

2024-2030年中国户外用品 行业分析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

《2024-2030年中国户外用品行业分析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/202310/412741.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

近几年来，中国户外运动兴起，人们的热情也越来越高，登山、攀岩、徒步穿越等运动形式愈来愈受到人们的喜爱。由于户外运动是一项专业性较强的体育活动，随之催生了户外用品市场。

随着我国经济的快速发展以及人均可支配收入增加，近年来我国户外用品市场飞速发展，目前已成为全球主要的户外运动用品市场之一，2021年中国户外用品营收规模达1831.20亿元，较2020年增加了137.93亿元，同比增长8.15%，未来将继续保持增长，预计2025年中国户外用品营收规模将达到2409.60亿元。

虽然受到新冠疫情影响，但当前的户外行业环境与2003年已不完全相同，国内户外用品行业目前仍在继续巨大的未来发展空间。2022年3月，中办、国办印发《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》，其中明确提出要大力推动户外运动发展，编制好户外运动产业发展规划，构建户外运动“三纵四横”的空间布局，开展自然资源向户外运动开放试点。这意味着覆盖运动领域最多的户外产业迎来了国家级层面的重大政策利好。2022年11月，国家体育总局、国家发展改革委同工业和信息化部、自然资源部、住房和城乡建设部、文化和旅游部、林草局、国铁集团等部门共同印发《户外运动产业发展规划（2022-2025年）》。《规划》以6大主要任务和20项重要举措直面我国户外运动产业发展中的问题与薄弱环节，引领我国户外运动产业未来发展。

我国户外用品行业呈现出金字塔的竞争格局，高端市场几乎被国外一线品牌垄断，以始祖鸟等为代表的超高端品牌，和北面（The North Face）、哥伦比亚（Columbia）等为主的中高端品牌；而多数国内品牌徘徊在低端，如探路者。

受益于GDP的高速增长、城乡居民消费能力逐步提升、城镇化进程和消费升级，户外运动这种积极健康生活方式在我国呈现出高速成长的趋势，处于黄金发展期。户外运动的蓬勃发展将带动了户外用品消费需求的繁荣，预计今后一段时期，中国户外用品市场将继续保持快速增长的良好发展势头。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国户外用品行业分析与市场调查预测报告》，依托庞大的调研体系，结合科学的研究方法和分析模型，通过对户外用品产业的市场规模，竞争格局、发展趋势及前景等方面进行细致分析，深入挖掘户外用品产业相对成熟的确定型投资机会、挑战机遇并存的风险型投资机会和仍在探索中的未来型投资机会，并对户外用品产业的投资风险做出预警。

本报告将帮助对户外用品产业有投资意向的机构或个人，全面了解户外用品产业未来发展趋势，准确把握投资机会点。此报告将是您跟踪户外用品产业最新发展动态、挖掘投资机会、

评估投资价值的重要参考工具。

报告目录：

第一章 视点

1.1 行业投资要点

1.2 报告研究思路

第二章 户外用品产业概念界定及产业链分析

2.1 户外用品产业定义及分类

2.1.1 户外用品产业定义

2.1.2 户外用品产业分类

2.2 户外用品产业特点及模式

2.2.1 户外用品产业地位及影响

2.2.2 户外用品产业发展特征

2.2.3 户外用品产业经营模式

2.3 行业产业链分析

2.3.1 产业链结构

2.3.2 上下游行业影响

第三章 户外用品产业发展状况分析

3.1 国外户外用品产业发展分析

3.1.1 全球市场格局

3.1.2 国外技术动态

3.1.3 国外经验借鉴

3.1.4 中外发展差异

3.2 中国户外用品产业规模结构

3.2.1 行业经济规模

3.2.2 市场结构分析

3.2.3 区域布局状况

3.3 中国户外用品产业供需状况

3.3.1 行业供给状况

3.3.2 行业需求状况

3.3.3 供需平衡分析

3.4 中国户外用品产业竞争结构分析

3.4.1 新进入者威胁

3.4.2 替代品威胁

3.4.3 上游供应商议价能力

3.4.4 下游用户议价能力

3.4.5 现有企业间竞争

3.5 中国户外用品产业区域格局

3.5.1 华北地区

3.5.2 华东地区

3.5.3 华中地区

3.5.4 华南地区

3.5.5 西南地区

3.5.6 西北地区

第四章 中国户外用品产业市场趋势及前景预测

4.1 行业发展趋势分析

4.1.1 行业发展机遇

4.1.2 行业发展趋势

4.1.3 技术发展趋势

4.2 行业需求预测分析

4.2.1 应用领域展望

4.2.2 未来需求态势

4.2.3 未来需求预测

4.3 对“十四五”户外用品产业前景预测分析

4.3.1 行业影响因素

4.3.2 市场规模预测

第五章 户外用品产业确定型投资机会评估

5.1 户外运动服装

5.1.1 市场发展状况

5.1.2 竞争格局分析

- 5.1.3 龙头企业分析
- 5.1.4 行业盈利性分析
- 5.1.5 市场空间分析
- 5.1.6 投资风险分析
- 5.1.7 投资策略建议
- 5.2 运动自行车及装备
 - 5.2.1 市场发展状况
 - 5.2.2 竞争格局分析
 - 5.2.3 龙头企业分析
 - 5.2.4 行业盈利性分析
 - 5.2.5 市场空间分析
 - 5.2.6 投资风险分析
 - 5.2.7 投资策略建议
- 5.3 户外用品专卖店
 - 5.3.1 市场发展状况
 - 5.3.2 竞争格局分析
 - 5.3.3 龙头企业分析
 - 5.3.4 行业盈利性分析
 - 5.3.5 市场空间分析
 - 5.3.6 投资风险分析
 - 5.3.7 投资策略建议

第六章 中国户外用品产业风险型投资机会评估

- 6.1 冰雪运动用品
 - 6.1.1 市场发展状况
 - 6.1.2 竞争格局分析
 - 6.1.3 龙头企业分析
 - 6.1.4 行业盈利性分析
 - 6.1.5 市场空间分析
 - 6.1.6 投资风险分析
 - 6.1.7 投资策略建议
- 6.2 极限运动用品

- 6.2.1 市场发展状况
- 6.2.2 竞争格局分析
- 6.2.3 龙头企业分析
- 6.2.4 行业盈利性分析
- 6.2.5 市场空间分析
- 6.2.6 投资风险分析
- 6.2.7 投资策略建议
- 6.3 运动类可穿戴设备
 - 6.3.1 市场发展状况
 - 6.3.2 竞争格局分析
 - 6.3.3 龙头企业分析
 - 6.3.4 行业盈利性分析
 - 6.3.5 市场空间分析
 - 6.3.6 投资风险分析
 - 6.3.7 投资策略建议

第七章 中国户外用品产业未来型投资机会评估

- 7.1 户外运动俱乐部
 - 7.1.1 市场发展状况
 - 7.1.2 竞争格局分析
 - 7.1.3 龙头企业分析
 - 7.1.4 行业盈利性分析
 - 7.1.5 市场空间分析
 - 7.1.6 投资风险分析
 - 7.1.7 投资策略建议
- 7.2 户外运动平台
 - 7.2.1 市场发展状况
 - 7.2.2 竞争格局分析
 - 7.2.3 龙头企业分析
 - 7.2.4 行业盈利性分析
 - 7.2.5 市场空间分析
 - 7.2.6 投资风险分析

7.2.7 投资策略建议

第八章 中国户外用品产业投资壁垒及风险预警

8.1 户外用品产业投资壁垒

8.1.1 政策壁垒

8.1.2 资金壁垒

8.1.3 技术壁垒

8.1.4 贸易壁垒

8.1.5 地域壁垒

8.2 户外用品产业投资外部风险预警

8.2.1 政策风险

8.2.2 资源风险

8.2.3 环保风险

8.2.4 产业链风险

8.2.5 相关行业风险

8.3 户外用品产业投资内部风险预警

8.3.1 技术风险

8.3.2 价格风险

8.3.3 竞争风险

8.3.4 盈利风险

8.3.5 人才风险

8.3.6 违约风险

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412741.html>