2) 西南地区户外运动行业市场现状

(3) 西南地区户外运动行业市场规模预测

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、西北地区户外运动行业市场分析

(1) 西北地区户外运动行业市场规模

(2) 西北地区户外运动行业市场现状

（3）西北地区户外运动行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国户外运动行业市场规模区域分布预测

第十一章 户外运动行业企业分析（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

.....

第十二章 2022-2029年中国户外运动行业发展前景分析与预测

第一节中国户外运动行业未来发展前景分析

一、户外运动行业国内投资环境分析

二、中国户外运动行业市场机会分析

三、中国户外运动行业投资增速预测

第二节中国户外运动行业未来发展趋势预测

第三节中国户外运动行业规模发展预测

一、中国户外运动行业市场规模预测

二、中国户外运动行业市场规模增速预测

三、中国户外运动行业产值规模预测

四、中国户外运动行业产值增速预测

五、中国户外运动行业供需情况预测

第四节中国户外运动行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国户外运动行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国户外运动行业进入壁垒分析

一、户外运动行业资金壁垒分析

二、户外运动行业技术壁垒分析

三、户外运动行业人才壁垒分析

四、户外运动行业品牌壁垒分析

五、户外运动行业其他壁垒分析

第二节户外运动行业风险分析

一、户外运动行业宏观环境风险

二、户外运动行业技术风险

三、户外运动行业竞争风险

四、户外运动行业其他风险

第三节中国户外运动行业存在的问题

第四节中国户外运动行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国户外运动行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国户外运动行业研究综述

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 户外运动行业营销策略分析

一、户外运动行业产品策略

二、户外运动行业定价策略

三、户外运动行业渠道策略

四、户外运动行业促销策略

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/202211/617639.html>