

2021年中国户外用品市场分析报告- 行业竞争现状与前景评估预测

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《2021年中国户外用品市场分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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/jiudian/529767529767.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

户外装备是指参加各种探险旅游及户外活动时需要配置的一些设备。户外用品产业链中，上游主要包括原料、面料生产供应方；中游的代生产加工企业和户外用品品牌商；下游则应用于零售商和各类消费者。

户外用品行业产业链

资料来源：公开资料整理

一、政策环境（P）

为推广和促进户外运动行业的有效发展，国家政府陆续出台相关法律法规以及政策细则。2019年国家发改委对《产业结构调整指导目录》进行了修订，鼓励类中包括：旅游装备设备，以及休闲、登山、滑雪、潜水、探险等各类户外用品开发与营销服务。

中国户外用品行业相关政策

产业政策

主要内容

《产业结构调整指导目录（2019年本）》

鼓励类中包括：旅游装备设备，以及休闲、登山、滑雪、潜水、探险等各类户外用品开发与营销服务。

《山地户外运动产业发展规划》

大力推动山地户外运动装备制造向研发、设计、销售等高端环节发展，提高自主研发生产能力，培育一批具有自主知识产权的高端健身休闲装备知名品牌。

《国务院关于加强发展健身休闲产业的指导意见》

推广登山、攀岩、徒步、露营、拓展等山地户外运动项目，推动山地户外运动场地设施体系建设，形成“三纵三横”（太行山及京杭大运河、西安至成都、青藏公路，丝绸之路、318国道、长江沿线）山地户外运动布局，完善山地户外运动赛事活动组织体系，加强户外运动指导员队伍建设，完善山地户外运动安全和应急救援体系。

《纺织工业发展规划<2016-2020年>》

进一步巩固提高我国纺织工业在生产制造和国际贸易中的优势和地位，形成创新驱动发展、质量效益提升、品牌效应明显、国际合作加强的纺织工业发展格局，创造国际竞争新优势，初步建成纺织强国。

《轻工业发展规划<2016-2020年>》

推动礼仪休闲用品工业向新颖、时尚方向发展，加强新材料研发和在户外、庭院、运动休闲等行业应用，重点发展文化内涵丰富、品质优良、满足个性化需求的高附加值礼仪休闲用品

。加快产业集群区品牌培育、文化推广、创意设计等公共服务建设，做好非遗、节庆、民俗、民族等文化特色产品推广。

《体育产业发展“十三五”规划》

重点打造冰雪运动、山地运动、户外休闲运动、水上运动、汽摩运动、航空运动、武术运动等各具特色的体育产业集聚区和产业带。

《国务院关于加强发展体育产业促进体育消费的若干意见》

到2025年，基本建立布局合理、功能完善、门类齐全的体育产业体系，体育产品和服务更加丰富，市场机制不断完善，消费需求愈加旺盛，对其他产业带动作用明显提升，体育产业总规模超过5万亿元。成为推动经济社会持续发展的重要力量。在有条件的地方制定专项规划，引导发展户外营地、徒步骑行服务站、汽车露营营地、航空飞行营地、船艇码头等设施。

资料来源：公开资料整理

二、经济环境（E）

目前我国户外用品行业仍处于初步发展阶段，根据数据显示，自2010年来，中国户外用品零售额持续上升，增速逐渐放缓。到2019年中国户外用品零售额达到250.2亿元，同比增长0.16%，增幅较上年减少1.97个百分点。

2010-2019年中国户外用品行业零售额

资料来源：公开资料整理

三、社会环境（S）

在我国户外用品行业消费市场中，目前整体呈现金字塔的分布形式，行业顶级市场中基本为国外一线品牌，代表品牌有始祖鸟、猛犸象、巴塔哥尼亚等；中高端品牌则以北极狐、哥伦比亚为代表；我国本土品牌目前主要定位于低端领域，拓展下沉市场，品牌代表有探路者等。

国内外户外用品行业品牌布局

资料来源：公开资料整理

四、技术环境（T）

我国户外用品行业种类繁多，产品经过了无数次的更新换代，由于户外用品在专业性、功能性与安全性上要求极高，因此技术方面至关重要。目前我国对户外用品行业的技术主要投入主要理念为绿色环保与新型材料，具体包括轻量、太阳能、再生性材料等，新技术的变革或将称为行业未来的发展趋势与焦点。（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国户外用品市场分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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。

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。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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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、户外用品行业基本情况介绍

三、户外用品行业发展特点分析

第二节 中国户外用品行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、户外用品行业产业链条分析

三、中国户外用品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第二章 2017-2020年全球户外用品行业市场发展现状分析

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 欧盟户外用品行业地区市场分析

一、欧盟户外用品行业市场现状分析

二、欧盟户外用品行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟户外用品行业市场前景分析

第六节 全球户外用品行业重点企业分析

第七节 2021-2026年世界户外用品行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球户外用品行业市场规模预测

第三章 中国户外用品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 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、全社会消费品户外用品总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国户外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

第三节 中国户外用品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 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

第三节 中国户外用品行业供应情况分析

第四节 中国户外用品行业需求情况分析

第五节 中国户外用品行业供需平衡分析

第六节 中国户外用品行业发展趋势分析

第五章 中国户外用品所属行业运行数据监测

第一节 中国户外用品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

第六章 2017-2020年中国户外用品市场格局分析

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情况分析

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分析

二、中国户外用品行业企业集中度分析

第三节 中国户外用品行业存在的问题

第四节 中国户外用品行业解决问题的策略分析

第五节 中国户外用品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国户外用品行业需求特点与动态分析

第一节 中国户外用品行业消费市场动态情况

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、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国户外用品行业价格现状分析

第六节 中国户外用品行业平均价格走势预测

一、中国户外用品行业价格影响因素

二、中国户外用品行业平均价格走势预测

三、中国户外用品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020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布

第二节 中国华东地区户外用品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区户外用品市场规模分析

四、华东地区户外用品市场规模预测

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、华中地区户外用品市场规模分析

四、华中地区户外用品市场规模预测

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、华南地区户外用品市场规模分析

四、华南地区户外用品市场规模预测

第九章 2017-2020年中国户外用品行业竞争情况

第一节 中国户外用品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国户外用品行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国户外用品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 户外用品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026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、户外用品行业国内投资环境分析

二、中国户外用品行业市场机会分析

三、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 中国户外用品行业市场发展预测

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

一、中国户外用品行业毛利润同比增速预测

二、中国户外用品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国户外用品行业投资风险与营销分析

第一节 户外用品行业投资风险分析

一、户外用品行业政策风险分析

二、户外用品行业技术风险分析

三、户外用品行业竞争风险分析

四、户外用品行业其他风险分析

第二节 户外用品行业企业经营发展分析及建议

一、户外用品行业经营模式

二、户外用品行业销售模式

三、户外用品行业创新方向

第三节 户外用品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国户外用品行业发展战略及规划建议

第一节 中国户外用品行业品牌战略分析

- 一、户外用品企业品牌的重要性
- 二、户外用品企业实施品牌战略的意义
- 三、户外用品企业品牌的现状分析
- 四、户外用品企业的品牌战略
- 五、户外用品品牌战略管理的策略

第二节 中国户外用品行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国户外用品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国户外用品行业发展策略及投资建议

第一节 中国户外用品行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国户外用品行业定价策略分析

第三节 中国户外用品行业营销渠道策略

- 一、户外用品行业渠道选择策略
- 二、户外用品行业营销策略

第四节 中国户外用品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国户外用品行业重点投资区域分析
- 二、中国户外用品行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiudian/529767529767.html>