

2020-2026年中国户外装备 市场深度分析与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国户外装备市场深度分析与投资前景预测报告》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.cction.com/report/202009/188714.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

户外装备指的是参加各种探险旅游及户外活动时需要配置的一些设备。目前，这些装备包括：帐篷、背包、睡袋、防潮垫或气垫、登山绳、岩石钉、安全带、上升器、下降器、大小铁锁、绳套、冰镐、岩石锤、小冰镐、冰爪、雪杖、头盔、踏雪板、高山眼镜、羽绒衣裤、防风衣裤、毛衣裤、手套、高山靴、袜子、防寒帽、冰锥、雪锥、炊具、炉具、多功能水壶、吸管或净水杯、指北针、望远镜、等高线地图或其它资料、防水灯具、各种刀具、登山表、皮肤风衣、速干衣、水袋包、防水袋等。

日本、韩国等亚洲国家近几十年来户外运动产业的发展也非常迅猛。2012年日本户外用品市场规模为1552亿日元，约等于人民币113亿元；2016年，日本户外用品营业收入在1800亿日元(约合120亿元人民币)以上。Montbell品牌在其中占有相当比例的消费份额。该品牌已有40年的历史，其销售额中的90%在日本本土产生。2012-2017年日本户外用品市场规模

中企顾问网发布的2020-2026年中国户外装备市场深度分析与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了户外装备相关概念及发展环境，接着分析了中国户外装备规模及消费需求，然后对中国户外装备市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国户外装备面临的机遇及发展前景。您若想对中国户外装备有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 户外装备相关概述

第一节 户外装备定义及特性

一、定义

二、特性

第二节 户外装备生产工艺及应用

一、生产工艺

二、应用

第二章 中国户外装备行业发展环境分析

第一节 中国户外装备行业发展经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况
- 二、中国人均收入增长情况
- 三、中国消费市场分析

第二节 中国户外装备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、科技环境分析
- 五、中国城镇化率

第三节 中国户外装备行业发展政策环境分析

- 一、行业政策发展
- 二、行业发展规划

第二部分所属行业深度分析

第三章 中国户外装备所属行业发展现状分析

第一节 中国户外装备行业发展概述

- 一、户外装备行业价格现状
- 二、户外装备行业产销状况分析
- 三、户外装备行业市场盈利能力分析

第二节 2011-2019年中国户外装备产品市场规模变化情况

- 一、2011-2019年市场规模及增长分析
- 二、市场规模变化情况

第三节 近年来中国户外装备产品消费需求变化趋势

- 一、市场供给情况分析
- 二、行业供给趋势分析
- 三、国内市场需求情况分析
- 四、市场需求发展情况分析

第四节 中国户外装备行业发展所面临的主要问题

第四章 2011-2019年中国户外装备产业链分析

第一节 户外装备行业产业链概况

一、户外装备行业上游发展现状

二、户外装备行业上游发展趋势

三、户外装备行业下游发展现状

四、户外装备行业下游发展趋势

第二节 中国户外装备行业进入退出壁垒分析

一、行业进入壁垒

二、行业退出壁垒

第五章 2011-2019年中国户外装备产品所属行业进出口状况分析

第一节 进口情况分析

一、2011-2019年中国户外装备产品进口数量分析

二、2011-2019年中国户外装备产品进口金额分析

第二节 出口情况分析

一、中国户外装备产品出口数量分析

二、中国户外装备产品出口金额分析

第六章 2011-2019年户外装备所属行业运行状况分析

第一节 户外装备行业情况背景

一、企业数量及其分布情况

2019年网站数据库共收录网店1293家，其中小品牌网店的网店占比最多，达到358家，其次为品牌旗舰店(品牌直销)，收录网店为307家，京东旗舰店收录网店为234家，热卖特许店收录网店为186家，京东特许店收录网店为114家，京东自营收录网店为97家，苏宁旗舰店收录网店为13家，苏宁自营收录网店为5家，亚马逊收录网店为5家，当当网收录网店为5家，品牌商城收录网店为4家，1号店收录网店为2家，国美在线收录网店为1家。户外装备网店商城数量情况户外装备网店商城分布情况

二、行业整体环境分析

第二节 总体效益运行状况

一、总体销售效益

二、户外装备行业总体盈利能力

三、户外装备行业总体税收能力

四、户外装备行业市场总体产值能力

第三节 不同地区行业效益状况对比

- 一、不同地区销售效益状况对比
- 二、不同地区行业盈利能力状况对比
- 三、不同地区行业税收能力状况对比
- 四、不同地区行业产值状况对比

第四节 类型运行效益对比

- 一、行业不同类型销售效益状况对比
- 二、不同类型盈利能力状况对比
- 三、不同类型税收能力状况对比
- 四、不同类型产值状况对比

第五节 规模运行效益对比

- 一、行业不同规模销售效益状况对比
- 二、不同规模盈利能力状况对比
- 三、不同规模税收能力状况对比
- 四、不同规模产值状况对比

第七章 户外装备区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、行业发展环境分析
- 二、市场需求情况分析
- 三、市场规模情况分析
- 四、2020-2026年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、行业发展环境分析
- 二、市场需求情况分析
- 三、市场规模情况分析
- 四、2020-2026年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、行业发展环境分析
- 二、市场需求情况分析
- 三、市场规模情况分析
- 四、2020-2026年行业发展趋势分析

第四节 中部地区

- 一、行业发展环境分析
- 二、市场需求情况分析
- 三、市场规模情况分析
- 四、2020-2026年行业发展趋势分析

第五节 西南地区

- 一、行业发展环境分析
- 二、市场需求情况分析
- 三、市场规模情况分析
- 四、2020-2026年行业发展趋势分析

第六节 西北地区

- 一、行业发展环境分析
- 二、市场需求情况分析
- 三、市场规模情况分析
- 四、2020-2026年行业发展趋势分析

第三部分 竞争格局分析

第八章 中国户外装备行业市场竞争格局分析

第一节 中国户外装备行业竞争现状分析

- 一、技术竞争分析
- 二、产品价格竞争分析
- 三、品牌竞争分析

第二节 中国户外装备行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国户外装备行业竞争格局分析

- 一、我国户外装备市场竞争分析
- 二、国内主要户外装备企业动向
- 三、国内行业竞争趋势发展分析

第九章 重点企业发展分析

第一节 哥伦比亚运动服装商贸(上海)有限公司

- 一、企业发展概述
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争优势
- 四、企业发展战略

第二节 威富服饰(中国)有限公司

- 一、企业发展概述
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争优势
- 四、企业发展战略

第三节 探路者控股集团股份有限公司

- 一、企业发展概述
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争优势
- 四、企业发展战略

第四节 亚玛芬体育用品贸易(上海)有限公司

- 一、企业发展概述
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争优势
- 四、企业发展战略

第五节 上海联亚商业有限公司

- 一、企业发展概述
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争优势
- 四、企业发展战略

第六节 北京奥索克体育用品有限公司

- 一、企业发展概述
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争优势
- 四、企业发展战略

第十章 户外装备行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 户外装备市场竞争策略分析

一、户外装备市场增长潜力分析

二、户外装备产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第三节 户外装备企业行业发展趋势分析

一、2020-2026年我国户外装备市场发展趋势

二、2020-2026年户外装备行业销售额变化预测

第十一章 户外装备产业消费市场调查分析

第一节 户外装备市场目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 户外装备市场的品牌市场调查

一、消费者对户外装备品牌认知度宏观调查

二、消费者对户外装备产品的品牌偏好调查

三、消费者对户外装备品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、户外装备品牌忠诚度调查

六、户外装备品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四部分 行业战略研究

第十二章 2020-2026年户外装备行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前户外装备存在的问题

第二节 户外装备未来发展预测分析

一、中国户外装备发展方向分析

二、2020-2026年户外装备行业产值变化预测

第三节 2020-2026年中国户外装备行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、进入退出风险

第十三章 2020-2026年户外装备行业发展趋势与投资战略研究

第一节 2020-2026年户外装备市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

第二节 2020-2026年户外装备行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节 2020-2026年户外装备行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第十四章 市场预测及行业项目投资建议（ ）

第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析

第二节 外销与内销优势分析

一、投资对象

二、投资营销模式

第三节 2020-2026年全国市场预测趋势

一、2020-2026年市场规模预测

二、2020-2026年企业数量增长预测

三、2020-2026年行业投资规模预测

四、2020-2026年市场盈利预测

第四节 投资策略与建议

一、企业资本结构选择

二、企业战略选择

第五节 项目投资建议

一、产品技术应用注意事项

二、项目投资注意事项

三、产品生产开发注意事项

四、产品销售注意事项（ ）

图表目录：

图表：户外装备产业链分析

图表：户外装备行业生命周期

图表：2011-2019年中国户外装备行业市场规模

图表：2011-2019年户外装备重要数据指标比较

图表：2011-2019年中国户外装备行业利润情况分析

图表：2011-2019年中国户外装备行业资产情况分析

图表：2011-2019年中国户外装备竞争力分析

图表：2020-2026年中国户外装备市场前景预测

图表：2020-2026年中国户外装备市场价格走势预测

图表：2020-2026年中国户外装备发展前景预测

图表：2011-2019年户外装备行业行业集中度分析

图表：2011-2019年户外装备行业区域集中度分析

图表：2011-2019年户外装备行业企业集中度分析

图表：2011-2019年户外装备行业我国固定资产投资分析

图表：2011-2019年户外装备行业盈利能力分析

图表：2011-2019年户外装备行业负债分析

图表：2011-2019年户外装备行业偿债能力分析

图表：2011-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2011-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2020-2026年行业发展规模分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/188714.html>