

2020-2026年中国户外装备 行业分析与投资战略报告

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年中国户外装备行业分析与投资战略报告》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/202009/188630.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

户外运动项目的多样化也满足了很多参与者的个性化需求。随着年龄的增长，生理心理年龄的不断成熟，加之生活阅历的不断积累、更新，在户外运动项目的选择上，不同年龄段的人呈现出不同的特点。青少年活泼开朗，可以快速的学习并接受很多新事物；青壮年体力充沛，拥有一定的知识以及成熟的心理承受能力，对一些运动强度大的、消耗体力以及刺激性的户外运动项目有所偏好；中老年人相对稳重，更乐于从事一些登山、徒步之类的运动项目。

目前我国的户外运动参与人员呈现出全民化的特点。户外运动不同年龄段占比

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。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国户外装备行业分析与投资战略报告》共十二章。首先介绍了中国户外装备行业市场发展环境、户外装备整体运行态势等，接着分析了中国户外装备行业市场运行的现状，然后介绍了户外装备市场竞争格局。随后，报告对户外装备做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国户外装备行业发展趋势与投资预测。您若想对户外装备产业有个系统的了解或者想投资中国户外装备行业，本报告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：

第一章 户外装备行业发展概况

第一节 产品发展概况

一、产品概述

二、产品性能

三、产品用途

第二节 户外装备行业政策环境分析

一、产业相关政策分析

二、上下游产业政策影响

三、进出口政策影响分析

第二章 户外装备发展环境及政策分析

第一节 2015-2019年行业经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

第二节 2015-2019年行业政策发展环境分析

第三节 2015-2019年行业社会环境分析

第四节 2015-2019年行业技术环境分析

第三章 2015-2019年中国户外装备所属行业市场供需分析

第一节 中国户外装备市场供给状况

一、2015-2019年中国户外装备产量分析

二、2020-2026年中国户外装备产量预测

第二节 中国户外装备市场需求状况

一、2015-2019年中国户外装备需求分析

2001年中国户外用品市场规模仅1.8亿元，2016年增长值251.3亿元，到2017年中国户外用品市场规模将达283.4亿元。2010-2017年中国户外用品市场规模情况

二、2020-2026年中国户外装备需求预测

第三节 2015-2019年户外装备区域市场需求分析

一、华东地区市场需求分析

二、华北地区市场需求分析

三、东北地区市场需求分析

四、华南地区市场需求分析

五、华中地区市场需求分析

六、西部地区市场需求分析

第四节 中国户外装备市场价格状况

一、2015-2019年中国户外装备价格分析

二、2020-2026年中国户外装备价格预测

第四章 2015-2019年户外装备所属行业相关产业分析

第一节 户外装备行业产业链概述

第二节 户外装备上游产业发展状况分析

一、纺织

1、原材料生产情况分析

2、原材料价格走势分析

3、原材料行业发展趋势

二、钢铁

1、原材料生产情况分析

2、原材料价格走势分析

3、原材料行业发展趋势

第三节 户外装备下游产业发展情况分析

一、外销 OEM/ODM 业务

1、行业发展现状概况

2、行业生产情况分析

3、行业需求状况分析

4、行业需求前景分析

二、自主品牌业务

1、行业发展现状概况

2、行业生产情况分析

3、行业需求状况分析

4、行业需求前景分析

第五章 2015-2019年户外装备所属行业进出口数据分析

第一节 2015-2019年户外装备进口分析

一、户外装备进口数量情况

二、户外装备进口金额分析

三、户外装备进口来源分析

四、户外装备进口价格分析

第二节 2015-2019年户外装备出口分析

一、户外装备出口数量情况

二、户外装备出口金额分析

三、户外装备出口流向分析

四、户外装备出口价格分析

第三节 户外装备进出口趋势预测

第六章 中国户外装备所属行业竞争格局及战略分析

第一节 中国户外装备行业竞争结构分析

一、行业现有企业间的竞争

二、行业新进入者威胁分析

三、替代产品或服务的威胁

四、上游供应商讨价还价能力

五、下游用户讨价还价的能力

第二节 中国户外装备行业竞争力分析

一、品牌竞争分析

二、成本竞争分析

三、价格竞争分析

四、技术竞争分析

第三节 户外装备企业投资兼并与重组分析

一、国内企业兼并重组发展态势

二、国内户外装备企业兼并与重组

三、国内户外装备企业并购整合风险

四、户外装备行业并购与重组对策建议

第四节 户外装备企业资本市场运作建议

一、户外装备企业兼并及收购建议

二、户外装备企业融资方式选择建议

三、户外装备企业海外市场运作建议

第七章 户外装备主要生产厂商竞争力分析

第一节 探路者

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二节 北京土拨鼠

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第三节 广东日高

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第四节 广东骆驼

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第五节 广东攀能

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第六节 福建高登达

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第七节 上海始祖鸟

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第八节 福建狮牌

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第九节 福建大树

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十节 江苏北面

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第八章 2020-2026年中国户外装备行业发展趋势与前景分析

第一节 2020-2026年中国户外装备行业投资环境分析

第二节 2020-2026年中国户外装备行业投资前景分析

一、户外装备行业发展前景

二、户外装备发展趋势分析

三、户外装备市场前景分析

第三节 2020-2026年中国户外装备行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、原材料风险分析

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第四节 2020-2026年户外装备行业投资策略及建议

第九章 户外装备分销渠道及营销策略分析

第一节 户外装备分销渠道及策略

一、户外装备市场分销模式比较

1、直效分销模式

2、代理经销模式

3、关联营销模式

4、混合营销模式

二、户外装备市场分销渠道策略

1、建立分销体系的必要性

2、工业品企业的渠道战略

3、企业分销商的选择策略

4、制定分销政策考虑要素

5、企业分销管理要点分析

第二节 户外装备市场营销策略分析

一、市场营销主要模式

二、营销步骤信息需求

三、市场营销策略分析

1、产品策略分析

2、市场拓展策略

3、品牌营销策略

4、市场推广策略

5、人员推销策略

6、销售促进策略

第三节 户外装备营销创新策略分析

一、体验营销策略分析

- 二、关系营销策略分析
- 三、合作营销策略分析
- 四、深度营销策略分析
- 五、越位营销策略分析
- 六、文化营销策略分析
- 七、一对一营销策略分析
- 八、差异化营销策略分析

第十章 户外装备行业风险分析

- 第一节 政策风险
- 第二节 市场竞争风险
- 第三节 经营风险
- 第四节 汇率风险
- 第五节 区域风险
- 第六节 风险投资建议

第十一章 户外装备行业发展前景

- 第一节 户外装备行业发展趋势
- 第二节 户外装备行业竞争格局
- 第三节 户外装备行业竞争趋势
- 第四节 户外装备行业竞争策略

第十二章 户外装备企业投融资战略规划分析()

- 第一节 户外装备企业发展战略规划背景意义
 - 一、企业转型升级的需要
 - 二、企业强做大做的需要
 - 三、企业可持续发展需要
- 第二节 户外装备企业发展战略规划的制定原则
 - 一、科学性
 - 二、实践性
 - 三、前瞻性
 - 四、创新性

五、全面性

六、动态性

第三节 户外装备企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第四节 户外装备企业战略规划策略分析

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()

部分图表目录：

图表：2015-2019年行业企业数量分析

图表：2015-2019年行业从业人员数量分析

图表：2015-2019年行业市场规模分析

图表：2015-2019年行业资产规模分析

图表：重点客户战略

图表：产业链的形成机制

图表：产业链上的价值传递

图表：2019年人口数及其构成

图表：2009-2019年城镇新增就业人数

图表：2009-2019年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2009-2019年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2009-2019年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2009-2019年中国城镇化水平

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/188630.html>