

中国户外运动行业市场发展分析及前景趋势与投资研究报告(2024-2029版)

报告简介

户外运动，是一项在自然场地举行的一组集体项目群。户外运动不是一种简单的体育运动，是一种融休闲、娱乐及健身于一体的集体项目群;也不同于中国传统的旅游方式，而是一种把旅游、运动、文化、人际交往紧密结合起来的生活方式。

随着收入及生活水平的不断提高，国人在运动、健身方面所投入的时间及财力均在逐年增长。国人参加运动或出于对某种运动项目的兴趣，或者为健体强身。球类运动中，高尔夫球、网球也是较为大众化的运动。划船、冲浪、滑雪、钓鱼、攀岩、骑车、跑步是国人运动、健身的主要方式。与这些运动有关的服装、器材、用品、饮品均有较大的市场需求。

户外产业包含的内涵广泛，狭义角度上看，户外休闲指在自然或半自然的环境中进行的休闲活动，包括露营、野外探险、骑行、登山、滑雪、自驾越野等。广义角度上看，户外休闲更像是一种生活形态，兼具健身、旅游、体育、娱乐休闲等元素。

本报告主要对当下户外运动的业务模式，服务类型等作出总结。结合近几年户外运动行业的情况，对其政策环境、行业壁垒、投融资情况、竞争格局、市场规模、供需关系、战略规划等进行研究。同时通过分析国外领先地区的业务模式，给予本国户外运动行业一些数据上的支持，并给出相应的建议。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国户外运动市场进行了分析研究。报告在总结中国户外运动行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国户外运动行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为户外运动企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 户外运动行业概述

第一节 户外运动行业概述

一、户外运动的定义

二、户外运动的分类

第二节 最近3-5年中国户外运动行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业生命周期

第二章 2019-2023年中国户外运动行业发展环境分析

第一节 2019-2023年中国户外运动行业经济环境分析

一、2019-2023年中国经济运行形势分析

二、2019-2023年经济运行中的主要问题

三、2024-2029年宏观调控政策取向分析

第二节 2019-2023年中国户外运动行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、行业发展规划分析

三、相关行业标准分析

第三节 2019-2023年中国户外运动行业发展社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2019-2023年中国户外运动行业技术环境分析

一、行业技术发展水平

二、行业技术发展动态

三、行业技术发展趋势

第二部分 行业深度分析

第三章 2019-2023年中国户外运动行业发展概况

第一节 2019-2023年中国户外运动行业发展概况

一、中国户外运动行业发展阶段

二、中国户外运动行业发展总体概况

三、中国户外运动行业发展特点分析

第二节 2019-2023年中国户外运动行业发展现状

一、2019-2023年中国户外运动行业市场规模

二、2019-2023年中国户外运动行业发展分析

三、2019-2023年中国户外运动行业企业发展分析

第三节 2019-2023年中国户外运动市场动态分析

第四章 2019-2023年中国户外运动行业运行分析

第一节 中国户外运动行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业销售收入规模状况

五、行业利润规模情况分析

第二节 中国户外运动行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第五章 2019-2023年中国户外运动市场供需分析

第一节 2019-2023年中国户外运动行业供给分析

一、2019-2023年中国户外运动行业产值情况

二、2019-2023年中国户外运动行业供给区域

第二节 2019-2023年中国户外运动行业需求分析

一、2019-2023年中国户外运动行业需求情况

二、2019-2023年中国户外运动行业需求区域

第三节 2019-2023年户外运动行业供需平衡分析

第六章 2019-2023年中国户外运动区域市场规模分析

第一节 2019-2023年中国户外运动市场规模分析

第二节 2019-2023年中国户外运动区域市场规模分析

一、2019-2023年东北地区市场规模分析

二、2019-2023年华北地区市场规模分析

三、2019-2023年华东地区市场规模分析

四、2019-2023年华中地区市场规模分析

五、2019-2023年华南地区市场规模分析

六、2019-2023年西部地区市场规模分析

第七章 2019-2023年中国户外运动上下游行业分析

第一节 户外运动行业上下游分析

一、与行业上下游之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游市场发展分析

第二节 户外运动行业产业链分析

一、行业上游影响及风险分析

二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第三部分 竞争格局分析

第八章 中国户外运动行业市场竞争格局及策略分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、户外运动行业竞争结构分析

第二节 户外运动行业竞争策略

一、提高户外运动企业核心竞争力的对策

二、影响户外运动企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高户外运动企业竞争力的策略

第九章 户外运动行业国内重点企业分析

第一节 探路者控股集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第二节 三夫户外用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第三节 深圳火狐狸户外用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第四节 宁波雪狼户外服饰有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第五节 福建省乾昆体育用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第六节 火枫野营用品公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第七节 派格户外用品(上海)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第八节 杭州玛凯奴户外用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第四部分 发展前景展望

第十章 2024-2029年中国户外运动行业投资效益与机会分析

第一节 2019-2023年行业投资收益率比较及分析

一、2019-2023年相关产业投资收益率比较

二、2019-2023年行业投资收益率分析

第二节 2024-2029年中国户外运动行业投资效益分析

一、2024-2029年户外运动行业投资效益分析

二、2024-2029年户外运动行业投资趋势预测

三、2024-2029年户外运动行业投资的建议

四、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 2024-2029年影响户外运动行业发展的主要因素

一、2024-2029年影响户外运动行业运行的有利因素分析

二、2024-2029年影响户外运动行业运行的不利因素分析

三、2024-2029年中国户外运动行业发展面临的挑战分析

四、2024-2029年中国户外运动行业发展面临的机遇分析

第十一章 户外运动行业发展预测分析

第一节 户外运动行业发展预测分析

一、2024-2029年中国户外运动行业潜力分析

二、2024-2029年中国户外运动行业前景展望分析

三、2024-2029年中国户外运动行业发展趋势分析

第二节 2024-2029年中国户外运动行业发展预测分析

一、2024-2029年中国户外运动供给预测

二、2024-2029年中国户外运动需求预测

三、2024-2029年中国户外运动供需平衡预测

第三节 2024-2029年中国户外运动行业投资风险分析

一、2024-2029年户外运动行业市场风险及控制策略

二、2024-2029年户外运动行业政策风险及控制策略

三、2024-2029年户外运动行业经营风险及控制策略

四、2024-2029年户外运动行业技术风险及控制策略

五、2024-2029年户外运动同业竞争风险及控制策略

六、2024-2029年户外运动行业其他风险及控制策略

第十二章 专家观点与结论

第一节 2019-2023年户外运动行业研究结论建议

第二节 2024-2029年户外运动行业投资价值评估

第三节 中道泰和户外运动行业投资建议

图表目录

图表：行业生命周期图

图表：2021-2022年国内生产总值增长速度(季度同比)

图表：2021-2022年全国规模以上工业增加值增速(月度同比)

图表：2021-2022年固定资产投资增速情况

图表：2022年社会消费品零售总额增速

图表：2022年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表：2022年全国居民人均消费支出及构成

图表：2019-2023年我国人口规模

图表：2022年各学段资助情况

图表：各学段财政投入占比情况

图表：2022年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入统计及增长情况

图表：2019-2023年中国城镇化率走势

图表：我国户外用品行业三大发展阶段

图表：近年来国家体育产业主要政策

图表：2019-2023年中国户外运动行业市场规模(单位：亿元)

图表：2015-2022年核心户外市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年中国户外运动各细分领域市场规模(单位：亿元)

图表：2022年中国户外运动各细分领域市场规模(单位：亿元)

图表：2016-2022年核心户外市场规模变化情况

图表：2021-2022年国内六大运动鞋服企业营业收入情况对比

图表：2021-2022年国内六大运动鞋服企业净利润对比

图表：2012-2022年我国户外运动从业人数(单位：万人)

图表：2014-2022年我国户外运动行业资产规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年中国户外用品零售总额

图表：2021-2022年国内主要户外服饰企业营收情况

图表：2021-2022年国内主要户外服饰企业净利润情况

图表：2019-2023年户外运动行业营运能力指标

图表：2019-2023年行业资产负债率情况

图表：2019-2023年流动比率及速动比率变化情况

图表：2019-2023年中国户外运动行业产值(单位：亿元)

图表：2019-2023年中国户外产业增加值(单位：亿元)

图表：2019-2023年中国东部地区户外运动行业产值(单位：亿元)

图表：2019-2023年中国东部地区户外产业增加值(单位：亿元)

图表：2015-2022年中国富裕阶层人数(万人)

图表：2019-2023年中国户外运动市场规模(广义)

图表：2019-2023年东北地区户外运动市场规模(广义)

图表：东北地区户外运动群体年均消费情况分布

图表：2019-2023年华北地区户外运动市场规模(广义)

图表：华北地区户外运动群体年均消费情况分布

图表：2019-2023年华东地区户外运动市场规模(广义)

图表：华东地区户外运动群体年均消费情况分布

图表：2019-2023年华中地区户外运动市场规模(广义)

图表：华中地区户外运动群体年均消费情况分布

图表：2019-2023年华南地区户外运动市场规模(广义)

图表：华南地区户外运动群体年均消费情况分布

图表：2019-2023年西部地区户外运动市场规模(广义)

图表：西部地区户外运动群体年均消费情况分布

图表：2022年探路者集团经营情况

图表：2022年三夫户外经营情况

图表：公司代理经销的部分核心品牌

图表：火狐狸公司主要产品

图表：2022年哥伦步经营情况

图表：2019-2023年户外用品行业投资收益率

图表：2019-2023年户外运动行业投资收益率

图表：2024-2029年户外运动行业投资收益率预测

图表：户外运动发展各类型政策驱动因素占比

图表：2019-2023年户外网络搜索指数城市排名top10

图表：我国户外人员参加过的项目情况

把握投资 决策经营！

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20221108/305769.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)