

2022-2028年中国滑雪装备 产业发展现状与市场调查预测报告

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

《2022-2028年中国滑雪装备产业发展现状与市场调查预测报告》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/202204/284989.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

滑雪装备按品类主要分为滑雪服、滑雪配件（包括手套、头盔、围脖等）、滑雪工具（滑板、滑雪杖等）三大类。一套普通滑雪服的价格要在2000元到6000元不等，而进口高端品牌，如加拿大品牌“Arcteryx（始祖鸟），挪威品牌“Kjus”等，价格是普通滑雪品牌产品的2倍以上。因此对于专业级滑雪用品，全套滑雪装备普遍要在2万元以上。滑雪装备参考价格及代表品牌

主要类别

普遍售价区间(元)

代表品牌	滑雪服	300-10000	迪卡侬、北面、探路	滑雪手套	50-2000	迪卡侬、北面、凯乐石
	滑雪鞋（单板）	500-5000	海德、伯顿、NorthWave	滑雪头盔	10-1500	迪卡侬、UVEX、GIRO
	滑雪镜	100-3000	欧克利、沸鱼、Volocover	滑雪杖	100-1000	Leki、K2、骆驼
	滑雪板（单板）	1000-20000	伯顿、海德、K2	滑雪板（双板）	1000-6000	海德、迪卡侬、Salomon
	固定器	500-5000	迪卡侬、Marker、Union			

数据来源：公开资料整理 中企顾问网发布的《2022-2028年中国滑雪装备产业发展现状与市场调查预测报告》共十四章。首先介绍了滑雪装备行业市场发展环境、滑雪装备整体运行态势等，接着分析了滑雪装备行业市场运行的现状，然后介绍了滑雪装备市场竞争格局。随后，报告对滑雪装备做了重点企业经营状况分析，最后分析了滑雪装备行业发展趋势与投资预测。您若想对滑雪装备产业有个系统的了解或者想投资滑雪装备行业，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 2015-2019年中国滑雪装备行业发展概述第一节 滑雪装备行业发展情况概述一、滑雪装备行业相关定义二、滑雪装备行业基本情况介绍三、滑雪装备行业发展特点分析第二节 中国滑雪装备行业上下游产业链分析一、产业链模型原理介绍二、滑雪装备行业产业链条分析三、中国滑雪装备行业产业链环节分析1、上游产业2、下游产业第三节 中国滑雪装备行业生命周期分析一、滑雪装备行业生命周期理论概述二、滑雪装备行业所属的生命周期分析第四节 滑雪装备行业经济指标分析一、滑雪装备行业的赢利性分析二、滑雪装备行业的经济周期分析三、滑雪装备行业附加值的提升空间分析第五节 中国滑雪装备行业进入壁垒分析一、滑雪装备行业资金壁垒分析二、滑雪装备行业技术壁垒分析三、滑雪装备行业人才壁垒分析四、

滑雪装备行业品牌壁垒分析五、滑雪装备行业其他壁垒分析

第二章 2015-2019年全球滑雪装备行业市场发展现状分析第一节 全球滑雪装备行业发展历程回顾第二节 全球滑雪装备行业市场区域分布情况第三节 亚洲滑雪装备行业地区市场分析一、亚洲滑雪装备行业市场现状分析二、亚洲滑雪装备行业市场规模与市场需求分析三、亚洲滑雪装备行业市场前景分析第四节 北美滑雪装备行业地区市场分析一、北美滑雪装备行业市场现状分析二、北美滑雪装备行业市场规模与市场需求分析三、北美滑雪装备行业市场前景分析第五节 欧盟滑雪装备行业地区市场分析一、欧盟滑雪装备行业市场现状分析二、欧盟滑雪装备行业市场规模与市场需求分析三、欧盟滑雪装备行业市场前景分析第六节 2022-2028年世界滑雪装备行业分布走势预测第七节 2022-2028年全球滑雪装备行业市场规模预测

第三章 中国滑雪装备产业发展环境分析第一节 我国宏观经济环境分析一、中国GDP增长情况分析二、工业经济发展形势分析三、社会固定资产投资分析四、全社会消费品零售总额五、城乡居民收入增长分析六、居民消费价格变化分析七、对外贸易发展形势分析第二节 中国滑雪装备行业政策环境分析一、行业监管体制现状二、行业主要政策法规第三节 中国滑雪装备产业社会环境发展分析一、人口环境分析二、教育环境分析三、文化环境分析四、生态环境分析五、消费观念分析

第四章 中国滑雪装备行业运行情况第一节 中国滑雪装备行业发展状况情况介绍一、行业发展历程回顾二、行业创新情况分析三、行业发展特点分析第二节 中国滑雪装备行业市场规模分析第三节 中国滑雪装备行业供应情况分析第四节 中国滑雪装备行业需求情况分析第五节 中国滑雪装备行业供需平衡分析第六节 中国滑雪装备行业发展趋势分析

第五章 中国滑雪装备所属行业运行数据监测第一节 中国滑雪装备所属行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、行业资产规模分析第二节 中国滑雪装备所属行业产销与费用分析一、流动资产二、销售收入分析三、负债分析四、利润规模分析五、产值分析第三节 中国滑雪装备所属行业财务指标分析一、行业盈利能力分析二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析

第六章 2015-2019年中国滑雪装备市场格局分析第一节 中国滑雪装备行业竞争现状分析一、中国滑雪装备行业竞争情况分析二、中国滑雪装备行业主要品牌分析昂贵的滑雪装备价格让我国大多数滑雪爱好者选择租赁设备，因此雪具租赁业务成为了我国滑雪装备市场的重要组成部分。从短期来看，占据国内租赁业务市场的品牌更容易站稳脚跟，获得更大的市场份额。

从雪板市场来看，国内雪板质量与国外雪板质量差距并不大，但是滑雪爱好者还是更青睐国外高端品牌。主要原因是国外滑雪历史悠久，相关装备也较为精良，所以国内消费者形成目

前的消费习惯在情理中，这种局面难以在短期改变。但是，国外进口的滑雪板在设计上基本上都是按照西方人的体型设计，不太符合中国人体型。从雪服市场来看，我国近一半的雪服都来源于国外，大部分滑雪场储备的租赁滑雪装备也是以国外高端品牌为主。国内滑雪装备

相关企业名称 概述 主营业务 探路者
国内户外用品领军企业。探路者联合创始人、登山探险家王静出任集团董事长兼总裁，确立“聚焦户外产业，围绕主业进行资源整合和布局”的战略方向。

主营业务包含户外品牌探路者、探路者童装、美国户外品牌Discovery Expedition及户外运动社区绿野网。其中探路者品牌产品涵盖了户外运动的登山、滑雪、跑步、徒步等品类。其中滑雪产品涵盖了滑雪服、冲锋裤、滑雪手套这几大品类。 三夫户外

户外用品零售大头，公司代理、经销国内外400多个中高端专业户外用品，并针对中国户外细分市场相继推出ANEMAQEN、SANFO、KIDSANFO、SANFOPLUS、LYSO等多个自有品牌 主营业务包含头盔、雪镜、滑雪服、滑雪手套、滑雪袜、雪板等多种滑雪装备。 安踏体育

多元化品牌的体育用品航母。2007年安踏体育于香港交易所主板正式上市，2009年收购了FILA，开启了多品牌战略。2018年底安踏收购亚玛芬体育，并与腾讯展开合作进一步扩展公司线上营销的渠道。

主营业务包含了高山滑雪、越野滑雪、滑板、健身器材、自行车、越野跑装备、徒步装备及潜水等多种运动装备。 数据来源：公开资料整理 第二节 中国滑雪装备行业集中度分析一、中国滑雪装备行业市场集中度分析二、中国滑雪装备行业企业集中度分析 第三节 中国滑雪装备行业存在的问题 第四节 中国滑雪装备行业解决问题的策略分析 第五节 中国滑雪装备行业竞争力分析一、生产要素二、需求条件三、支援与相关产业四、企业战略、结构与竞争状态五、政府的作用

第七章 2015-2019年中国滑雪装备行业需求特点与动态分析 第一节 中国滑雪装备行业消费市场动态情况 第二节 中国滑雪装备行业消费市场特点分析一、需求偏好二、价格偏好三、品牌偏好四、其他偏好 第三节 滑雪装备行业成本分析 第四节 滑雪装备行业价格影响因素分析一、供需因素二、成本因素三、渠道因素四、其他因素 第五节 中国滑雪装备行业价格现状分析 第六节 中国滑雪装备行业平均价格走势预测一、中国滑雪装备行业价格影响因素二、中国滑雪装备行业平均价格走势预测三、中国滑雪装备行业平均价格增速预测

第八章 2015-2019年中国滑雪装备行业区域市场现状分析 第一节 中国滑雪装备行业区域市场规模分布 第二节 中国华东地区滑雪装备市场分析一、华东地区概述二、华东地区经济环境分析三、华东地区滑雪装备市场规模分析四、华东地区滑雪装备市场规模预测 第三节 华中地区市场分析一、华中地区概述二、华中地区经济环境分析三、华中地区滑雪装备市场规模分析四

、华中地区滑雪装备市场规模预测第四节 华南地区市场分析一、华南地区概述二、华南地区经济环境分析三、华南地区滑雪装备市场规模分析四、华南地区滑雪装备市场规模预测

第九章 2015-2019年中国滑雪装备行业竞争情况第一节 中国滑雪装备行业竞争结构分析（波特五力模型）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 中国滑雪装备行业SWOT分析一、行业优势分析二、行业劣势分析三、行业机会分析四、行业威胁分析第三节 中国滑雪装备行业竞争环境分析（PEST）一、政策环境二、经济环境三、社会环境四、技术环境

第十章 滑雪装备行业企业分析第一节 迪卡侬(上海)体育用品电子商务有限公司一、企业概况二、主营产品三、发展现状四、优劣势分析第二节 探路者一、企业概况二、主营产品三、发展现状四、优劣势分析第三节 三夫户外一、企业概况二、主营产品三、发展现状四、优劣势分析第四节 安踏体育一、企业概况二、主营产品三、发展现状四、优劣势分析

第十一章 2022-2028年中国滑雪装备行业发展前景分析与预测第一节 中国滑雪装备行业未来发展前景分析一、滑雪装备行业国内投资环境分析二、中国滑雪装备行业市场机会分析三、中国滑雪装备行业投资增速预测第二节 中国滑雪装备行业未来发展趋势预测第三节 中国滑雪装备行业市场发展预测一、中国滑雪装备行业市场规模预测二、中国滑雪装备行业市场规模增速预测三、中国滑雪装备行业产值规模预测四、中国滑雪装备行业产值增速预测五、中国滑雪装备行业供需情况预测第四节 中国滑雪装备行业盈利走势预测一、中国滑雪装备行业毛利润同比增速预测二、中国滑雪装备行业利润总额同比增速预测

第十二章 2022-2028年中国滑雪装备行业投资风险与营销分析第一节 滑雪装备行业投资风险分析一、滑雪装备行业政策风险分析二、滑雪装备行业技术风险分析三、滑雪装备行业竞争风险四、滑雪装备行业其他风险分析第二节 滑雪装备行业企业经营发展分析及建议一、滑雪装备行业经营模式二、滑雪装备行业销售模式三、滑雪装备行业创新方向第三节 滑雪装备行业应对策略一、把握国家投资的契机二、竞争性战略联盟的实施三、企业自身应对策略

第十三章 2022-2028年中国滑雪装备行业发展战略及规划建议第一节 中国滑雪装备行业品牌战略分析一、滑雪装备企业品牌的重要性二、滑雪装备企业实施品牌战略的意义三、滑雪装备企业品牌的现状分析四、滑雪装备企业的品牌战略五、滑雪装备品牌战略管理的策略第二节 中国滑雪装备行业市场重点客户战略实施一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、对重点客户的营销策略四、强化重点客户的管理五、实施重点客户战略要重点解决的问题第三节 中国滑雪装备行业战略综合规划分析一、战略综合规划二、技术开发战略三、业务组合战略四、区域战略规划五、产业战略规划六、营销品牌战略七、竞争战略规划

第十四章 2022-2028年中国滑雪装备行业发展策略及投资建议（）第一节 中国滑雪装备行业产品策略分析一、服务产品开发策略二、市场细分策略三、目标市场的选择第二节 中国滑雪装

备行业定价策略分析第三节 中国滑雪装备行业营销渠道策略一、滑雪装备行业渠道选择策略二、滑雪装备行业营销策略第四节 中国滑雪装备行业价格策略第五节 行业投资建议一、中国滑雪装备行业重点投资区域分析二、中国滑雪装备行业重点投资产品分析（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/284989.html>