

# 2023-2029年中国户外用品 行业发展趋势与投资可行性报告

## 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

《2023-2029年中国户外用品行业发展趋势与投资可行性报告》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/202305/362441.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《2023-2029年中国户外用品行业发展趋势与投资可行性报告》共八章。首先介绍了户外用品行业市场发展环境、户外用品整体运行态势等，接着分析了户外用品行业市场运行的现状，然后介绍了户外用品市场竞争格局。随后，报告对户外用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了户外用品行业发展趋势与投资预测。您若想对户外用品产业有个系统的了解或者想投资户外用品行业，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 户外用品行业发展概述

#### 第一节 户外用品行业相关概述

##### 一、户外用品行业定义

##### 二、户外用品分类概述

##### 三、户外用品行业政策

###### （一）行业监管体制

###### （二）行业法规政策

#### 第二节 户外用品行业经济环境分析

##### 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、全社会消费品零售总额

##### 五、对外贸易发展形势分析

#### 第三节 户外用品行业社会环境分析

##### 一、中国人口2019-2022年龄结构

##### 二、城乡居民收入情况

##### 三、居民消费水平与结构

#### 第四节 国内旅游业发展态势

## 一、居民旅游市场规模分析

(一) 中国居民旅游人数规模

(二) 国内居民旅游花费总额

(三) 城乡居民国内旅游情况

## 二、入境旅游市场规模分析

(一) 入境游客人数规模分析

(二) 入境旅游收入规模分析

(三) 入境旅游客源分布情况

(1) 客源结构分析

(2) 客源入境方式

(3) 入境旅游目的

(4) 2019-2022年龄及性别结构

(四) 入境旅游过夜游客数

## 三、国内出境旅游市场分析

(一) 居民出境旅游人数分析

(二) 因私出境旅游人数分析

(三) 赴日旅游市场状况分析

(四) 赴台旅游市场状况分析

## 四、旅游细分市场发展分析

(一) 休闲度假旅游市场分析

(二) 蜜月旅行市场发展分析

(三) 商务旅行市场发展分线

## 第五节 自驾游市场发展分析

### 一、中国房车产销量情况

(一) 中国房车产量情况

(二) 中国房车销量情况

### 二、自驾游市场发展特征

### 三、自驾游人数规模分析

### 四、自驾游市场调查分析

(一) 自驾游目的情况

(二) 自驾游组织情况

(三) 自驾游安排情况

(四) 自驾游车型情况

(五) 自驾游路段选择

(六) 自驾游热门区域

(七) 自驾游热门主题

(八) 出境自驾游市场

## 第六节 户外运动市场发展分析

### 一、户外运动基本情况分析

(一) 户外运动发展概况

(二) 户外运动类型分析

(三) 户外运动特征分析

### 二、户外运动发展方面分析

(一) 户外运动人数规模

(二) 户外运动市场规模

### 三、户外运动消费者分析

(一) 户外消费人群2019-2022年龄分布

(二) 户外消费人群喜爱户外运动排名

(三) 户外运动消费人群消费能力

### 四、户外产业发展趋势分析

## 第七节、户外俱乐部市场发展分析

### 一、中国主要户外俱乐部情况

### 二、国内主要户外俱乐部介绍

(一) 三夫俱乐部

(二) 兰州大玩家户外运动俱乐部

(三) 武汉穿山豹

(四) 合肥行者户外俱乐部

## 第八节 国内外户外露营地发展分析

### 一、国外旅游营地发展过程及现状

### 二、国外旅游营地发展经验总结

### 三、国外著名旅游营地情况

(一) 乡村型露营地

(二) 五星级露营地

(三) 海滨型露营地

(四) 山地型露营地

(五) 森林型露营地

(六) 河畔型露营地

#### 四、中国户外露营地发展分析

(一) 房车营地概述

(二) 房车营地的分类和功能

(三) 中国营地发展状况分析

(四) 中国营地发展规模分析

(五) 中国主要露营地分析

(六) 中国露营旅游发展前景

## 第二章 国内外户外用品行业运行态势

### 第一节 国外户外用品行业运行分析

一、国外户外用品行业发展历程

二、国外户外用品行业品牌数量

三、国外户外用品品牌出货规模

四、国外户外用品行业竞争状况

### 第二节 国内户外用品行业运行态势

一、国内户外用品行业发展历程

二、国内户外用品行业市场规模

三、国内户外用品行业品牌数量

四、国内户外用品品牌出货规模

五、国内户外用品的品牌占有率

(一) 一线城市品牌占有率

(二) 二线城市品牌占有率

(三) 三线城市品牌占有率

### 第三节 国内外户外用品行业竞争分析

一、国内外户外用品竞争现状

二、国内品牌较国外品牌优势

三、国内品牌较国外品牌劣势

四、国内外户外用品竞争对比

(一) 品牌价差分析

(二) 渠道发展对比

(三) 品牌市场份额

五、零售市场发展的不利因素

六、户外用品行业发展壁垒分析

第四节 体育用品企业进军户外行业剖析

一、体育用品企业户外品牌发展现状

二、体育用品企业进军户外壁垒分析

三、体育用品企业进军户外策略分析

四、主要体育用品企业户外品牌分析

(一) 阿迪达斯 (Adidas)

(二) 李宁 (Li-Ning Adventure)

(三) 安踏 (ANTA)

(四) 361°

(五) 彪马 (Puma)

第三章 中国户外用品细分行业发展分析

第一节 户外服装行业发展分析

一、户外服装行业发展概况

二、户外服装市场规模分析

三、户外服装品牌竞争状况

四、户外服装功能需求分析

五、户外服装盈利水平分析

六、主要户外服装市场分析

(一) 冲锋衣裤市场分析

(二) 抓绒衣裤市场分析

(三) 速干衣裤市场分析

(四) 迷彩衣裤市场分析

(五) 滑雪衣裤市场分析

(六) 骑行服装市场分析

(七) 毛衣风衣市场分析

(八) 休闲服装市场分析

第二节 户外鞋类行业发展分析

- 一、户外鞋类行业发展概况
- 二、户外鞋类市场规模分析
- 三、户外鞋类品牌竞争格局
- 四、户外鞋类功能需求分析
- 五、户外鞋类市场价格分析
- 六、主要户外鞋类市场分析

- (一) 登山鞋&徒步鞋市场分析

- (二) 攀岩鞋市场分析

- (三) 溯溪鞋市场分析

- (四) 滑雪靴市场分析

- (五) 休闲鞋市场分析

### 第三节 户外包类行业发展分析

- 一、户外包类行业发展概况
- 二、户外包类市场规模分析
- 三、户外包类品牌关注调查
- 四、户外包类市场价格分析
- 五、主要户外包类市场分析

- (一) 登山包市场分析

- (二) 旅行包市场分析

- (三) 摄影包市场分析

- (四) 骑行包市场分析

- (五) 洗漱包市场分析

- (六) 冰包市场分析

### 第四节 户外装备行业发展分析

- 一、户外装备行业发展概况
- 二、户外装备市场规模分析
- 三、户外装备品牌竞争格局
- 四、户外装备市场价格分析
- 五、主要户外装备市场分析

- (一) 帐篷睡袋装备市场分析

- (二) 户外垫子装备市场分析

- (三) 登山攀岩装备市场分析



(四) 户外仪表工具市场分析

(五) 户外运动车市场分析

## 第四章 中国户外用品行业营销渠道分析

### 第一节 户外用品营销渠道结构分析

### 第二节 户外用品商场营销渠道分析

一、户外用品商场营销现状

二、户外用品商场发展规模

三、户外服装商场竞争分析

四、户外用品商场发展潜力

### 第三节 户外用品专卖店营销分析

一、户外用品专卖店营销现状

二、户外用品专卖店发展规模

三、户外用品专卖店SWOT分析

四、专业户外店的经营模式分析

五、户外用品专卖店发展潜力

### 第四节 户外用品电商营销渠道分析

一、户外用品电商发展现状

二、户外用品电商市场规模

三、户外用品电商竞争分析

四、户外用品电商发展潜力

五、户外用品电商平台分析

(一) 淘宝/天猫

(二) 京东商城

(三) 如此网

(四) 互联诚品户外商城

(五) 户外营网上商城

(六) 8264驴友商城

### 第五节 户外用品展会营销渠道分析

一、户外用品展会发展现状

二、主要地区展会市场发展分析

(一) 北京展会市场发展分析

- (二) 上海展会市场发展分析
- (三) 广东展会市场发展分析
- (四) 江苏展会市场发展分析
- (五) 浙江展会市场发展分析

### 三、ISPO china展会发展分析

- (一) 展会基本情况
- (二) 展会情况分析
- (三) 展会价值影响

## 第五章 中国户外用品行业供应链管理分析

### 第一节 户外用品行业供应链管理概述

#### 一、户外用品行业物流链管理分析

- (一) 户外用品行业物流链管理特点
- (二) 户外用品行业物流链管理方法
- (三) 户外用品行业物流链管理策略

#### 二、户外用品行业信息链管理分析

- (一) 户外用品行业信息链管理特点
- (二) 户外用品行业信息链管理方法
- (三) 户外用品行业信息链管理策略

#### 三、户外用品行业资金链管理分析

- (一) 户外用品行业资金链管理方法
- (二) 户外用品行业资金链管理策略

### 第二节 户外用品供应链环节管理分析

- 一、户外用品原料采购环节管理分析
- 二、户外用品产品设计环节管理分析
- 三、户外用品产品生产环节管理分析
- 四、户外用品品牌营销环节管理分析

### 第三节 电商环境下户外用品行业供应链管理

- 一、电商对供应链管理影响分析
- 二、电商环境下供应链管理瓶颈
- 三、电商环境下供应链管理策略

## 第六章 国内外户外用品行业品牌发展分析

### 第一节 国外户外用品品牌发展分析

#### 一、哥伦比亚(COLUMBIA)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

#### 二、乐斯菲斯/北面(TNF)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

#### 三、土拔鼠(MARMOT)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

#### 四、始祖鸟(ARC&rsquo;TERYX)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

#### 五、狼爪(JackWolfskin)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

#### 六、沙乐华(SALEWA)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

## 七、爱步 (ECCO)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

## 八、匡威 (Converse)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

## 九、诺诗兰 (NORTHLAND)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

## 十、萨洛蒙(SALOMON)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

(四) 企业发展动态

## 第二节 国内户外用品品牌发展分析

### 一、探路者(TOREAD)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

### 二、三夫户外

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

### 三、奥索卡(Ozark)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

#### 四、牧高笛 (Mobigarden)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

#### 五、凯乐石 (KAILAS)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

#### 六、极星 (Shehe)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

#### 七、龙鸟 (SinTeryx)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌定位分析

(三) 品牌渠道建设

#### 八、哥伦步 (Kolumb)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

#### 九、凯图巅峰 (k2summit)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

#### 十、日高 (NIKKO)

(一) 品牌基本情况

(二) 品牌主要产品

(三) 品牌渠道建设

## 第七章 2023-2029年中国户外用品行业前景及投资分析

### 第一节 2023-2029年中国户外用品行业SWOT分析

一、户外用品行业发展优势分析

二、户外用品行业发展劣势分析

三、户外用品行业发展机遇分析

四、户外用品行业发展威胁分析

第二节 2023-2029年中国户外用品行业发展前景

一、户外用品行业发展前景分析

二、户外用品行业发展趋势分析

三、户外用品行业盈利能力预测

四、户外用品行业市场规模预测

第三节 2023-2029年中国户外用品行业投资风险

一、宏观经济风险分析

二、市场竞争风险分析

三、材料价格上涨风险

四、渠道管理风险分析

五、知识产权风险分析

第四节 2023-2029年中国户外用品行业投资策略

第八章 中国户外用品企业投融资及IPO上市策略指导

第一节 户外用品企业境内IPO上市目的及条件

一、户外用品企业境内上市主要目的

二、户外用品企业上市需满足的条件

(一) 企业境内主板IPO主要条件

(二) 企业境内中小板IPO主要条件

(三) 企业境内创业板IPO主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第二节 户外用品企业IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

(一) 企业上市前综合评估

(二) 企业的内部规范重组

(三) 选择并配合中介机构

(四) 应如何选择中介机构

### 第三节 户外用品企业IPO上市的规划实施

一、上市费用规划和团队组建

二、尽职调查及问题解决方案

三、改制重组需关注重点问题

四、企业上市辅导及注意事项

五、上市申报材料制作及要求

六、网上路演推介及询价发行

### 第四节 户外用品企业挂牌“新三板”分析

一、“新三板”基本情况介绍

二、“新三板”市场发展历程

三、企业挂牌新三板的好处

四、企业挂牌新三板的条件

五、企业挂牌新三板的流程

六、挂牌新三板的时间安排

### 第五节 企业IPO上市审核工作流程

一、企业IPO上市基本审核流程

二、企业IPO上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项

部分图表目录；

图表 1 户外用品分类

图表 2 2019-2022年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 3 2019-2022年国内生产总值构成及增长速度统计

图表 4 2019-2022年中国规模以上工业增加值月度增长速度

图表 5 2019-2022年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图

图表 6 2019-2022年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表 7 2019-2022年中国货物进出口总额变化趋势图

图表 8 2019-2022年中国人口总量增长趋势图

图表 9 2019-2022年全国人口数及其构成

图表 10 2019-2022年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图

图表 11 2019-2022年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表 12 2019-2022年中国国内旅游人数统计  
图表 13 2019-2022年中国国内旅游收入统计  
图表 14 2019-2022年中国国内旅游人均花费统计  
图表 15 2019-2022年中国入境游各国家和地区人数规模统计  
图表 16 2019-2022年中国入境旅游各大洲人数份额图  
图表 17 2019-2022年中国入境旅游接待人数情况  
图表 18 2019-2022年中国入境旅游人数规模统计  
图表 19 2019-2022年中国入境旅游外汇收入规模统计  
图表 20 2019-2022年中国入境旅游接待外汇收入分结构情况  
图表 21 2019-2022年中国入境旅游主要客源结构情况  
图表 22 2019-2022年中国入境旅游入境方式情况  
图表 23 2019-2022年中国入境旅游外国人人数（按目的分）  
图表 24 2019-2022年中国入境旅游外国人2019-2022年龄及性别结构  
图表 25 2019-2022年中国入境旅游过夜游客数统计  
图表 26 2019-2022年中国出境旅游人数统计  
图表 27 2019-2022年中国因私出境人数统计  
图表 28 2019-2022年中国赴日旅游人数统计  
图表 29 2019-2022年大陆访台旅客人数统计  
图表 30 2019-2022年中国商务旅行消费支出情况分析  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202305/362441.html>