

2018-2023年中国户外用品 市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国户外用品市场深度调研与投资前景研究报告》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/831984WCME.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深度调研与投资前景研究报告》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。

根据相关资料显示，2016年国内市场户外市场品牌数量达到975个，行业内部品牌数量众多，品牌商之间的竞争非常激烈，相互之间的价格战时有发生，从而进一步压缩了行业市场空间。

虽然户外用品市场增长速度渐趋平稳，但是仍有巨大的市场潜力可以挖掘。目前来看，我国人均户外用品消费金额不足欧美市场的1/4，我国户外市场刚刚走过导入期，开始迈入成长期，仍有巨大的市场空间。

随着全行业调整和转型不断深入，零售环境不断改善，在消费升级、户外参与者数量不断增长及冬奥会三大利好因素的驱动下，接下来三至五年，户外用品市场将进入下一个更健康、更均衡的持续增长期。

报告目录：

第一章 户外用品行业调研概述

1.1 户外用品行业报告研究范围

1.1.1 户外用品行业专业名词解释

1.1.2 户外用品行业研究范围界定

1.1.3 户外用品行业调研框架简介

1.1.4 户外用品行业调研工具介绍

1.2 户外用品行业统计标准介绍

1.2.1 行业统计部门和统计口径

1.2.2 行业研究机构介绍

1.2.3 行业主要统计方法介绍

1.2.4 行业涵盖数据种类介绍

1.3 户外用品行业市场概述

1.3.1 行业定义

- 1.3.2 行业主要产品分类
- 1.3.3 行业关键成功要素
- 1.3.4 行业价值链分析
- 1.3.5 行业市场规模分析及预测

第二章 2016年中国户外用品行业发展环境分析

- 2.1 中国户外用品行业经济发展环境分析
 - 2.1.1 中国GDP增长情况分析
 - 2.1.2 工业经济发展形势分析
 - 2.1.3 全社会固定资产投资分析
 - 2.1.4 城乡居民收入与消费分析
 - 2.1.5 社会消费品零售总额分析
 - 2.1.6 对外贸易的发展形势分析
- 2.2 中国户外用品行业政策环境分析
 - 2.2.1 行业监管部门及管理体制
 - 2.2.2 产业相关政策分析
 - 2.2.3 上下游产业政策影响
 - 2.2.4 进出口政策影响分析
- 2.3 中国户外用品行业技术环境分析
 - 2.3.1 行业技术发展概况
 - 2.3.2 行业技术水平分析
 - 2.3.3 行业技术特点分析
 - 2.3.4 行业技术动态分析

第三章 中国户外用品行业运行现状分析

- 3.1 中国户外用品行业发展状况分析
 - 3.1.1 中国户外用品行业发展阶段
 - 3.1.2 中国户外用品行业发展总体概况
 - 3.1.3 中国户外用品行业发展特点分析
- 3.2 2014-2016年户外用品行业发展现状
 - 3.2.1 中国户外用品行业市场规模
 - 3.2.2 中国户外用品行业发展分析

3.2.3 中国户外用品企业发展分析

第四章 中国户外用品行业市场供需指标分析

4.1 中国户外用品行业供给分析

4.1.1 2014-2016年中国户外用品企业数量结构

4.1.2 2014-2016年中国户外用品行业供给分析

4.1.3 中国户外用品行业区域供给分析

4.2 2014-2016年中国户外用品行业需求情况

4.2.1 中国户外用品行业需求市场

4.2.2 中国户外用品行业客户结构

4.2.3 中国户外用品行业需求的地区差异

4.3 中国户外用品市场应用及需求预测

4.3.1 中国户外用品应用市场总体需求分析

(1) 中国户外用品应用市场需求特征

(2) 中国户外用品应用市场需求总规模

4.3.2 2018-2024中国年户外用品行业领域需求量预测

(1) 2018-2024年中国户外用品行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2018-2024年中国户外用品行业领域需求产品/服务市场格局预测

第五章 中国户外用品行业产业链指标分析

5.1 户外用品行业产业链概述

5.1.1 产业链定义

5.1.2 户外用品行业产业链

5.2 中国户外用品行业主要上游产业发展分析

5.2.1 上游产业发展现状

5.2.2 上游产业供给分析

5.2.3 上游供给价格分析

5.2.4 主要供给企业分析

5.3 中国户外用品行业主要下游产业发展分析

5.3.1 下游(应用行业)产业发展现状

5.3.2 下游(应用行业)产业趋势预测

5.3.3 下游(应用行业)主要需求企业分析

5.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业调研

第六章 2014-2016年中国户外用品行业经济指标分析

6.1 2014-2016年中国户外用品行业资产负债状况分析

6.1.1 2014-2016年中国户外用品行业总资产状况分析

6.1.2 2014-2016年中国户外用品行业应收账款状况分析

6.1.3 2014-2016年中国户外用品行业流动资产状况分析

6.1.4 2014-2016年中国户外用品行业负债状况分析

6.2 2014-2016年中国户外用品行业销售及利润分析

6.2.1 2014-2016年中国户外用品行业销售收入分析

6.2.2 2014-2016年中国户外用品行业产品销售税金情况

6.2.3 2014-2016年中国户外用品行业利润增长情况

6.2.4 2014-2016年中国户外用品行业亏损情况

6.3 2014-2016年中国户外用品行业成本费用结构分析

6.3.1 2014-2016年中国户外用品行业销售成本情况

6.3.2 2014-2016年中国户外用品行业销售费用情况

6.3.3 2014-2016年中国户外用品行业管理费用情况

6.3.4 2014-2016年中国户外用品行业财务费用情况

6.4 2014-2016年中国户外用品行业盈利能力总体评价

6.4.1 2014-2016年中国户外用品行业毛利率

6.4.2 2014-2016年中国户外用品行业资产利润率

6.4.3 2014-2016年中国户外用品行业销售利润率

6.4.4 2014-2016年中国户外用品行业成本费用利润率

第七章 2014-2016年中国户外用品行业进出口指标分析

7.1 中国户外用品行业进出口市场调研

7.1.1 中国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

7.1.2 中国户外用品行业出口市场调研

(1) 2014-2016年行业出口整体情况

(2) 2014-2016年行业出口总额分析

(3) 2014-2016年行业出口结构分析

7.1.3 中国户外用品行业进口市场调研

(1) 2014-2016年行业进口整体情况

(2) 2014-2016年行业进口总额分析

(3) 2014-2016年行业进口结构分析

7.2 中国户外用品进出口面临的挑战及对策

7.2.1 中国户外用品进出口面临的挑战及对策

(1) 户外用品进出口面临的挑战

(2) 户外用品进出口策略分析

7.2.2 中国户外用品行业进出口前景及建议

(1) 户外用品进口前景及建议

(2) 户外用品出口前景及建议

第八章 中国户外用品行业区域市场指标分析

8.1 行业总体区域结构特征及变化

8.1.1 行业区域结构总体特征

8.1.2 行业区域集中度分析

8.1.3 行业规模指标区域分布分析

8.1.4 行业企业数的区域分布分析

8.2 户外用品区域市场调研

8.2.1 东北地区户外用品市场调研

(1) 黑龙江省户外用品市场调研

(2) 吉林省户外用品市场调研

(3) 辽宁省户外用品市场调研

8.2.2 华北地区户外用品市场调研

(1) 北京市户外用品市场调研

(2) 天津市户外用品市场调研

(3) 河北省户外用品市场调研

(4) 山西省户外用品市场调研

(5) 内蒙古户外用品市场调研

8.2.3 华东地区户外用品市场调研

- (1) 山东省户外用品市场调研
- (2) 上海市户外用品市场调研
- (3) 江苏省户外用品市场调研
- (4) 浙江省户外用品市场调研
- (5) 福建省户外用品市场调研
- (6) 安徽省户外用品市场调研
- (7) 江西省户外用品市场调研

8.2.4 华南地区户外用品市场调研

- (1) 广东省户外用品市场调研
- (2) 广西省户外用品市场调研
- (3) 海南省户外用品市场调研

8.2.5 华中地区户外用品市场调研

- (1) 湖北省户外用品市场调研
- (2) 湖南省户外用品市场调研
- (3) 河南省户外用品市场调研

8.2.6 西南地区户外用品市场调研

- (1) 四川省户外用品市场调研
- (2) 云南省户外用品市场调研
- (3) 贵州省户外用品市场调研
- (4) 重庆市户外用品市场调研
- (5) 西藏自治区户外用品市场调研

8.2.7 西北地区户外用品市场调研

- (1) 甘肃省户外用品市场调研
- (2) 新疆自治区户外用品市场调研
- (3) 陕西省户外用品市场调研
- (4) 青海省户外用品市场调研
- (5) 宁夏自治区户外用品市场调研

第九章 中国户外用品行业领先企业竞争指标分析

9.1 北京探路者户外用品股份有限公司

9.1.1 企业发展基本情况

- 9.1.2 企业主要产品分析
- 9.1.3 企业竞争优势分析
- 9.1.4 企业经营状况分析
- 9.2 北京三夫户外用品开发有限公司
 - 9.2.1 企业发展基本情况
 - 9.2.2 企业主要产品分析
 - 9.2.3 企业竞争优势分析
 - 9.2.4 企业经营状况分析
- 9.3 北京长天时代户外体育用品有限公司
 - 9.3.1 企业发展基本情况
 - 9.3.2 企业主要产品分析
 - 9.3.3 企业竞争优势分析
 - 9.3.4 企业经营状况分析
- 9.4 浙江牧高笛户外用品有限公司
 - 9.4.1 企业发展基本情况
 - 9.4.2 企业主要产品分析
 - 9.4.3 企业竞争优势分析
 - 9.4.4 企业经营状况分析
- 9.5 亚玛芬体育用品贸易(上海)有限公司
 - 9.5.1 企业发展基本情况
 - 9.5.2 企业主要产品分析
 - 9.5.3 企业竞争优势分析
 - 9.5.4 企业经营状况分析
- 9.6 李宁(中国)体育用品有限公司
 - 9.6.1 企业发展基本情况
 - 9.6.2 企业主要产品分析
 - 9.6.3 企业竞争优势分析
 - 9.6.4 企业经营状况分析
- 9.7 南京诺诗兰户外用品有限公司
 - 9.7.1 企业发展基本情况
 - 9.7.2 企业主要产品分析
 - 9.7.3 企业竞争优势分析

- 9.7.4 企业经营状况分析
- 9.8 宁波市江北牧高笛户外用品有限公司
 - 9.8.1 企业发展基本情况
 - 9.8.2 企业主要产品分析
 - 9.8.3 企业竞争优势分析
 - 9.8.4 企业经营状况分析
- 9.9 北京康尔健野旅游用品有限公司
 - 9.9.1 企业发展基本情况
 - 9.9.2 企业主要产品分析
 - 9.9.3 企业竞争优势分析
 - 9.9.4 企业经营状况分析
- 9.10 圣弗莱(福建)户外用品有限公司
 - 9.10.1 企业发展基本情况
 - 9.10.2 企业主要产品分析
 - 9.10.3 企业竞争优势分析
 - 9.10.4 企业经营状况分析

第十章 2018-2024年中国户外用品行业投资与趋势预测分析

- 10.1 户外用品行业投资特性分析
 - 10.1.1 户外用品行业进入壁垒分析
 - 10.1.2 户外用品行业盈利模式分析
 - 10.1.3 户外用品行业盈利因素分析
- 10.2 中国户外用品行业投资机会分析
 - 10.2.1 产业链投资机会
 - 10.2.2 细分市场投资机会
 - 10.2.3 重点区域投资机会
- 10.3 2018-2024年中国户外用品行业发展预测分析
 - 10.3.1 未来中国户外用品行业发展趋势分析
 - 10.3.2 未来中国户外用品行业趋势预测展望
 - 10.3.3 未来中国户外用品行业技术开发方向
 - 10.3.4 中国户外用品行业“十三五”预测

第十一章 2018-2024年中国户外用品行业运行指标预测

- 11.1 2018-2024年中国户外用品行业整体规模预测
 - 11.1.1 2018-2024年中国户外用品行业企业数量预测
 - 11.1.2 2018-2024年中国户外用品行业市场规模预测
- 11.2 2018-2024年中国户外用品行业市场供需预测
 - 11.2.1 2018-2024年中国户外用品行业供给规模预测
 - 11.2.2 2018-2024年中国户外用品行业需求规模预测
- 11.3 2018-2024年中国户外用品行业区域市场预测
 - 11.3.1 2018-2024年中国户外用品行业区域集中度趋势预测
 - 11.3.2 2018-2024年中国户外用品行业重点区域需求规模预测
- 11.4 2018-2024年中国户外用品行业进出口预测
 - 11.4.1 2018-2024年中国户外用品行业进口规模预测
 - 11.4.2 2018-2024年中国户外用品行业出口规模预测

第十二章 2018-2024年中国户外用品行业投资前景预警

- 12.1 2018-2024年影响户外用品行业发展的主要因素
 - 12.1.1 2018-2024年影响户外用品行业运行的有利因素
 - 12.1.2 2018-2024年影响户外用品行业运行的稳定因素
 - 12.1.3 2018-2024年影响户外用品行业运行的不利因素
 - 12.1.4 2018-2024年我国户外用品行业发展面临的挑战
 - 12.1.5 2018-2024年我国户外用品行业发展面临的机遇
- 12.2 2018-2024年户外用品行业投资前景预警
 - 12.2.1 2018-2024年户外用品行业市场风险预测
 - 12.2.2 2018-2024年户外用品行业政策风险预测
 - 12.2.3 2018-2024年户外用品行业经营风险预测
 - 12.2.4 2018-2024年户外用品行业技术风险预测
 - 12.2.5 2018-2024年户外用品行业竞争风险预测

第十三章 2018-2024年中国户外用品行业投资投资策略

- 13.1 户外用品行业投资策略分析
 - 13.1.1 坚持产品创新的领先战略
 - 13.1.2 坚持品牌建设的引导战略

- 13.1.3 坚持工艺技术创新的支持战略
- 13.1.4 坚持市场营销创新的决胜战略
- 13.1.5 坚持企业管理创新的保证战略
- 13.2 户外用品行业营销策略分析及建议
 - 13.2.1 户外用品行业营销模式
 - 13.2.2 户外用品行业营销策略
- 13.3 户外用品行业应对策略
 - 13.3.1 把握国家投资的契机
 - 13.3.2 竞争性战略联盟的实施
 - 13.3.3 企业自身应对策略

第十四章 研究结论及建议

- 14.1 户外用品行业研究结论
- 14.2 博思数据建议

图表目录

- 图表：户外用品产业链分析
- 图表：户外用品行业生命周期
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业市场规模
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业重要数据指标比较
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业销售情况分析
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业利润情况分析
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业资产情况分析
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业竞争力分析
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业销售成本分析
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业销售费用分析
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业管理费用分析
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业财务费用分析
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业销售及利润分析
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业销售毛利率分析
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业销售利润率分析
- 图表：2014-2016年中国户外用品行业成本费用利润率分析

图表：2014-2016年中国户外用品行业总资产利润率分析

图表：2014-2016年中国户外用品行业资产分析

图表：2014-2016年中国户外用品行业负债分析

图表：2014-2016年中国户外用品行业偿债能力分析

图表：2014-2016年国内生产总值及其增长速度

图表：2014-2016年居民消费价格涨跌幅度

图表：2014-2016年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2014-2016年中国户外用品进口数据

图表：2014-2016年中国户外用品出口数据

图表：2018-2024年中国户外用品行业市场规模预测

图表：2018-2024年中国户外用品行业供给规模预测

图表：2018-2024年中国户外用品行业需求规模预测

图表：2018-2024年中国户外用品行业进口规模预测

图表：2018-2024年中国户外用品行业出口规模预测

略……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/831984WCME.html>