中国户外用品行业市场发展分析与发展前景预测及投资咨询研究报告(2026-2031版)

报告简介

户外运动指在室外进行的，健身、旅游、休闲的同时更能贴近自然、感受自然的运动，包括登山、攀岩、野营、滑雪、攀冰、野外生存、山地穿越、山地自行车、漂流、潜水、探洞等多种形式为载体的各种活动。广义的户外运动还包括城市散步、慢跑等城市休闲活动。户外运动具备旅游和体育的双重特征。

在我国户外用品中，服装类占比最高，约为45%，其次是户外工具产品市场占比22%，户外露营设备市场占比为18%，鞋靴市场占比为13%。户外用品行业自2012年后，发展速度逐渐放缓，市场规模增速也呈现下降趋势，在2019年我国户外用品市场规模约为252亿元，同比上年增长了1.5%左右，市场规模增速连续九年持续下降。我国户外用品行业逐渐进入调整阶段，户外用品品牌数量也呈现减少趋势，在2019年国内户外用品品牌数量约为460个，市场集中度持续增长，在2019年我国户外用品CR10品牌市场占有率高达58%左右。

就需求市场来看，当前我国户外运动参与率较低，国内徒步旅行、休闲户外等运动占据总人口的10%，登山、攀岩等运动占据总人口的5%左右，与美国55%左右的户外运动参与率相比差距较大，未来提升空间较高。随着我国户外运动参与率的提升，国内户外用品市场需求也将得到持续增长，我国户外用品行业发展前景较好。除了运动参与率较低，我国居民在户外活动上的消费也较低，仅有22元左右，而在欧美等发达地区，人均户外用品消费额在600元左右。由此对比，可以得出我国户外用品行业尚处于导入期，未来市场发展潜力巨大。

我国户外用品市场正处于快速发展阶段，由于行业初期进入门槛不高，目前同质化竞争现象较为明显，国内品牌正在通过差异化营销塑造特色品牌文化，并集中在二、三线城市密集布点，品牌知名度及竞争实力在不断提升，当前国内户外用品市场形成了国际品牌和国内品牌相互渗透、相互竞争的格局。竞争的重点已从最初的产量竞争、价格竞争逐渐演变到渠道竞争，再到目前的品牌竞争阶段，未来的行业竞争将朝着综合实力的竞争方面深入发展。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国纺织品商业协会户外用品分会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国户外用品行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国户外用品行业发展状况和特点，以及中国户外用品行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球户外用品行业发展态势作了详细分析，并对户外用品行业进行了趋向研判，是户外用品生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前户外用品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 户外用品行业发展综述

第一节 户外用品行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 户外用品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 户外用品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、上下游行业影响及风险提示

第二章 户外用品行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 户外用品行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、户外用品行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、户外用品产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、户外用品产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、行业技术发展水平分析

二、户外用品技术专利数量分析

三、户外用品技术发展趋势分析

四、行业主要技术人才现状分析

五、技术环境对行业的影响

第三章 国际户外用品行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球户外用品市场总体情况分析

一、全球户外用品行业的发展特点

二、全球户外用品市场结构

三、全球户外用品行业发展分析

四、全球户外用品行业竞争格局

五、全球户外用品市场区域分布

第二节 全球主要国家(地区)户外用品市场分析

一、欧洲户外用品市场分析

1、欧洲户外用品行业发展概况

2、欧洲户外用品市场结构及出货量情况

3、欧洲户外用品占全球市场份额分析

4、欧洲户外用品市场发展趋势分析

二、美国户外用品市场分析

1、美国户外用品行业发展概况

2、美国户外用品市场结构及出货量情况

3、美国户外用品占全球市场份额分析

4、美国户外用品市场发展趋势分析

三、日本户外用品市场分析

1、日本户外用品行业发展概况

2、日本户外用品市场结构及出货量情况

3、日本户外用品占全球市场份额分析

4、日本户外用品市场发展趋势分析

四、韩国户外用品市场分析

1、韩国户外用品行业发展概况

2、韩国户外用品市场结构及出货量情况

3、韩国户外用品占全球市场份额分析

4、韩国户外用品市场发展趋势分析

第二部分 行业深度分析

第四章 中国户外用品行业运行现状分析

第一节 中国户外用品行业发展状况分析

一、中国户外用品行业发展概况及特点

二、中国户外用品行业发展存在的问题及对策

三、中国户外用品行业商业模式分析

第二节 户外用品行业发展现状分析

一、中国户外用品零售总额及增长率分析

二、国内外户外用品品牌出货额分析

三、中国户外用品行业市场结构分析

四、中国户外用品行业利润总额分析

第三节 中国户外用品行业企业发展分析

一、企业数量及增长分析

二、品牌数量及增长率分析

三、户外用品各渠道商家数量分析

四、户外运动参与人数与参与率分析

第四节 中国户外用品行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第五节 中国户外用品市场价格走势分析

一、户外用品市场定价机制组成

二、户外用品市场价格影响因素

三、2026-2031年户外用品产品价格走势分析

四、2026-2031年户外用品产品价格走势预测

第五章 2026-2031年中国户外用品市场供需形势分析

第一节 户外用品行业生产分析

一、产品进口、自有比例

二、国内产品生产基地分布

三、产品产业集群发展分析

四、产品产能情况分析

第二节 中国户外用品市场供需分析

一、中国户外用品行业供给情况

1、中国户外用品行业产品出货量分析

2、重点企业产能及占有份额

二、中国户外用品行业需求情况

1、户外用品行业需求市场

2、户外用品行业需求结构

3、户外用品行业需求的地区差异

三、中国户外用品行业供需平衡分析

第三节 户外用品应用市场及需求预测

一、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

二、2026-2031年户外用品行业需求量预测

三、2026-2031年户外用品行业需求产品功能预测

第六章 户外用品行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 户外用品行业进出口市场分析

一、户外用品行业进出口综述

1、中国户外用品进出口的特点分析

2、中国户外用品进出口地区分布状况

3、中国户外用品进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国户外用品进出口政策与国际化经营

二、户外用品行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

三、户外用品行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

第二节 中国户外用品出口面临的挑战及对策

一、中国户外用品出口面临的挑战

二、中国户外用品行业未来出口展望

三、中国户外用品产品出口对策

四、户外用品行业进出口前景及建议

1、行业出口前景及建议

2、行业进口前景及建议

第三部分 市场全景调研

第七章 中国户外用品细分市场分析及预测

第一节 中国户外用品行业细分市场结构分析

一、户外用品行业市场结构现状分析

二、户外用品行业细分结构特征分析

三、户外用品行业细分市场发展概况

四、户外用品行业市场结构变化趋势

第二节 服装类市场分析

一、服装类主要产品介绍

二、服装类市场规模分析

三、服装类市场结构分析

四、服装类市场竞争格局

五、服装类市场趋势预测

第三节 鞋类市场分析

一、鞋类主要产品介绍

二、鞋类市场规模分析

三、鞋类市场结构分析

四、鞋类市场竞争格局

五、鞋类市场趋势预测

第四节 背包类市场分析

一、背包类主要产品介绍

二、背包类市场规模分析

三、背包类市场结构分析

四、背包类市场竞争格局

五、背包类市场趋势预测

第五节 装备类市场分析

一、装备类主要产品介绍

二、装备类市场规模分析

三、装备类市场结构分析

四、装备类市场竞争格局

五、装备类市场趋势预测

第六节 配件类市场分析

一、配件类主要产品介绍

二、配件类市场规模分析

三、配件类市场结构分析

四、配件类市场竞争格局

五、配件类市场趋势预测

第七节 器材类市场分析

一、器材类主要产品介绍

二、器材类市场规模分析

三、器材类市场结构分析

四、器材类市场竞争格局

五、器材类市场趋势预测

第八章 中国户外用品行业市场经营策略分析

第一节 户外用品行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、户外用品营销环境分析与评价

1、国际环境下的户外用品

2、企事业需求下的户外用品

3、中国户外用品市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 户外用品行业市场营销状况分析

一、户外用品市场主力消费群分析

二、户外用品主力消费群价值需求

三、户外用品市场基本营销模式

四、户外用品行业市场营销态势

第三节 户外用品行业市场营销策略分析

一、户外用品行业市场定位策略

二、户外用品行业市场产品策略

三、户外用品行业市场价格策略

四、户外用品行业市场渠道策略

五、户外用品行业市场促销策略

第四节 户外用品行业市场营销深度分析

一、户外用品行业市场品牌营销

二、户外用品行业市场文化营销

三、户外用品行业市场营销创新

四、户外用品行业市场电商营销

五、二三四级市场营销分析

第五节 高端户外用品经营策略分析

一、高端户外用品市场细分策略

二、高端户外用品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、高端户外用品新产品差异化战略

第四部分 竞争格局分析

第九章 户外用品行业区域市场分析

第一节 中国户外用品重点区域市场分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域分布特点分析

三、行业企业数量的区域分布

第二节 东北地区户外用品市场分析

一、户外运动参与率分析

二、市场规模分析

三、市场结构分析

四、市场竞争格局

五、市场发展趋势及前景

第三节 华北地区户外用品市场分析

一、户外运动参与率分析

二、市场规模分析

三、市场结构分析

四、市场竞争格局

五、市场发展趋势及前景

第四节 华中地区户外用品市场分析

一、户外运动参与率分析

二、市场规模分析

三、市场结构分析

四、市场竞争格局

五、市场发展趋势及前景

第五节 华东地区户外用品市场分析

一、户外运动参与率分析

二、市场规模分析

三、市场结构分析

四、市场竞争格局

五、市场发展趋势及前景

第六节 华南地区户外用品市场分析

一、户外运动参与率分析

二、市场规模分析

三、市场结构分析

四、市场竞争格局

五、市场发展趋势及前景

第七节 西南地区户外用品市场分析

一、户外运动参与率分析

二、市场规模分析

三、市场结构分析

四、市场竞争格局

五、市场发展趋势及前景

第八节 西北地区户外用品市场分析

一、户外运动参与率分析

二、市场规模分析

三、市场结构分析

四、市场竞争格局

五、市场发展趋势及前景

第十章 2026-2031年户外用品行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、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

二、户外用品行业swot分析

1、户外用品行业优势分析

2、户外用品行业劣势分析

3、户外用品行业机会分析

4、户外用品行业威胁分析

第二节 户外用品行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 户外用品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 户外用品行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、企业升级途径及并购重组风险分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第十一章 2026-2031年户外用品行业领先企业经营形势分析

第一节 哥伦比亚运动服装商贸(上海)有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售网络分布

五、企业主要客户结构

六、企业品牌战略分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第二节 威富服饰(中国)有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售网络分布

五、企业主要客户结构

六、企业品牌战略分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第三节 探路者控股集团股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售网络分布

五、企业主要客户结构

六、企业品牌战略分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第四节 亚玛芬体育用品贸易(上海)有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售网络分布

五、企业主要客户结构

六、企业品牌战略分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第五节 上海联亚商业有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售网络分布

五、企业主要客户结构

六、企业品牌战略分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第六节 南京边城体育用品股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售网络分布

五、企业主要客户结构

六、企业品牌战略分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第七节 北京锐极泷峰国际贸易有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售网络分布

五、企业主要客户结构

六、企业品牌战略分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第八节 广东骆驼服饰有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售网络分布

五、企业主要客户结构

六、企业品牌战略分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第九节 湛江市玛雅旅游用品有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售网络分布

五、企业主要客户结构

六、企业品牌战略分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第十节 浙江牧高笛户外用品有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售网络分布

五、企业主要客户结构

六、企业品牌战略分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 2026-2031年户外用品行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年户外用品市场发展前景

一、2026-2031年户外用品市场发展潜力

二、2026-2031年户外用品市场发展前景展望

三、2026-2031年户外用品细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年户外用品市场发展趋势预测

一、2026-2031年户外用品行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2026-2031年户外用品市场规模预测

三、2026-2031年户外用品行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国户外用品行业供需预测

一、2026-2031年中国户外用品行业品牌数量预测

二、2026-2031年中国户外用品行业出货量预测

三、2026-2031年中国户外用品零售总额预测

四、2026-2031年中国户外用品行业需求预测

五、2026-2031年中国户外用品行业供需平衡预测

第十三章 2026-2031年户外用品行业投资价值与风险防范分析

第一节 户外用品行业投资特性分析

一、户外用品行业进入壁垒分析

二、户外用品行业盈利因素分析

三、户外用品行业盈利模式分析

第二节 2026-2031年户外用品行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、户外用品行业投资机遇

第三节 2026-2031年户外用品行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国户外用品行业投资建议

一、户外用品行业未来发展方向

二、户外用品行业主要投资建议

三、中国户外用品企业融资分析

1、中国户外用品企业ipo融资分析

2、中国户外用品企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十四章 户外用品行业发展战略研究

第一节 户外用品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国户外用品品牌的战略思考

一、户外用品品牌的重要性

二、户外用品实施品牌战略的意义

三、户外用品企业品牌的现状分析

四、中国户外用品企业的品牌战略

五、户外用品品牌战略管理的策略

第三节 户外用品经营策略分析

一、户外用品市场细分策略

二、户外用品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、户外用品新产品差异化战略

第四节 户外用品行业投资战略研究

一、户外用品行业投资战略

二、2026-2031年户外用品行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及发展建议

第一节 户外用品行业研究结论及建议

第二节 户外用品子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和户外用品行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：2026-2031年中国户外用品零售总额及增长率分析

图表：2026-2031年国内外户外用品品牌出货额分析

图表：2026-2031年中国户外用品行业市场结构分析

图表：2026-2031年中国户外用品行业利润总额分析

图表：2026-2031年户外用品行业品牌数量及增长分析

图表：2021-2026年户外用品行业企业数量及增长分析

图表：2021-2026年户外用品各渠道商家数量分析

图表：2026-2031年户外运动参与人数与参与率分析

图表：2026-2031年户外用品行业盈利能力分析

图表：2026-2031年户外用品行业营运能力分析

图表：2026-2031年户外用品行业偿债能力分析

图表：2026-2031年户外用品行业发展能力分析

图表：2026-2031年户外用品产品价格走势分析

图表：2026-2031年户外用品产品价格走势预测

图表：2026-2031年户外用品行业进出口总额分析

图表：2026-2031年户外用品行业进出口产品结构

图表：2021-2026年户外用品行业企业数量的区域分布

图表：2026-2031年中国户外用品行业市场规模预测

图表：2026-2031年中国户外用品行业品牌数量预测

图表：2026-2031年中国户外用品行业出货量预测

图表：2026-2031年中国户外用品市场零售总额预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：223593

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20210828/223593.shtml

在线订购：点击这里