

中国户外运动用品行业现状深度研究与发展前景 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发展前景预测报告（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/202403/698794.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

1、户外运动用品产业链图解

户外运动用品产业链上游主要为纺织、化纤、面辅料等原材料生产与 OEM/ODM 代工生产企业，产业链中游为户外运动所需要的鞋服、装备、器材等，产业链下游主要为品牌商与零售商。

资料来源：公开资料、观研天下整理

2、全球及中国户外运动用品市场规模情况

（1）全球户外运动用品市场规模正不断扩大

欧美国家是户外运动的诞生地，户外活动本身有着很高普及度和渗透率，随着疫情解封，人们的旅游需求暴增，户外运动的热度再度席卷全球。户外运动同时催生户外用品行业蓬勃发展。据统计，2022年全球户外用品市场规模达 2002.05 亿美元，其中欧美地区户外用品需求在全球户外用品需求中占比接近50%，消费需求也是长盛不衰。

数据来源：公开资料、观研天下整理

（2）中国成为全球户外运动用品第一大市场

各地市场规模占比来看，中国及欧美为全球户外用品行业的主要市场。早在2021年，根据各地区销售规模测算，美国、欧洲分别占全球户外运动用品市场规模的24%、21%，而中国占比约为 25%。

数据来源：公开资料、观研天下整理

中国市场来看，近些年来，冬奥带来的冰雪运动热潮和露营产业的兴起，我国户外运动用品市场也迎来较快发展。公开数据数据显示，2021年，全国户外运动参与人数已超过4亿人。我国户外运动热潮不减，带动户外用品市场规模持续增长，2022年国内户外运动用品行业市场规模达到253.6亿元。

数据来源：公开资料、观研天下整理

（3）国外一线品牌垄断行业中高端市场

从户外运动用品的市场分布来看，国外一线品牌具备突出的品牌优势及强大的产品力，几乎垄断户外运动用品行业中高端市场，而国内上市企业稀缺，且公司收入体量和盈利水平均低于海外公司。国产品牌大部分定位大众市场，少数定位中高端市场，为摆脱现状，国内品牌正在逐步提升的产品力及高性价比。据统计，在2024年户外用品十大品牌排行榜中，前三名均属国外品牌，分别为ARC'TERYX始祖鸟、TheNorthFace北面、Columbia Columbia 哥伦比亚，入榜的国内品牌有探路者TOREAD、凯乐石KAILAS、牧高笛MobiGarden、骆

驼CAMEL，其中国产品牌探路者TOREAD位居第四。

2024年户外运动用品行业十大品牌情况 品牌名称 成立时间 所属公司 发源地 简介
ARC'TERYX始祖鸟 1989年 亚玛芬体育用品贸易(上海)有限公司 加拿大 全球颇具影响力的户外服饰品牌，专注户外服装、背包、冰雪运动和攀登护具研发的领导型户外品牌，现隶属于安踏集团，但品牌依然保持独立运营。始祖鸟的产品以功能完善、细节出色，给户外使用者充分的体验和完善的保护，销售网络已遍布海内外数十个国家和地区。

TheNorthFace北面 1966年 威富服饰(中国)有限公司 美国 美国知名户外品牌，是美国上市公司VF集团的重要一员，全球家喻户晓的户外用品品牌，知名的专业登山和徒步装备的制造商，专注于为户外运动员的提供专业装备，其生产的高质量的羽绒制品在户外运动爱好者中享有较高知名度。 Columbia哥伦比亚 1938年 哥伦比亚运动服装商贸(上海)有限公司 美国 全球知名的户外用品生产制造商，以生产雨衣、雨帽起家，已成为全球较大的户外服装品牌。哥伦比亚旗下产品涉及徒步、远足、休闲户外、涉水运动及冬季运动等五类户外运动，在服装和鞋子方面都享有盛誉，深得户外活动发烧友青睐。 探路者TOREAD 1999年 探路者控股集团股份有限公司 北京市 国内知名户外装备品牌，致力于为户外活动提供安全舒适的户外装备，产品囊括从露营装备、野外鞋服到专业登山器材等。探路者主营业务线包含户外品牌探路者、探路者童装、美国户外品牌Discovery

Expedition及户外运动社区绿野网。 JackWolfskin狼爪 1981年 狼爪贸易(上海)有限公司 德国 德国专业运动零售市场规模较大的经销商，知名户外装备品牌，以优异的功能型户外服装、鞋类、配件享誉全球。狼爪在全世界拥有900家专卖店及4000个销售点，户外产品有滑雪、徒步、登山等系列，服装同时兼有时尚性，比较重要的产品旅行系列，具备防紫外线、防脏的功效。 Patagonia巴塔哥尼亚 1973年 南京麦金利户外用品有限公司 美国 国际知名的专业户外品牌，全球功能与生活方式服饰的佼佼者，以其精湛的细节设计而著称，是集服装、背包、鞋品在内综合性高端品牌，其产品在制作过程中非常注意使用包括可回收再生面料在内的各类环保材料，致力于“用最低的伤害生产最好的产品”。 凯乐石KAILAS 2003年 湛江市玛雅旅游用品有限公司 湛江市 专注登山、攀岩、跑山的运动装备品牌，集户外产品设计开发、生产、销售于一体的专业化大型企业。凯乐石拥有攀登器械的全系品牌，致力于产品轻量化，设计作品屡获ISPOGermany, OutdoorIndustryAward等多项国际专业大奖。

MAMMUT猛犸象 1862年 猛犸象户外用品(上海)有限公司 瑞士 1970年代进入户外用品领域，是全球较大的登山运动和户外装备制造商之一，拥有高山攀登，攀岩，滑雪，越野跑，远足徒步等多个系列。猛犸象于2013年进入中国市场，提供的产品涵盖内衣、中间保暖层、可抵御各种恶劣气候的外套、鞋类等多系列产品。 牧高笛MobiGarden 2003年

牧高笛户外用品股份有限公司 宁波市 牧高笛是国内专业户外运动品牌，专业从事露营帐篷、户外服饰及其他户外用品研发、设计、生产和销售的企业。牧高笛倡导舒适、安全的户外出行方式，致力于提供户外探险、徒步、旅行、露营、越野跑等各种户外运动所需的专业装备。 骆驼CAMEL 2000年 骆驼(中国)户外用品有限公司 广州市 全球知名户外运动休闲品牌

，定位以户外功能性体验为核心的户外越野品牌，强调舒适感与时尚感的结合。骆驼已扩展为户外、运动、服装、鞋类、箱包等多个品类，并在户外、运动行业内屡获殊荣。骆驼在中国拥有超过4000家专卖店、品牌专柜，销售网络遍布全球110多个国家和地区。

资料来源：公司资料、观研天下整理

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

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发展前景预测报告（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XX行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界户外运动用品行业分布走势预测

第七节 2023-2030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 2023-2030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 2023-2030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 2023-2030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

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/698794.html>