

# 2018-2023年中国户外用品 市场现状分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2018-2023年中国户外用品市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/L31618V2S7.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2018-05-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国户外用品市场现状分析及投资前景研究报告》介绍了户外用品行业相关概述、中国户外用品产业运行环境、分析了中国户外用品行业的现状、中国户外用品行业竞争格局、对中国户外用品行业做了重点企业经营状况分析及中国户外用品产业发展前景与投资预测。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。

在经历从2009年到2013年的黄金发展期后，我国户外用品市场增速逐步放缓，到2016年行业增速已低于10%，进入深度调整期。资料显示，2016年我国户外用品零售总额为232.8亿元，较2015年的221.9亿元同比减少4.91%，行业增速进一步放缓。

分析其原因，业内人士认为受宏观经济形势的影响以及电商渠道的冲击，2015年以来国内实体零售业发展越来越艰难。在此背景下，户外用品市场也受到冲击，户外用品线下实体店关门事件时有发生。以探路者为例，2015年其线下店铺数量锐减222家，2016年又减少85家，2017年上半年探路者店铺数为1353家，较2016年末的1370家再关店17家。

## 报告目录：

### 第一章 户外用品行业发展综述

#### 1.1 户外用品行业概述

##### 1.1.1 行业定义

##### 1.1.2 行业主要商业模式

#### 1.2 户外用品行业特征分析

##### 1.2.1 产业链分析

##### 1.2.2 户外用品行业在产业链中的地位

##### 1.2.3 户外用品行业生命周期分析

###### (1) 行业生命周期理论基础

###### (2) 户外用品行业生命周期

#### 1.3 最近3-5年中国户外用品行业经济指标分析

##### 1.3.1 赢利性

##### 1.3.2 成长速度

##### 1.3.3 附加值的提升空间

##### 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

#### 1.3.5 风险性

#### 1.3.6 行业周期

#### 1.3.7 竞争激烈程度指标

#### 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

### 第二章 户外用品行业运行环境（PEST）分析

#### 2.1 户外用品行业政治法律环境分析

##### 2.1.1 行业管理体制分析

##### 2.1.2 行业主要法律法规

##### 2.1.3 行业相关发展规划

#### 2.2 户外用品行业经济环境分析

##### 2.2.1 国际宏观经济形势分析

##### 2.2.2 国内宏观经济形势分析

##### 2.2.3 产业宏观经济环境分析

#### 2.3 户外用品行业社会环境分析

##### 2.3.1 户外用品产业社会环境

##### 2.3.2 社会环境对行业的影响

##### 2.3.3 户外用品产业发展对社会发展的影响

#### 2.4 户外用品行业技术环境分析

##### 2.4.1 户外用品技术分析

##### 2.4.2 户外用品技术发展水平

##### 2.4.3 行业主要技术发展趋势

### 第三章 我国户外用品行业运行分析

#### 3.1 我国户外用品行业发展状况分析

##### 3.1.1 我国户外用品行业发展阶段

##### 3.1.2 我国户外用品行业发展总体概况

##### 3.1.3 我国户外用品行业发展特点分析

#### 3.2 2016年户外用品行业发展现状

##### 3.2.1 2014-2016年我国户外用品行业市场规模

##### 3.2.2 2016年我国户外用品行业发展分析

##### 3.2.3 2016年中国户外用品企业发展分析

### 3.3 区域市场调研

#### 3.3.1 区域市场分布总体情况

#### 3.3.2 2016年重点省市市场调研

### 3.4 户外用品产品/服务价格分析

#### 3.4.1 2014-2016年户外用品价格走势

#### 3.4.2 影响户外用品价格的关键因素分析

##### (1) 成本

##### (2) 供需情况

##### (3) 关联产品

##### (4) 其他

#### 3.4.3 2018-2024年户外用品产品/服务价格变化趋势

#### 3.4.4 主要户外用品企业价位及价格策略

## 第四章 我国户外用品行业整体运行指标分析

### 4.1 2014-2016年中国户外用品行业总体规模分析

#### 4.1.1 企业数量结构分析

#### 4.1.2 人员规模状况分析

#### 4.1.3 行业资产规模分析

#### 4.1.4 行业市场规模分析

### 4.2 2014-2016年中国户外用品行业运营情况分析

#### 4.2.1 我国户外用品行业营收分析

#### 4.2.2 我国户外用品行业成本分析

#### 4.2.3 我国户外用品行业利润分析

### 4.3 2014-2016年中国户外用品行业财务指标总体分析

#### 4.3.1 行业盈利能力分析

#### 4.3.2 行业偿债能力分析

#### 4.3.3 行业营运能力分析

#### 4.3.4 行业发展能力分析

## 第五章 我国户外用品行业供需形势分析

### 5.1 户外用品行业供给分析

#### 5.1.1 2014-2016年户外用品行业供给分析

#### 5.1.2 2018-2024年户外用品行业供给变化趋势

#### 5.1.3 户外用品行业区域供给分析

### 5.2 2014-2016年我国户外用品行业需求情况

#### 5.2.1 户外用品行业需求市场

#### 5.2.2 户外用品行业客户结构

#### 5.2.3 户外用品行业需求的地区差异

### 5.3 户外用品市场应用及需求预测

#### 5.3.1 户外用品应用市场总体需求分析

##### (1) 户外用品应用市场需求特征

##### (2) 户外用品应用市场需求总规模

#### 5.3.2 2018-2024年户外用品行业领域需求量预测

##### (1) 2018-2024年户外用品行业领域需求产品/服务功能预测

##### (2) 2018-2024年户外用品行业领域需求产品/服务市场格局预测

#### 5.3.3 重点行业户外用品产品/服务需求分析预测

## 第六章 户外用品行业产业结构分析

### 6.1 户外用品产业结构分析

#### 6.1.1 市场充分程度分析

#### 6.1.2 领先企业的结构分析(所有制结构)

### 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

#### 6.2.1 产业价值链的构成

#### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

### 6.3 产业结构发展预测

#### 6.3.1 产业结构调整指导政策分析

#### 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 6.3.3 中国户外用品行业参与国际竞争的战略市场定位

#### 6.3.4 户外用品产业结构调整方向分析

## 第七章 我国户外用品行业产业链分析

### 7.1 户外用品行业产业链分析

#### 7.1.1 产业链结构分析

#### 7.1.2 主要环节的增值空间

### 7.1.3 与上下游行业之间的关联性

## 7.2 户外用品上游行业调研

### 7.2.1 户外用品产品成本构成

### 7.2.2 2016年上游行业发展现状

### 7.2.3 2018-2024年上游行业发展趋势

### 7.2.4 上游供给对户外用品行业的影响

## 7.3 户外用品下游行业调研

### 7.3.1 户外用品下游行业分布

### 7.3.2 2016年下游行业发展现状

### 7.3.3 2018-2024年下游行业发展趋势

### 7.3.4 下游需求对户外用品行业的影响

## 第八章 我国户外用品行业渠道分析及策略

### 8.1 户外用品行业渠道分析

#### 8.1.1 渠道形式及对比

#### 8.1.2 各类渠道对户外用品行业的影响

#### 8.1.3 主要户外用品企业渠道策略研究

#### 8.1.4 各区域主要代理商情况

### 8.2 户外用品行业用户分析

#### 8.2.1 用户认知程度分析

#### 8.2.2 用户需求特点分析

#### 8.2.3 用户购买途径分析

### 8.3 户外用品行业营销策略分析

#### 8.3.1 中国户外用品营销概况

#### 8.3.2 户外用品营销策略探讨

#### 8.3.3 户外用品营销发展趋势

## 第九章 我国户外用品行业竞争形势及策略

### 9.1 行业总体市场竞争状况分析

#### 9.1.1 户外用品行业竞争结构分析

##### (1) 现有企业间竞争

##### (2) 潜在进入者分析

- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结
- 9.1.2 户外用品行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 户外用品行业集中度分析
- 9.1.4 户外用品行业SWOT分析
- 9.2 中国户外用品行业竞争格局综述
- 9.2.1 户外用品行业竞争概况
  - (1) 中国户外用品行业竞争格局
  - (2) 户外用品行业未来竞争格局和特点
  - (3) 户外用品市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国户外用品行业竞争力分析
  - (1) 我国户外用品行业竞争力剖析
  - (2) 我国户外用品企业市场竞争的优势
  - (3) 国内户外用品企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 户外用品市场竞争策略分析

## 第十章 户外用品行业领先企业经营形势分析

- 10.1 北京探路者户外用品股份有限公司
  - 10.1.1 企业概况
  - 10.1.2 企业优势分析
  - 10.1.3 经营状况分析
- 10.2 北京长天时代户外体育用品有限公司
  - 10.2.1 企业概况
  - 10.2.2 企业优势分析
  - 10.2.3 经营状况分析
- 10.3 北京三夫户外用品股份有限公司
  - 10.3.1 企业概况
  - 10.3.2 企业优势分析
  - 10.3.3 经营状况分析
- 10.4 浙江牧高笛户外用品有限公司

- 10.4.1 企业概况
- 10.4.2 企业优势分析
- 10.4.3 经营状况分析
- 10.5 北京康尔健野旅游用品有限公司
  - 10.5.1 企业概况
  - 10.5.2 企业优势分析
  - 10.5.3 经营状况分析
- 10.6 南京诺诗兰户外用品有限公司
  - 10.6.1 企业概况
  - 10.6.2 企业优势分析
  - 10.6.3 经营状况分析
- 10.7 圣弗莱(福建)户外用品有限公司
  - 10.7.1 企业概况
  - 10.7.2 企业优势分析
  - 10.7.3 经营状况分析

第十一章 2018-2024年户外用品行业行业前景调研

- 11.1 2018-2024年户外用品市场趋势预测
  - 11.1.1 2018-2024年户外用品市场发展潜力
  - 11.1.2 2018-2024年户外用品市场趋势预测展望
- 11.2 2018-2024年户外用品市场发展趋势预测
  - 11.2.1 2018-2024年户外用品行业发展趋势
  - 11.2.2 2018-2024年户外用品市场规模预测
  - 11.2.3 2018-2024年户外用品行业应用趋势预测
- 11.3 2018-2024年中国户外用品行业供需预测
  - 11.3.1 2018-2024年中国户外用品行业供给预测
  - 11.3.2 2018-2024年中国户外用品行业需求预测
  - 11.3.3 2018-2024年中国户外用品供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
  - 11.4.1 市场整合成长趋势
  - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
  - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2018-2024年户外用品行业投资机会与风险

12.1 户外用品行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2018-2024年户外用品行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 重点区域投资机会

12.3 2018-2024年户外用品行业投资前景及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

## 第十三章 户外用品行业投资规划建议研究

13.1 户外用品行业投资前景研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国户外用品品牌的战略思考

13.2.1 户外用品品牌的重要性

13.2.2 户外用品实施品牌战略的意义

13.2.3 户外用品企业品牌的现状分析

13.2.4 我国户外用品企业的品牌战略

13.2.5 户外用品品牌战略管理的策略

13.3 户外用品经营策略分析

13.3.1 户外用品市场创新策略

13.3.2 品牌定位与品类规划

13.3.3 户外用品新产品差异化战略

## 第十四章 研究结论及投资建议

14.1 户外用品行业研究结论

14.2 户外用品行业投资价值评估

14.3 户外用品行业投资建议

14.3.1 行业投资策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

## 图表目录

图表1：户外用品行业生命周期

图表2：户外用品行业产业链结构

图表3：2014-2016年全球户外用品行业市场规模

图表4：2014-2016年中国户外用品行业市场规模

图表5：2014-2016年户外用品行业重要数据指标比较

图表6：2014-2016年中国户外用品市场占全球份额比较

图表7：2014-2016年户外用品行业工业总产值

图表8：2014-2016年户外用品行业销售收入

图表9：2014-2016年户外用品行业利润总额

图表10：2014-2016年户外用品行业资产总计

图表11：2014-2016年户外用品行业负债总计

图表12：2014-2016年户外用品行业竞争力分析

图表13：2014-2016年户外用品市场价格走势

图表14：2014-2016年户外用品行业主营业务收入

图表15：2014-2016年户外用品行业主营业务成本

图表16：2014-2016年户外用品行业销售费用分析

图表17：2014-2016年户外用品行业管理费用分析

图表18：2014-2016年户外用品行业财务费用分析

图表19：2014-2016年户外用品行业销售毛利率分析

图表20：2014-2016年户外用品行业销售利润率分析

图表21：2014-2016年户外用品行业成本费用利润率分析

图表22：2014-2016年户外用品行业总资产利润率分析

图表23：2014-2016年户外用品行业集中度分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/L31618V2S7.html>