|  |
| --- |
| [中国户外用品行业现状调研与发展趋势预测报告（2024版）](https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/25/HuWaiYongPinShiChangXuQiuFenXiYuFaZhanQuShiYuCe.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： | [中国户外用品行业现状调研与发展趋势预测报告（2024版）](https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/25/HuWaiYongPinShiChangXuQiuFenXiYuFaZhanQuShiYuCe.html) |
| 报告编号： | 1611025　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 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_LvYouCanYin/25/HuWaiYongPinShiChangXuQiuFenXiYuFaZhanQuShiYuCe.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

　　户外用品行业近年来受益于消费者对健康生活方式的追求和户外休闲活动的普及，市场需求持续增长。随着科技的进步，户外用品的性能和舒适度不断提升，如轻量化、防水透气的服装，以及智能手表和卫星通讯设备等高科技产品。然而，产品同质化严重，品牌竞争激烈，以及消费者对环保材料和可持续生产的要求，是户外用品行业面临的挑战。
　　未来，户外用品行业的发展将更加注重产品创新和可持续性。一方面，通过引入新材料和新技术，如可回收材料和智能感应技术，提升产品性能和用户体验。另一方面，加强品牌建设和环保理念，如推行绿色生产，减少碳足迹，以及参与公益活动，提升品牌形象和消费者忠诚度。此外，户外用品行业将深化与旅游、教育和体育等领域的融合，拓展产品应用场景。
　　[中国户外用品行业现状调研与发展趋势预测报告（2024版）](https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/25/HuWaiYongPinShiChangXuQiuFenXiYuFaZhanQuShiYuCe.html)基于科学的市场调研和数据分析，全面剖析了户外用品行业现状、市场需求及市场规模。户外用品报告探讨了户外用品产业链结构，细分市场的特点，并分析了户外用品市场前景及发展趋势。通过科学预测，揭示了户外用品行业未来的增长潜力。同时，户外用品报告还对重点企业进行了研究，评估了各大品牌在市场竞争中的地位，以及行业集中度的变化。户外用品报告以专业、科学、规范的研究方法，为投资者、企业决策者及银行信贷部门提供了权威的市场情报和决策参考。

第一章 户外用品相关概述
　　1.1 户外用品相关定义
　　　　1.1.1 户外运动定义
　　　　1.1.2 户外用品定义
　　1.2 户外用品分类
　　　　1.2.1 服装类
　　　　1.2.2 鞋类
　　　　1.2.3 背包类
　　　　1.2.4 装备类
　　　　1.2.5 配件类
　　　　1.2.6 器材类

第二章 国际户外用品市场发展
　　2.1 欧洲户外用品市场发展状况
　　　　2.1.1 市场整体发展
　　　　2.1.2 市场发展特点
　　　　2.1.3 市场发展渠道
　　2.2 美国户外用品市场发展分析
　　　　2.2.1 市场发展状况
　　　　2.2.2 消费者特点分析
　　　　2.2.3 消费者行为分析
　　　　2.2.4 市场销售渠道分析
　　　　2.2.5 行业利好政策动态
　　2.3 亚洲户外用品市场发展分析
　　　　2.3.1 市场总体状况
　　　　2.3.2 日本市场发展状况
　　　　2.3.3 韩国市场发展状况
　　2.4 国外户外用品行业的成功要素分析

第三章 2019-2024年中国户外用品行业发展环境分析
　　3.1 中国户外用品行业政策环境
　　　　3.1.1 行业管理体制
　　　　3.1.2 行业政策法规
　　3.2 中国户外用品行业经济环境
　　　　3.2.1 国民经济运行状况
　　　　3.2.2 工业经济增长情况
　　　　3.2.3 固定资产投资情况
　　　　3.2.4 经济转型升级形势
　　　　3.2.5 宏观经济发展趋势
　　　　3.2.6 经济发展潜力分析
　　3.3 中国户外用品行业消费环境
　　　　3.3.1 消费差异性明显
　　　　3.3.2 消费群体特征
　　　　3.3.3 居民消费水平
　　3.4 中国户外用品行业社会环境
　　　　3.4.1 人口环境分析
　　　　3.4.2 教育环境分析
　　　　3.4.3 文化环境分析
　　　　3.4.4 生态环境分析
　　3.5 中国户外用品行业其他环境
　　　　3.5.1 技术环境
　　　　3.5.2 产业环境

第四章 2019-2024年中国户外用品行业发展
　　4.1 中国户外用品产业发展综述
　　　　4.1.1 发展阶段
　　　　4.1.2 行业特征
　　　　4.1.3 行业现状
　　　　4.1.4 经营模式
　　　　4.1.5 市场需求
　　4.2 中国户外登山用品产业发展综述
　　　　4.2.1 社会环境分析
　　　　4.2.2 技术发展分析
　　　　4.2.3 行业发展趋势
　　4.3 中国户外运动服装产业发展综述
　　　　4.3.1 产业发展分析
　　　　4.3.2 服装分类及其防护性能
　　　　4.3.3 服装面料性能
　　　　4.3.4 社会环境影响
　　　　4.3.5 未来发展趋势
　　4.4 中国户外用品行业消费者分析
　　　　4.4.1 客户群体
　　　　4.4.2 目标客户
　　　　4.4.3 消费者特征
　　　　4.4.4 客户渠道
　　4.5 中国户外用品行业重度购买者特征
　　　　4.5.1 旅游户外用品及重度购买者概述
　　　　4.5.2 理论假设
　　　　4.5.3 研究方法
　　　　4.5.4 研究结果
　　　　4.5.5 结论和思考
　　4.6 中国户外用品市场调研分析
　　　　4.6.1 商场对户外店的影响
　　　　4.6.2 户外用品品牌商经营成本
　　　　4.6.3 户外店的投资预期
　　　　4.6.4 户外用品品牌商的投资预期
　　4.7 中国户外用品行业发展问题及对策
　　　　4.7.1 行业发展不利因素
　　　　4.7.2 产品标准亟待完善
　　　　4.7.3 行业发展对策
　　　　4.7.4 行业发展措施建议

第五章 2019-2024年中国户外用品品牌及销售分析
　　5.1 中国户外用品品牌发展
　　　　5.1.1 2024年行业品牌发展
　　　　……
　　　　5.1.4 本土户外用品品牌发展
　　　　5.1.5 做大品牌的对策
　　5.2 中国户外用品销售分析
　　　　5.2.1 2024年行业销售状况
　　　　……
　　5.3 中国户外用品销售渠道分析
　　　　5.3.1 行业销售渠道回顾
　　　　5.3.2 行业销售渠道变化
　　　　5.3.3 行业主要销售渠道分析
　　　　5.3.4 户外用品销售模式
　　　　5.3.5 行业国内海淘市场
　　5.4 中国户外用品市场商家间冲突
　　　　5.4.1 渠道冲突
　　　　5.4.2 产品冲突
　　　　5.4.3 价格冲突
　　　　5.4.4 供货冲突
　　　　5.4.5 服务冲突
　　　　5.4.6 推广冲突

第六章 中国户外用品市场营销分析
　　6.1 中国户外用品市场的营销状况
　　　　6.1.1 行业进入稳增长期
　　　　6.1.2 新营销模式推行
　　　　6.1.3 体验营销火热
　　　　6.1.4 毕业旅游市场升温
　　6.2 中国户外用品市场营销创新
　　　　6.2.1 营销理念再度革新
　　　　6.2.2 趣味网络营销平台
　　　　6.2.3 实体店运动体验营销
　　　　6.2.4 无缝连接实现渠道贯通
　　6.3 户外运动服装的营销方式
　　　　6.3.1 大型商场/百货公司
　　　　6.3.2 普通商场/服装店
　　　　6.3.3 户外运动服装专卖店
　　　　6.3.4 商场、超市及连锁店
　　　　6.3.5 批发市场
　　　　6.3.6 邮购
　　　　6.3.7 网上销售
　　6.4 中国户外用品企业营销策略
　　　　6.4.1 大型企业营销策略建议
　　　　6.4.2 中小型企业营销策略建议
　　6.5 户外用品店的经营及营销策略建议
　　　　6.5.1 经营战略
　　　　6.5.2 营销策略
　　　　6.5.3 营销方案
　　　　6.5.4 营销战略

第七章 2019-2024年户外用品行业重点企业发展分析
　　7.1 哥伦比亚运动服装公司（Columbia）
　　　　7.1.1 企业发展概况
　　　　7.1.2 2024年企业经营状况
　　　　……
　　7.2 北京探路者户外用品股份有限公司（Toread）
　　　　7.2.1 企业发展概况
　　　　7.2.2 经营效益分析
　　　　7.2.3 业务经营分析
　　　　7.2.4 财务状况分析
　　　　7.2.5 未来前景展望
　　　　7.2.6 企业经营面临的形势及风险
　　7.3 北京三夫户外用品股份有限公司（Sanfo）
　　　　7.3.1 企业发展概况
　　　　7.3.2 企业运营模式
　　　　7.3.3 企业经营状况
　　　　7.3.4 企业面临风险
　　　　7.3.5 企业发展战略
　　　　7.3.6 企业发展目标
　　7.4 北京长天时代户外体育用品有限公司
　　　　7.4.1 企业发展概况
　　　　7.4.2 企业客户群及销售品牌的定位
　　　　7.4.3 企业主要经营模式
　　　　7.4.4 企业基本运作模式
　　7.5 其他著名品牌
　　　　7.5.1 GORE-TEX
　　　　7.5.2 VAUDE
　　　　7.5.3 THE NORTH FACE
　　　　7.5.4 ARC'TERYX

第八章 中国户外用品行业投资分析
　　8.1 中国户外用品行业投资优势
　　　　8.1.1 市场空间较大
　　　　8.1.2 投资收益看好
　　　　8.1.3 入行门槛不高
　　8.2 中国户外用品市场投资环境
　　　　8.2.1 市场需求分析
　　　　8.2.2 市场定位分析
　　　　8.2.3 市场周期性分析
　　　　8.2.4 市场竟争分析
　　　　8.2.5 市场壁垒分析
　　8.3 中国户外用品行业投资机会
　　　　8.3.1 行业有利因素分析
　　　　8.3.2 市场蕴含良好的投资机会
　　　　8.3.3 国内户外鞋市场投资热情高涨
　　　　8.3.4 休闲运动催热户外用品市场
　　8.4 中国户外用品行业投资风险
　　　　8.4.1 国内宏观经济风险
　　　　8.4.2 市场竞争风险
　　　　8.4.3 外包环节风险
　　8.5 投资经营户外用品店的风险管理
　　　　8.5.1 风险分析
　　　　8.5.2 优质的服务
　　　　8.5.3 专业化是取胜之道
　　　　8.5.4 合理安排产品结构
　　　　8.5.5 建立网站延伸业务
　　　　8.5.6 投资经营策略分析
　　　　8.5.7 二手店投资建议
　　8.6 中国户外用品产品开发结构
　　　　8.6.1 背包
　　　　8.6.2 帐篷
　　　　8.6.3 睡袋
　　　　8.6.4 登山鞋
　　　　8.6.5 服装
　　　　8.6.6 攀登装备
　　　　8.6.7 露营装备
　　　　8.6.8 其它装备
　　　　8.6.9 旅游书籍

第九章 中智:林：中国户外用品市场的前景趋势分析
　　9.1 中国户外用品行业前景展望
　　　　9.1.1 市场前景广阔
　　　　9.1.2 市场潜力巨大
　　　　9.1.3 市场规模展望
　　　　9.1.4 儿童市场前景分析
　　9.2 2024-2030年中国户外用品行业预测分析
　　　　9.2.1 行业影响因素分析
　　　　9.2.2 行业零售总额预测
　　　　9.2.3 行业出货总额预测
　　9.3 中国户外用品行业发展趋势
　　　　9.3.1 行业发展方向
　　　　9.3.2 产业趋势分析
　　　　9.3.3 行业竞争趋势

图表目录
　　图表 1 户外用品的分类
　　图表 2 主要户外用品市场零售总额情况
　　图表 3 户外消费者户外品的年消费额
　　图表 4 哥伦比亚（Columbia）公司研究发展历程
　　图表 5 哥伦比亚（Columbia）公司细分产品收入
　　图表 6 TNF全球销售收入及利润率
　　图表 7 我国户外用品行业主要法律法规、政策
　　图表 8 我国规模以上工业增加值同比增速
　　图表 9 2024年我国规模以上工业生产主要数据
　　图表 10 全国固定资产投资（不含农户）同比增速
　　图表 11 全国固定资产投资到位资金同比增速
　　图表 12 全国固定资产投资（不含农户）主要数据
　　图表 13 民间固定资产投资和全国固定资产投资增速
　　图表 14 民间固定资产投资主要数据
　　图表 15 城镇居民家庭恩科尔系数
　　图表 16 城镇居民人均大类消费增速对比
　　图表 17 2023-2024年居民消费价格上涨情况（月度同比）
　　图表 18 中国户外用品专利申请数量走势（申请年）
　　图表 19 中国户外用品专利申请数量走势（公开年）
　　图表 20 中国户外用品零售业市场容量
　　图表 21 注册驴友数量变化
　　图表 22 资深驴友购买户外装备占比
　　图表 23 休闲人群购买户外装备占比
　　图表 24 资深驴友全套户外装备
　　图表 25 户外服装用品用户需求占比
　　图表 26 户外鞋用户需求占比
　　图表 27 户外装备相关网络热词搜索指数变化（1）
　　图表 28 户外装备相关网络热词搜索指数变化（2）
　　图表 29 中国户外用品渠道对比分析
　　图表 30 抽样样本的人口统计特征
　　图表 31 旅游户外用品购买数量
　　图表 32 旅游户外用品购买量细分市场
　　图表 33 轻度和重度购买者在人口统计特征上的差异
　　图表 34 旅游户外用品购买者行为和心理统计特征
　　图表 35 轻度和重度购买者在心理统计特征上的差异
　　图表 36 商场对户外店的影响
　　图表 37 户外用品品牌商经营成本
　　图表 38 户外店投资预期
　　图表 39 户外用品品牌商投资预期
　　图表 40 2023-2024年中国户外品牌年度品牌数量变化
　　图表 41 2024年中国户外用品品牌品类年度发展概况
　　图表 42 2019-2024年中国户外用品市场国外品牌洲别统计
　　图表 43 2024年中国户外用品市场典型国外品牌品类分析
　　图表 44 2023-2024年户外用品品牌数量
　　图表 45 2019-2024年中国户外用品市场发展情况
　　图表 46 2019-2024年中国户外用品市场年度销售情况
　　图表 47 2019-2024年中国户外用品渠道来源
　　……
　　图表 49 直营模式和加盟模式主要对比
　　图表 50 经销模式和代销模式主要对比
　　图表 51 2023-2024年哥伦比亚运动服装公司综合损益表
　　……
　　图表 54 2019-2024年北京探路者户外用品股份有限公司总资产和净资产
　　图表 55 2023-2024年北京探路者户外用品股份有限公司营业收入和净利润
　　图表 56 2024年北京探路者户外用品股份有限公司营业收入和净利润
　　图表 57 2023-2024年北京探路者户外用品股份有限公司现金流量
　　图表 58 2024年北京探路者户外用品股份有限公司现金流量
　　图表 59 2024年北京探路者户外用品股份有限公司主营业务收入分行业
　　图表 60 2024年北京探路者户外用品股份有限公司主营业务收入分产品
　　图表 61 2024年北京探路者户外用品股份有限公司主营业务收入分区域
　　图表 62 2023-2024年北京探路者户外用品股份有限公司成长能力
　　图表 63 2024年北京探路者户外用品股份有限公司成长能力
　　图表 64 2023-2024年北京探路者户外用品股份有限公司短期偿债能力
　　图表 65 2024年北京探路者户外用品股份有限公司短期偿债能力
　　图表 66 2023-2024年北京探路者户外用品股份有限公司长期偿债能力
　　图表 67 2024年北京探路者户外用品股份有限公司长期偿债能力
　　图表 68 2023-2024年北京探路者户外用品股份有限公司运营能力
　　图表 69 2024年北京探路者户外用品股份有限公司运营能力
　　图表 70 2023-2024年北京探路者户外用品股份有限公司盈利能力
　　图表 71 2024年北京探路者户外用品股份有限公司盈利能力
　　图表 72 三夫户外三位一体运营模式
　　图表 73 2019-2024年三夫户外全面损益表
　　图表 74 中国与欧美日韩关于户外用品消费额占GDP比重对比图
　　图表 75 我国城镇居民人均可支配收入及农村居民人均纯收入及其增长
　　图表 76 我国恩格尔系数变动趋势
　　图表 77 国际旅游收入增长统计
　　图表 78 中国旅游收入增长统计
　　图表 79 我国户外用品市场规模变化趋势
　　图表 80 2024-2030年中国户外用品零售总额预测
　　图表 81 2024-2030年中国户外用品出货总额预测
略……

了解《[中国户外用品行业现状调研与发展趋势预测报告（2024版）](https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/25/HuWaiYongPinShiChangXuQiuFenXiYuFaZhanQuShiYuCe.html)》，报告编号：1611025，

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

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/25/HuWaiYongPinShiChangXuQiuFenXiYuFaZhanQuShiYuCe.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！