

2021-2027年中国户外运动 用品市场评估与投资方向研究报告

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

《2021-2027年中国户外运动用品市场评估与投资方向研究报告》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.cction.com/report/202012/197639.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，是一组在自然环境举行的带有探险或体验探险的运动项目群。其中包括登山、攀岩、悬崖速降、皮划艇、潜水、帆船、定向运动、等项目，户外运动中多数带有探险性，属于极限和亚极限运动，有很大的挑战性和刺激性，拥抱自然，挑战自我。 2019年中国户外运动行业整体市场规模达484亿元人民币，其中核心户外市场规模达到184.4亿元，较上年增长1.9%。2017年户外整体市场规模达504.2亿元人民币，其中核心户外市场规模达到190.3亿元，较上年增长3.2%。2019年户外运动行业整体市场规模达537亿元人民币，其中核心户外市场规模达到204.1亿元.2016-2018年中国户外运动行业市场规模走势 中企顾问网发布的

《2021-2027年中国户外运动用品市场评估与投资方向研究报告》共十四章。首先介绍了中国户外运动用品行业市场发展环境、户外运动用品整体运行态势等，接着分析了中国户外运动用品行业市场运行的现状，然后介绍了户外运动用品市场竞争格局。随后，报告对户外运动用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国户外运动用品行业发展趋势与投资预测。您若想对户外运动用品产业有个系统的了解或者想投资中国户外运动用品行业，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 研究概述

第一节 研究背景

一、产业背景

（一）产业定义

（二）产业分类

（三）产业发展历史

二、市场背景

第二节 研究内容

第三节 研究方法

第四节 研究结论

第二章 中国户外运动用品行业发展内外部环境研究

第一节 中国户外运动用品行业发展宏观环境研究（PEST因素分析法）

一、政治环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第二节 中国户外运动用品行业市场存在的问题

一、户外运动用品市场发展不成熟、不平衡

二、经营者缺乏成熟的市场意识，经营模式具有很大的随意性

三、户外运动服尚无国家标准

第三节 2013-2019年中国户外运动用品行业市场环境发展状况研究

一、2013-2019年中国户外运动用品行业市场规模现状及发展趋势研究

（一）户外用品市场规模越来越大2015-2020中国户外用品核心市场规模走势

（二）中国户外用品市场进入高速增长期

（三）户外运动品牌层出不穷，户外服装市场日益火爆

二、2013-2019年中国户外运动用品行业供求格局现状及发展趋势研究

（一）品牌鞋企掘金户外用品市场

（二）晋江运动品牌开启“大户外”时代

（三）户外用品企业看重内销市场

（四）户外用品网店生意红火

三、2013-2019年中国户外运动用品行业竞争格局现状及发展趋势研究

（一）市场份额分析

（二）专营店叫板大商场

（三）兼并时代即将到来

第三章 中国户外运动用品所属行业细分行业市场发展状况研究

第一节 户外运动鞋

一、市场分析

二、行业特点分析

三、竞争格局分析

四、发展趋势分析

五、主体企业分析（SWOT分析法）

第二节 户外运动背包

第四章 中国户外运动用品行业消费者需求购买决策研究

第一节 消费者人口统计变量分析

第二节 消费者地理变量分析

第三节 消费者心理变量分析

第四节 消费者行为变量分析

第五节 消费者需求趋势分析

第五章 中国户外用品行业经营研究

第一节 中国户外用品销售渠道分析

第二节 户外用品营销管理发展分析

一、赞助户外运动队与赛事成品牌传播首选

二、商场或直营零售将成主要渠道

三、户外用品企业营销管理存在的不足

第三节 户外用品企业经营分析

一、户外店将走规模化经营道路

二、多位一体经营模式慢慢淡出市场

第六章 中国户外运动用品行业市场投融资与并购特征及案例研究

第一节 中国户外运动用品行业市场投融资与并购状况研究

一、我国户外运动用品行业市场化融资渠道的类型

（一）股权融资

（二）债券融资

（三）基金融资

（四）贷款融资

第二节 中国户外运动用品行业市场投融资与并购案例研究

一、清科集团投资三夫户外案例研究

（一）投资方背景研究

（二）融资方背景研究

（三）案例动因与过程研究

（四）投融资价值与发展战略研究

（五）DHD点评：投融资案例启示

二、上海盛万投资与天津盛万投资合伙企业投资哥伦步案例研究

第七章 国际户外运动用品行业主体企业综合竞争力研究（SWOT分析法）

第一节 英国海泰客（HI-TEC）

一、企业整体概况

二、营业规模分析

三、市场策略分析

四、发展战略分析

五、综合竞争力分析（SWOT分析）

第二节 Columbia

第三节 沃德（VAUDE）

第八章 中国户外运动用品行业主体企业综合竞争力研究（SWOT分析法）

第一节 探路者

一、企业整体概况

二、营业规模分析

三、市场策略分析

四、发展战略分析

五、综合竞争力分析（SWOT分析）

第二节 三夫户外

第三节 凡客

第四节 奥索卡

第五节 日高（NIKKO）

第六节 哥伦步（Kolumb）

第九章 中国户外运动用品行业市场投资机会与风险优劣势研究（SWOT分析法）

第一节 中国户外运动用品行业市场投资优势分析

第二节 中国户外运动用品行业市场投资劣势分析

第三节 中国户外运动用品行业市场投资机会分析

第四节 中国户外运动用品行业市场投资风险分析

第十章 中国户外运动用品行业市场研究成果及战略咨询建议

第一节 中国户外运动用品行业市场研究成果

第二节 中国户外运动用品行业市场战略咨询建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/197639.html>