

# 2021-2027年中国户外体育 用品市场深度分析与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国户外体育用品市场深度分析与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202107/228362.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2021-2027年中国户外体育用品市场深度分析与投资前景分析报告》共十二章。首先介绍了户外体育用品行业市场发展环境、户外体育用品整体运行态势等，接着分析了户外体育用品行业市场运行的现状，然后介绍了户外体育用品市场竞争格局。随后，报告对户外体育用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了户外体育用品行业发展趋势与投资预测。您若想对户外体育用品产业有个系统的了解或者想投资户外体育用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章户外体育用品产品基本特点

第一节 户外体育用品的定义

第二节 户外体育用品的生产及技术进展

一、户外体育用品生产发展过程

二、户外体育用品应用方法

第三节 户外体育用品产业分析

第二章 2015-2019年全球户外体育用品行业运行现状分析

第一节 2015-2019年全球户外体育用品产业发展分析

一、国际户外体育用品产业特点分析

二、全球户外体育用品市场规模发展情况

三、世界户外体育用品产业链研究分析

四、世界户外体育用品供给情况分析

第二节 2015-2019年世界部分国家户外体育用品发展分析

一、日本

二、美国

三、德国

四、其它

### 第三节 2015-2019年世界户外体育用品产业发展趋势分析

## 第三章 2015-2019年中国户外体育用品产业运行环境分析

### 第一节 2015-2019年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

### 第二节 2015-2019年中国户外体育用品产业政策环境分析

- 一、户外体育用品产业政策分析
- 二、户外体育用品标准分析
- 三、进出口政策分析

### 第三节 2015-2019年中国户外体育用品产业社会环境分析

## 第四章 2015-2019年中国户外体育用品行业发展动态分析

### 第一节 2015-2019年中国户外体育用品产业现状分析

- 一、中国户外体育用品产业的发展背景
- 二、中国户外体育用品产业发展特点
- 三、中国户外体育用品区域行业结构

### 第二节 2015-2019年中国户外体育用品生产设备发展现状分析

- 一、全球户外体育用品制造设备发展状况
- 二、中国户外体育用品制造设备现状分析
- 三、户外体育用品制造设备热点
- 四、中国户外体育用品制造设备行业销售分析
- 五、户外体育用品制造设备及技术发展趋势分析

### 第三节 2015-2019年户外体育用品行业发展上下游深度分析

- 一、上游对行业供给量研究
- 二、下游对行业需求量分析
- 三、上下游产业发展整体结构分析

## 第五章2015-2019年中国户外体育用品所属行业进出口数据监测

### 第一节2015-2019年中国户外体育用品进出口数据监测分析

#### 一、进出口数量分析

#### 二、进出口金额分析

#### 三、进出口国家及地区分析

### 第二节2015-2019年中国户外体育用品进出口数据监测分析

#### 一、进出口数量分析

#### 二、进出口金额分析

#### 三、进出口国家及地区分析

## 第六章户外体育用品行业重点企业财务数据分析

### 第一章 户外体育用品主要企业分析

#### 第一节 艾高(中国)户外用品有限公司

##### 一、企业概述

##### 二、销售渠道与网络

##### 三、企业主要经济指标

##### 四、企业盈利能力分析

##### 五、企业偿债能力分析

##### 六、企业经营能力分析

#### 第二节 长沙童伴游乐设备有限公司

##### 一、企业概述

##### 二、销售渠道与网络

##### 三、企业主要经济指标

##### 四、企业盈利能力分析

##### 五、企业偿债能力分析

##### 六、企业经营能力分析

#### 第三节 郑州朗玛户外用品有限公司

##### 一、企业概述

##### 二、销售渠道与网络

##### 三、企业主要经济指标

##### 四、企业盈利能力分析

##### 五、企业偿债能力分析

## 六、企业经营能力分析

### 第四节 合肥奥赛德户外用品有限公司

#### 一、企业概述

#### 二、销售渠道与网络

#### 三、企业主要经济指标

#### 四、企业盈利能力分析

#### 五、企业偿债能力分析

#### 六、企业经营能力分析

## 第七章 2015-2019年中国户外体育用品市场销售策略分析

### 第一节 中国户外体育用品市场销售终端的基本类型

#### 一、中国户外体育用品市场终端的基本特点

#### 二、各类户外体育用品终端的分布格局

#### 三、户外体育用品市场的主要销售模式

### 第二节 2015-2019年户外体育用品企业主要渠道模式分析

#### 一、区域代理

#### 二、买断品牌

#### 三、特许经营

### 第三节 2015-2019年中国户外体育用品在不同渠道销售情况

#### 一、户外体育用品渠道策略分析

#### 二、代理商选择策略

#### 三、渠道的本土化策略

#### 四、品牌联合策略

### 第四节 2015-2019年户外体育用品在中国的营销策略变化分析

#### 一、传播策略

#### 二、渠道策略

#### 三、产品线组合策略

#### 四、厂商关系

#### 五、营销渠道下沉

#### 六、OEM合作模式

#### 七、体验营销策略

## 第八章2015-2019年中国户外体育用品营销形式分析

### 第一节 户外体育用品消费群

### 第二节 户外体育用品的消费动机

### 第三节 户外体育用品购买驱动力

### 第四节 户外体育用品基本购买行为

### 第五节 户外体育用品基本消费行为

### 第六节 户外体育用品包装风格偏好

### 第七节 户外体育用品知识的培育

### 第八节 户外体育用品市场品牌格局

### 第九节 品牌形象与个性

### 第十节 户外体育用品品牌与市场需求

## 第九章2015-2019年中国户外体育用品产业竞争态势分析

### 第一节2015-2019年中国户外体育用品行业竞争分析

#### 一、进入者的威胁

#### 二、购买者分析

#### 三、替代品分析

#### 四、行业竞争分析

### 第二节2015-2019年中国户外体育用品企业盈利研究分析

#### 一、核心竞争力

#### 二、战略发展思考

### 第三节2015-2019年中国户外体育用品企业竞争策略研究

#### 一、业务延伸及扩张策略

#### 二、多元化经营策略

## 第十章 2015-2019年中国户外体育用品行业投资发展趋势分析

### 第一节2015-2019年中国户外体育用品产业影响因素

#### 一、有利因素

#### 二、不利因素

### 第三节 2015-2019年中国户外体育用品产业投资规模分析

### 第三节 2015-2019年中国户外体育用品产业投资结构分析

#### 一、替代品发展

- 二、行业收购与兼并
- 三、技术创新应用
- 四、产业递进与变迁

## 第十一章2015-2019年中国户外体育用品行业发展趋势预测分析

### 第一节2015-2019年中国户外体育用品行业前景展望

- 一、户外体育用品的研究进展及趋势分析
- 二、户外体育用品价格趋势分析

### 第二节2015-2019年中国户外体育用品行业市场预测分析

- 一、户外体育用品市场供给预测分析
- 二、户外体育用品需求预测分析
- 三、户外体育用品竞争格局预测分析

### 第三节2015-2019年中国户外体育用品行业市场盈利预测分析

## 第十二章 2015-2019年中国户外体育用品行业发展策略及投资建议

### 第一节 户外体育用品行业发展策略分析

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

### 第二节 户外体育用品行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/228362.html>