

# 2014-2018年中国户外用品 市场分析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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2014-2018年中国户外用品市场分析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/tiyu1401/R91894SDGW.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-01-09

【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《2014-2018年中国户外用品市场分析与投资前景研究报告》共九章。首先介绍了户外用品相关概述、中国户外用品市场运行环境等，接着分析了中国户外用品市场发展的现状，然后介绍了中国户外用品重点区域市场运行形势。随后，报告对中国户外用品重点企业经营状况分析，最后分析了中国户外用品行业发展趋势与投资预测。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。

资料显示，2012年中国户外用品市场零售总额为145.2亿元，同比增长34.94%，比2011年50.91%的增长率有所回落。其中户外店零售总额同比增长12.42%，明显放缓，商场店零售总额同比增长25.26%，有所放缓，其他渠道零售总额则逆向同比增长186.52%，主要源自电商的迅猛增长

目前，国内户外用品市场潜力备受看好，不仅国产户外品牌迅猛发展，运动品牌也纷纷转型，该市场的竞争日趋激烈。

## 第一章 户外用品相关概述

### 1.1 户外用品的相关定义

#### 1.1.1 户外运动的定义

#### 1.1.2 户外用品的定义

### 1.2 户外用品的分类

#### 1.2.1 服装类

#### 1.2.2 鞋类

#### 1.2.3 背包类

#### 1.2.4 装备类

#### 1.2.5 配件类

#### 1.2.6 器材类

## 第二章 2013年中国户外用品行业发展环境分析

### 2.1 经济环境

### 2.2 政策环境

## 第三章 2013年户外用品行业的发展

### 3.1 2013年国外户外用品产业发展概况

- 3.2 中国户外用品产业发展综述
- 3.3 2010-2012年中国户外用品行业的发展
- 3.4 2013年中国部分地区户外用品行业的发展
  - 3.4.1 南京户外用品市场面临发展机遇
  - 3.4.2 福建鞋企争相发力户外用品市场
  - 3.4.3 上海户外用品市场总体发展概况
  - 3.4.4 沈阳户外用品品牌及消费渠道分析
  - 3.4.5 2012年晋江户外用品行业生存现状
  - 3.4.6 2012年长春户外用品市场发展现状
- 3.5 中国户外用品行业发展的问题及对策

## 第四章 2013年中国户外用品市场分析

- 4.1 中国户外用品市场概况
  - 4.1.1 中国户外用品市场迅速发展
  - 4.1.2 本土户外用品企业市场份额增长明显
  - 4.1.3 专业户外用品在运动鞋服市场所占份额提升
  - 4.1.4 中国户外用品市场的转变分析
  - 4.1.5 中国户外用品市场发展不平衡
- 4.2 中国户外用品市场的供需形势分析
  - 4.2.1 市场供需现状简析
  - 4.2.2 需求影响因素分析
  - 4.2.3 产品供应状况分析
- 4.3 中国户外用品市场消费者分析
  - 4.3.1 户外用品市场客户群体
  - 4.3.2 户外用品市场目标客户
  - 4.3.3 户外用品消费者的特征
  - 4.3.4 户外用品市场客户渠道
- 4.4 中国旅游户外用品重度购买者的特征研究
  - 4.4.1 旅游户外用品及重度购买者概述
  - 4.4.2 理论假设
  - 4.4.3 研究方法
  - 4.4.4 研究结果

#### 4.4.5 结论和思考

### 4.5 2012年中国户外用品市场调研分析

#### 4.5.1 商场对户外店的影响

#### 4.5.2 户外用品品牌商经营成本

#### 4.5.3 户外店的投资预期

#### 4.5.4 户外用品品牌商的投资预期

## 第五章 中国户外用品品牌及销售分析

### 5.1 2011年中国户外用品品牌发展状况

### 5.2 2012年中国户外运动用品品牌状况

### 5.3 2013年中国户外运动用品品牌状况

### 5.4 中国户外用品销售渠道分析

### 5.5 中国户外用品市场品牌商与零售商间的冲突

#### 5.5.1 渠道冲突

#### 5.5.2 产品冲突

#### 5.5.3 价格冲突

#### 5.5.4 供货冲突

#### 5.5.5 服务冲突

#### 5.5.6 推广冲突

### 5.6 中国户外用品行业做大品牌的对策

#### 5.6.1 开创新品类

#### 5.6.2 打造户外品牌文化

#### 5.6.3 打造新的营销模式

## 第六章 2013年重点企业发展分析

### 6.1 哥伦比亚运动服装公司（COLUMBIA）

#### 6.1.1 公司简介

#### 6.1.2 竞争力分析

### 6.2 北京探路者户外用品股份有限公司（TOREAD）

#### 6.2.1 公司简介

#### 6.2.2 竞争力分析

### 6.3 福建哥仑步户外用品有限公司（KOLUMB）

- 6.3.1 公司简介
- 6.3.2 竞争力分析
- 6.4 北京三夫户外用品开发有限公司 ( SANFO )
  - 6.4.1 公司简介
  - 6.4.2 竞争力分析
- 6.5 北京长天时代户外用品有限公司
  - 6.5.1 公司简介
  - 6.5.2 竞争力分析
- 6.6 其他著名品牌
  - 6.6.1 GORE-TEX
  - 6.6.2 VAUDE
  - 6.6.3 THE NORTH FACE
  - 6.6.4 ARC'TERYX

## 第七章 2013年中国户外用品市场营销分析

- 7.1 2013年中国户外用品市场的营销概况
  - 7.1.1 户外用品多采用“三位一体”销售模式
  - 7.1.2 中国户外用品体育营销方式日渐发展
  - 7.1.3 中国户外用品重度购买者的营销特点
  - 7.1.4 中国户外用品经营商家营销的问题
- 7.2 中国户外用品市场营销创新的思考
  - 7.2.1 中国户外用品市场营销亟需创新
  - 7.2.2 重新定义需求内涵推崇“泛户外”概念
  - 7.2.3 注重户外市场服务互动与消费者价值体验
  - 7.2.4 营销规划需要结合科学和人文和艺术
- 7.3 户外运动服装的营销方式
  - 7.3.1 大型商场/百货公司
  - 7.3.2 普通商场/服装店
  - 7.3.3 户外运动服装专卖店
  - 7.3.4 商场、超市及连锁店
  - 7.3.5 批发市场
  - 7.3.6 邮购

### 7.3.7 网上销售

## 7.4 户外用品店的经营及营销策略建议

### 7.4.1 经营战略

### 7.4.2 营销策略

### 7.4.3 营销方案

### 7.4.4 营销战略

## 第八章 中国户外用品行业投资分析

### 8.1 投资优势

#### 8.1.1 市场空间较大

#### 8.1.2 投资收益看好

#### 8.1.3 入行门槛不高

### 8.2 投资环境

#### 8.2.1 市场需求分析

#### 8.2.2 市场定位分析

#### 8.2.3 市场周期性分析

#### 8.2.4 市场竞争分析

#### 8.2.5 市场壁垒分析

### 8.3 投资机会及建议

#### 8.3.1 户外用品市场蕴含良好的投资机会

#### 8.3.2 国内户外鞋市场投资热情高涨

#### 8.3.3 户外用品店投资经营策略分析

#### 8.3.4 二手户外用品店的投资建议

### 8.4 投资风险

#### 8.4.1 国内宏观经济风险

#### 8.4.2 市场竞争风险

#### 8.4.3 外包环节风险

### 8.5 投资经营户外用品店的风险管理

#### 8.5.1 风险分析

#### 8.5.2 优质的服务

#### 8.5.3 专业化是取胜之道

#### 8.5.4 合理安排产品结构

#### 8.5.5 建立网站延伸业务

### 8.6 产品开发结构

#### 8.6.1 背包

#### 8.6.2 帐篷

#### 8.6.3 睡袋

#### 8.6.4 登山鞋

#### 8.6.5 服装

#### 8.6.6 攀登装备

#### 8.6.7 露营装备

#### 8.6.8 其它装备

#### 8.6.9 旅游书籍

## 第九章 中国户外用品市场的前景趋势分析

### 9.1 中国户外用品行业前景展望

#### 9.1.1 中国户外用品蕴藏巨大市场前景

#### 9.1.2 中国户外用品市场增长潜力大

#### 9.1.3 中国户外用品市场将迎来发展黄金期

### 9.2 2014-2018年中国户外用品行业预测分析

#### 9.2.1 未来行业发展的影响因素分析

#### 9.2.2 2014-2018年我国户外用品行业零售总额预测

#### 9.2.3 2014-2018年我国户外用品行业出货总额预测

### 9.3 中国户外用品行业的发展趋势

#### 9.3.1 中国户外用品行业未来发展趋势

#### 9.3.2 中国户外用品行业的发展走向解析

#### 9.3.3 未来中国户外用品市场将呈跳跃式发展

#### 9.3.4 大型户外用品连锁店是未来发展趋势

## 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）



图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：略&hellip;&hellip;

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tiyu1401/R91894SDGW.html>