2026-2031年户外用品行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

户外用品行业研究报告主要分析了户外用品行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析(市场规模、市场结构、市场特点等)、生产分析(生产总量、供需平衡等)、竞争分析(行业集中度、竞争格局、竞争组群、竞争因素等)、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、户外用品行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨，分析内容客观、公正、系统，真实准确地反映了我国户外用品行业的市场发展现状和未来发展趋势。

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、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外户外用品行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国户外用品行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对户外用品行业上下游行业的发展进行了探讨，是相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握户外用品行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一章 户外用品相关概述

第一节 户外用品相关定义

一、 户外运动定义

二、 户外用品定义

第二节 户外用品分类

一、 服装类

二、 鞋类

三、 背包类

四、 装备类

五、 配件类

六、 器材类

第二章 国际户外用品市场发展

第一节 欧洲户外用品市场发展状况

一、 市场整体发展

二、 市场发展特点

三、 市场发展渠道

第二节 美国户外用品市场发展分析

一、 市场发展状况

二、 消费者特点分析

三、 消费者行为分析

四、 市场销售渠道分析

五、 行业利好政策动态

第三节 亚洲户外用品市场发展分析

一、 市场总体状况

二、 日本市场发展状况

三、 韩国市场发展状况

第四节 国外户外用品行业的成功要素分析

第三章 2021-2026年中国户外用品行业发展环境分析

第一节 中国户外用品行业政策环境

一、 行业管理体制

二、 行业政策法规

第二节 中国户外用品行业经济环境

一、 国民经济运行状况

二、 工业经济增长情况

三、 固定资产投资情况

四、 经济转型升级形势

五、 宏观经济发展趋势

六、 经济发展潜力分析

第三节 中国户外用品行业消费环境

一、 消费差异性明显

二、 消费群体特征

三、 居民消费水平

第四节 中国户外用品行业社会环境

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

第五节 中国户外用品行业其他环境

一、 技术环境

二、 产业环境

第四章 2021-2026年中国户外用品行业发展

第一节 中国户外用品产业发展综述

一、 发展阶段

二、 行业特征

三、 行业规模

四、 经营模式

五、 市场需求

第二节 中国户外登山用品产业发展综述

一、 社会环境分析

二、 技术发展分析

三、 行业发展趋势

第三节 中国户外运动服装产业发展综述

一、 产业发展分析

二、 服装分类及其防护性能

三、 服装面料性能

四、 社会环境影响

五、 未来发展趋势

第四节 中国户外用品行业消费者分析

一、 客户群体

二、 目标客户

三、 消费者特征

四、 客户渠道

第五节 中国户外用品行业重度购买者特征

一、 旅游户外用品及重度购买者概述

二、 理论假设

三、 研究方法

四、 研究结果

五、 结论和思考

第六节 中国户外用品市场调研分析

一、 商场对户外店的影响

二、 户外用品品牌商经营成本

三、 户外店的投资预期

四、 户外用品品牌商的投资预期

第七节 中国户外用品行业发展问题及对策

一、 行业发展不利因素

二、 产品标准亟待完善

三、 行业发展对策

四、 行业发展措施建议

第五章 2021-2026年中国户外用品品牌及销售分析

第一节 中国户外用品品牌发展

一、 2021-2026年行业品牌发展

二、 2021-2026年行业品牌发展

三、 2021-2026年行业品牌发展

四、 本土户外用品品牌发展

五、 做大品牌的对策

第二节 中国户外用品销售分析

一、 2021-2026年行业销售状况

二、 2021-2026年行业销售状况

三、 2021-2026年行业销售状况

第三节 中国户外用品销售渠道分析

一、 行业销售渠道回顾

二、 行业销售渠道变化

三、 行业主要销售渠道分析

四、 户外用品销售模式

五、 行业国内海淘市场

第四节 中国户外用品市场商家间冲突

一、 渠道冲突

二、 产品冲突

三、 价格冲突

四、 供货冲突

五、 服务冲突

六、 推广冲突

第六章 中国户外用品市场营销分析

第一节 中国户外用品市场的营销状况

一、 行业进入稳增长期

二、 新营销模式推行

三、 体验营销火热

四、 毕业旅游市场升温

第二节 中国户外用品市场营销创新

一、 营销理念再度革新

二、 趣味网络营销平台

三、 实体店运动体验营销

四、 无缝连接实现渠道贯通

第三节 户外运动服装的营销方式

一、 大型商场/百货公司

二、 普通商场/服装店

三、 户外运动服装专卖店

四、 商场、超市及连锁店

五、 批发市场

六、 邮购

七、 网上销售

第四节 中国户外用品企业营销策略

一、 大型企业营销策略建议

二、 中小型企业营销策略建议

第五节 户外用品店的经营及营销策略建议

一、 经营战略

二、 营销策略

三、 营销方案

四、 营销战略

第七章 2021-2026年户外用品行业重点企业发展分析

第一节 哥伦比亚运动服装公司（Columbia）

一、 企业发展概况

二、 2021-2026年企业经营状况

第二节 北京探路者户外用品股份有限公司（Toread）

一、 企业发展概况

二、 经营效益分析

三、 业务经营分析

四、 财务状况分析

五、 核心竞争力分析

六、 公司发展战略

七、 未来前景展望

第三节 北京三夫户外用品股份有限公司（Sanfo）

一、 企业发展概况

二、 经营效益分析

三、 业务经营分析

四、 财务状况分析

五、 核心竞争力分析

六、 公司发展战略

七、 未来前景展望

第四节 北京长天时代户外体育用品有限公司

一、 企业发展概况

二、 企业客户群及销售品牌的定位

三、 企业主要经营模式

四、 企业基本运作模式

第五节 其他著名品牌

一、 GORE-TEX

二、 VAUDE

三、 THE NORTH FACE

四、 ARC\'TERYX

第八章 中国户外用品行业投资分析

第一节 中国户外用品行业投资优势

一、 市场空间较大

二、 投资收益看好

三、 入行门槛不高

第二节 中国户外用品市场投资环境

一、 市场需求分析

二、 市场定位分析

三、 市场周期性分析

四、 市场竞争分析

五、 市场壁垒分析

第三节 中国户外用品行业投资机会

一、 行业有利因素分析

二、 市场蕴含良好的投资机会

三、 国内户外鞋市场投资热情高涨

四、 休闲运动催热户外用品市场

第四节 中国户外用品行业投资风险

一、 国内宏观经济风险

二、 市场竞争风险

三、 外包环节风险

第五节 投资经营户外用品店的风险管理

一、 风险分析

二、 优质的服务

三、 专业化是取胜之道

四、 合理安排产品结构

五、 建立网站延伸业务

六、 投资经营策略分析

七、 二手店投资建议

第六节 中国户外用品产品开发结构

一、 背包

二、 帐篷

三、 睡袋

四、 登山鞋

五、 服装

六、 攀登装备

七、 露营装备

八、 其它装备

九、 旅游书籍

第九章 中国户外用品市场的前景趋势分析

第一节 中国户外用品行业前景展望

一、 市场前景广阔

二、 市场潜力巨大

三、 市场规模展望

四、 儿童市场前景分析

第二节 2026-2031年中国户外用品行业预测分析

一、 行业影响因素分析

二、 行业零售总额预测

三、 行业出货总额预测

第三节 中国户外用品行业发展趋势

一、 行业发展方向

二、 产业趋势分析

三、 行业竞争趋势

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：1545800

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20241226/1545800.shtml

在线订购：点击这里