|  |
| --- |
| [2025年中国户外用品品牌市场现状调查与未来发展前景趋势报告](https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/38/HuWaiYongPinPinPaiHangYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2025年中国户外用品品牌市场现状调查与未来发展前景趋势报告](https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/38/HuWaiYongPinPinPaiHangYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html) |
| 报告编号： | 1858738　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9800 元　　纸介＋电子版：10000 元 |
| 优惠价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9100 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/38/HuWaiYongPinPinPaiHangYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　户外用品品牌近年来随着人们健康意识的提升和休闲生活方式的普及而迅速崛起。消费者对于户外活动的兴趣日益浓厚，促使了户外用品市场的繁荣。从产品线来看，包括帐篷、背包、登山鞋在内的各类户外装备不断推陈出新，功能性和舒适性成为设计的重点考量因素。此外，随着社交媒体的兴起，户外活动作为一种社交方式也越来越受到年轻消费者的欢迎，这对于品牌营销来说是一个重要的契机。  
　　未来，户外用品品牌将继续保持强劲的增长势头。随着消费者对户外体验品质的要求越来越高，高品质、个性化的产品将更受欢迎。同时，可持续发展成为行业共识，使用环保材料和减少碳足迹将成为品牌社会责任的一部分。此外，数字化转型也将深刻影响这个行业，通过增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等技术提供沉浸式的购物体验，将是品牌吸引消费者的新途径。  
　　《[2025年中国户外用品品牌市场现状调查与未来发展前景趋势报告](https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/38/HuWaiYongPinPinPaiHangYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html)》通过详实的数据分析，全面解析了户外用品品牌行业的市场规模、需求动态及价格趋势，深入探讨了户外用品品牌产业链上下游的协同关系与竞争格局变化。报告对户外用品品牌细分市场进行精准划分，结合重点企业研究，揭示了品牌影响力与市场集中度的现状，为行业参与者提供了清晰的竞争态势洞察。同时，报告结合宏观经济环境、技术发展路径及消费者需求演变，科学预测了户外用品品牌行业的未来发展方向，并针对潜在风险提出了切实可行的应对策略。报告为户外用品品牌企业与投资者提供了全面的市场分析与决策支持，助力把握行业机遇，优化战略布局，推动可持续发展。  
  
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）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\*\*\*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-ningadventure）  
　　　　　　（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、ispochina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）公司规模情况  
　　　　　　（五）公司发展动态  
　　　　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）企业竞争优势  
　　　　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）在营战略  
　　　　四、始祖鸟（arc’teryx）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　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）在营战略  
　　　　十一、乐飞叶（lafuma）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）品牌优势分析  
　　　　十二、添柏岚（timberland）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）企业发展战略  
　　　　十三、艾高（aigle）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）在营战略  
　　　　十四、discovery  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌电商情况  
　　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）品牌定位分析  
　　　　　　（三）经营情况分析  
　　　　　　（四）品牌渠道建设  
　　　　　　（五）品牌销售门店  
　　　　　　（六）品牌电商情况  
　　　　　　（七）品牌发展战略  
　　　　　　（八）户外项目分析  
　　　　二、三夫户外  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）经营情况分析  
　　　　　　（四）品牌销售情况  
　　　　　　（五）品牌门店情况  
　　　　　　（六）品牌电商情况  
　　　　　　（七）品牌发展战略  
　　　　三、奥索卡（ozark）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）品牌发展战略  
　　　　四、牧高笛（mobigarden）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）经营情况分析  
　　　　　　（四）品牌销售门店  
　　　　　　（五）品牌电商情况  
　　　　　　（六）品牌渠道规划  
　　　　　　（七）品牌发展战略  
　　　　五、凯乐石（kailas）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）品牌发展战略  
　　　　六、极星（shehe）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）品牌竞争优势  
　　　　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、哥仑步（kolumb）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）品牌发展战略  
　　　　九、凯图巅峰（k2summit）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）品牌发展战略  
　　　　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  
　　　　十一、康健（kingcamp）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）品牌发展战略  
　　　　十二、阿珂姆（acme）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）品牌发展战略  
　　　　十三、雪狼（snowwolf）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌发展理念  
　　　　　　（四）品牌发展模式  
　　　　十四、卡瓦格博（kawadgarbo）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品\*\*\*术分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）品牌特点分析  
　　　　十五、骆驼（camel）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）品牌特点分析  
　　　　十六、普尔兰德（pureland）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌故事分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）品牌产品系列  
　　　　十七、思凯乐（scaler）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）品牌发展战略  
　　　　十八、火枫（fire-maple）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
　　　　　　（四）品牌最新动态  
　　　　十九、吉普（jeep）  
　　　　　　（一）品牌基本情况  
　　　　　　（二）品牌定位分析  
　　　　　　（三）品牌渠道建设  
  
第七章 2020-2031年中国户外用品行业前景及投资分析  
　　第一节 2020-2031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 2020-2031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 2020-2031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 2020-2031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 中-智林-－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  
  
图表目录  
　　图表 1户外用品分类  
　　图表 2 2020-2025年中国国内生产总值及增长变化趋势图  
　　图表 3 2020-2025年国内生产总值构成及增长速度统计  
　　图表 4 2020-2025年中国规模以上工业增加值月度增长速度  
　　图表 5 2020-2025年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图  
　　图表 6 2020-2025年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图  
　　图表 7 2020-2025年中国货物进出口总额变化趋势图  
　　图表 8 2020-2025年中国人口总量增长趋势图  
　　图表 92015年全国人口数及其构成  
　　图表 11 2020-2025年中国居民消费价格月度变化趋势图  
　　图表 12 2020-2025年中国国内旅游人数统计  
　　图表 13 2020-2025年中国国内旅游收入统计  
　　图表 14 2020-2025年中国国内旅游人均花费统计  
　　图表 15 2020-2025年中国入境游各国家和地区人数规模统计  
　　图表 162015年中国入境旅游各大洲人数份额图  
　　图表 17 2020-2025年中国入境旅游接待人数情况  
　　图表 18 2020-2025年中国入境旅游人数规模统计  
　　图表 19 2020-2025年中国入境旅游外汇收入规模统计  
　　图表 212015年中国入境旅游主要客源结构情况  
　　图表 222015年中国入境旅游入境方式情况  
　　图表 232015年中国入境旅游外国人人数（按目的分）  
　　图表 242015年中国入境旅游外国人年龄及性别结构  
　　图表 252015年中国入境旅游过夜游客数统计  
　　图表 26 2020-2025年中国出境旅游人数统计  
　　图表 27 2020-2025年中国因私出境人数统计  
　　图表 28 2020-2025年中国赴日旅游人数统计  
　　图表 29 2020-2025年大陆访台旅客人数统计  
　　图表 31 2020-2025年中国国产旅居车产量变化趋势图  
　　图表 32中国国产旅居车产量分车型情况  
　　图表 33 2020-2025年中国国产旅居车销售量变化趋势图  
　　图表 34中国国产旅居车销量分车型情况  
　　图表 35 2020-2025年中国自驾游人数规模统计  
　　图表 362015年中国自驾游目的市场调查  
　　图表 372015年中国自驾游目的场所市场调查  
　　图表 382015年中国自驾游组织者市场调查  
　　图表 392015年中国自驾游前安排情况市场调查  
　　图表 402015年中国自驾游车型市场调查  
　　图表 412015年中国自驾游去过或者想去具有挑战路段市场调查  
　　图表 422015年自驾游热门城市情况  
　　图表 43 2020-2025年中国户外运动人数规模情况分析  
　　图表 44 2020-2025年中国户外核心市场规模统计  
　　图表 45 2020-2025年户外消费人群年龄变化情况  
　　图表 462015年中国消费者喜爱户外运动排名情况  
　　图表 47户外运动消费人群消费能力情况分析  
　　图表 482015年全国十佳户外俱乐部  
　　图表 492015年被授予全国示范户外运动俱乐部  
　　图表 50美国加利佛尼亚visalia/sequoiakoa示意图  
　　图表 51美国加利佛尼亚visalia/sequoiakoa基本情况  
　　图表 52美国拉斯维加斯ivmresort示意图  
　　图表 53美国拉斯维加斯ivmresort基本情况  
　　图表 54美国佛罗里达州fiestakey示意图  
　　图表 55美国佛罗里达州fiestakey基本情况  
　　图表 56美国亚利桑那州verdevalley示意图  
　　图表 57美国亚利桑那州verdevalley的基本情况  
　　图表 58美国俄亥俄州homervillekoa示意图  
　　图表 59美国俄亥俄州homervillekoa的基本情况  
　　图表 60蒙大拿州billingkoa示意图  
　　图表 61蒙大拿州billingkoa的基本情况  
　　图表 62房车营地（一）  
　　图表 63房车营地（二）  
　　图表 64 2020-2025年中国露营地保有量统计  
　　图表 65 2020-2025年中国十大露营地列表  
　　图表 66中国主要露营地情况统计  
　　图表 67国外户外品牌科技产品代表  
　　图表 68国外户外品牌概况  
　　图表 69 2020-2025年中国户外用品国外户外品牌数量统计  
　　图表 71垂直一体化的经营模式流程图  
　　图表 72单一的制造商模式流程图  
　　图表 73批发模式流程图  
　　图表 74分销商模式流程图  
　　图表 75 2020-2025年中国户外用品市场零售额增长趋势图  
　　图表 76 2020-2025年中国户外用品出货总额统计  
　　图表 77 2020-2025年中国户外用品品牌数量统计  
　　图表 78 2020-2025年中国户外用品国内品牌出货总额统计  
　　图表 79国内一线城市户外用品品牌市场占有率  
　　图表 80国内二线城市户外用品品牌市场占有率  
　　图表 81国内三线城市户外用品品牌市场占有率  
　　图表 82彪马品牌重新定位  
　　图表 83 2020-2025年中国户外服装市场规模情况分析  
　　图表 84国内户外服装行业品牌份额结构图  
　　图表 85户外服装用品的功能需求占比情况分析  
　　图表 86冲锋衣销量占比情况分析  
　　图表 87速干t恤销量占比分布  
　　图表 88国产骑行服主要品牌情况  
　　图表 89中国毛衣主要品牌介绍  
　　图表 90中国羊毛衫主要品牌介绍  
　　图表 91中国风衣主要品牌介绍  
　　图表 92中国户外鞋搜索热度示意图  
　　图表 93 2020-2025年中国户外鞋类市场规模情况分析  
　　图表 94中国户外鞋主要品牌介绍  
　　图表 95户外鞋类用品的功能需求占比情况分析  
　　图表 96徒步鞋&登山靴的销量占比情况分析  
　　图表 97徒步鞋&登山靴的单价排行情况分析  
　　图表 98淘宝网溯溪鞋主要品牌情况  
　　图表 99 2020-2025年中国户外包类市场规模情况分析  
　　图表 100中国户外背包关注度排名  
　　图表 101中国户外背包关注度与价格区间重合情况  
　　图表 102主要高档品牌户外包  
　　图表 103主要中档品牌户外包  
　　图表 104主要低档品牌户外包  
　　图表 105世界十大登山包品牌排行榜  
　　图表 106摄影包主要品牌情况  
　　图表 1072015年户外骑行包品牌排行榜  
　　图表 108洗漱包主要品牌情况  
　　图表 110户外垫子主要品牌  
　　图表 1112015年户外用品营销渠道结构图  
　　图表 1122015年户外用品专业渠道销售的不同种类产品占比  
　　图表 1132015年户外用品商场渠道销售的不同种类产品占比  
　　图表 114 2020-2025年户外用品商场数量规模  
　　图表 115 2020-2025年户外用品商场零售额规模  
　　图表 1162015年主要户外店的经营情况分析  
　　图表 117 2020-2025年户外用品专卖店数量规模  
　　图表 118 2020-2025年户外用品专卖店零售额规模  
　　图表 119直营模式与加盟模式的情况对比分析  
　　图表 120经销模式与代销模式的情况对比分析  
　　图表 121 2020-2025年户外商品网络渠道发展规模情况  
　　图表 122 2020-2025年京东商城成交金额情况分析  
　　图表 123 2020-2025年天猫商城成交金额情况分析  
　　图表 124淘宝/天猫主要户外品牌  
　　图表 125淘宝/天猫主要户外运动用品种类  
　　图表 126京东商城户外用品主要品牌情况  
　　图表 127如此网商城主要户外品牌情况  
　　图表 128互联诚品户外商城经营的主要户外品牌  
　　图表 129 2020-2025年北京市举办会展规模情况  
　　图表 131 2020-2025年上海市举办会展规模情况  
　　图表 132 2020-2025年广东省举办展览规模情况  
　　图表 133广东主要展馆情况统计  
　　图表 134 2020-2025年江苏省举办会展规模情况  
　　图表 135 2020-2025年浙江省会展业情况  
　　图表 136直链式信息传递模式图  
　　图表 137直链式跨级信息传递模式图  
　　图表 138网状信息传递模式图  
　　图表 139集成式信息流运作模式图  
　　图表 140户外用品企业采购流程图  
　　图表 141户外用品企业生产流程  
　　图表 142户外用品企业营销流程  
　　图表 143 2020-2025年哥伦比亚营业收入情况分析  
　　图表 144thenorthface渠道数量统计  
　　图表 145thenorthface覆盖城市情况  
　　图表 146始祖鸟旗下主要产品系列  
　　图表 147诺斯兰产品销售渠道分布  
　　图表 148乐飞叶产品销售渠道分布  
　　图表 149timberland的绿色标准  
　　图表 150探路者三大品牌市场定位分析  
　　图表 151 2020-2025年探路者收入及利润统计  
　　图表 152 2020-2025年探路者户外产品销售统计  
　　图表 153 2020-2025年探路者分产品收入情况统计  
　　图表 1542015年探路者产品收入结构图  
　　图表 155探路者销售渠道策略分析  
　　图表 1562015年探路者分区域收入统计  
　　图表 157 2020-2025年探路者销售门店数量统计  
　　图表 158 2020-2025年探路者电商收入统计  
　　图表 159探路者生态圈三大板块构建规划  
　　图表 160北京三夫户外用品股份有限公司销售的主要产品类别  
　　图表 161北京三夫户外用品股份有限公司各大类销售主要品牌  
　　图表 162 2020-2025年三夫户外收入及利润统计  
　　图表 163 2020-2025年三夫户外品牌销售收入情况  
　　图表 164 2020-2025年三夫户外门店情况  
　　图表 165 2020-2025年三夫户外实体门店销售收入统计  
　　图表 166三夫户外营销网络建设项目具体情况  
　　图表 167 2020-2025年三夫户外电商渠道销售收入统计  
　　图表 168 2020-2025年牧高笛收入及利润统计  
　　图表 169 2020-2025年牧高笛露营帐篷类产品产销统计  
　　图表 171凯乐石赞助队员情况  
　　图表 172哥仑布直营店铺分布情况  
　　图表 173凯图巅峰的营销网络建设情况  
　　图表 174kingcamp营销网点分布图  
　　图表 175camel的品牌定位分析  
　　图表 176普尔兰德在北京主要分店情况  
　　图表 177普尔兰德营销网络图  
　　图表 178天津普尔兰德旅游装备有限公司产品介绍  
　　图表 179火枫主要产品分析  
　　图表 180jeep户外品牌发展历程  
　　图表 181 2020-2031年中国户外用品行业市场规模预测  
　　图表 182企业ipo上市网上路演的主要事项  
　　图表 183新三板市场发展历程  
　　图表 184新三板挂牌公司市场收购兼并案例  
　　图表 185《非上市公众公司监督管理办法》对中小企业的影响  
　　图表 186国内企业新三板挂牌流程示意图  
　　图表 187国内企业新三板挂牌的时间安排  
　　图表 188企业ipo上市基本审核流程图  
略……

了解《[2025年中国户外用品品牌市场现状调查与未来发展前景趋势报告](https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/38/HuWaiYongPinPinPaiHangYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html)》，报告编号：1858738，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/M_FangZhiFuZhuang/38/HuWaiYongPinPinPaiHangYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html>

热点：户外品牌有哪些、户外用品品牌排行榜、买玩具哪个平台便宜、户外用品品牌大全、20个小众户外品牌、户外用品品牌推荐、国产户外品牌、户外用品品牌十大排名榜、中国本土户外品牌

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！