

中国户外用品市场调查研究与发展前景预 测报告（2024-2030年）

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国户外用品市场调查研究与发展前景预测报告（2024-2030年）
报告编号： 1396351 ← 咨询订购时，请说明该编号
报告价格： 电子版：8500 元 纸质+电子版：8800 元
优惠价格： 电子版：7600 元 纸质+电子版：7900 元 可提供增值税专用发票
咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099
电子邮箱： kf@Cir.cn
详细内容： <https://www.cir.cn/1/35/HuWaiYongPinDiaoChaYanJiuBaoGao.html>
提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

户外用品市场随着消费者对健康生活方式的追求和探险旅游的兴起而迅速增长。现代户外用品不仅注重功能性和耐用性，还融合了时尚设计和环保材料。从高性能登山鞋到便携式露营装备，从智能手表到可穿戴技术，户外用品正变得越来越智能和个性化，以满足不同户外活动的需求。

未来，户外用品将更加注重可持续性和科技融合。随着环保意识的提升，使用可回收材料和生物降解材料的户外用品将受到消费者欢迎。同时，物联网和人工智能技术的应用，如智能导航和健康监测功能，将提升户外活动的安全性和乐趣。此外，共享经济模式的兴起，如户外装备租赁服务，将减少资源浪费，促进户外用品的普及和可持续使用。

第1章 户外用品行业发展背景分析

1.1 户外用品行业的界定与行业特性

1.1.1 户外用品行业相关概念

1.1.2 行业进入壁垒分析

1.2 户外用品行业发展环境分析

1.2.1 户外用品行业政策环境分析

1.2.2 户外用品行业经济环境分析

1.2.3 户外用品行业社会环境分析

1.2.4 户外用品行业技术环境

1.3 户外用品行业产业链分析

1.3.1 户外用品行业产业链简介

1.3.2 上游行业发展对行业的影响分析

第2章 中国户外用品行业发展现状分析

- 2.1 中国户外用品市场需求分析
 - 2.1.1 中国户外用品消费群体特征分析
 - 2.1.2 户外用品需求规模分析
 - 2.1.3 户外用品需求结构分析
- 2.2 户外用品市场结构分析
 - 2.2.1 户外用品品牌增长分析
 - 2.2.2 户外用品市场出货分析
- 2.3 户外用品市场价格分析
 - 2.3.1 户外运动服装价格分析
 - 2.3.2 户外运动鞋价格分析
- 2.4 中国市场户外用品市场竞争分析
 - 2.4.1 户外用品市场竞争格局分析
 - 2.4.2 户外用品品牌特征分析

第3章 中国户外用品营销渠道分析

- 3.1 户外用品行业销售渠道分析
 - 3.1.1 户外用品的主要销售渠道
 - 3.1.2 主要销售渠道数量情况
 - 3.1.3 主要销售渠道零售额情况
- 3.2 户外用品行业展会销售渠道分析
 - 3.2.1 亚洲运动用品与时尚展简况
 - 3.2.2 历年国内企业参展情况分析
 - 3.2.3 ispo beijing 2023年回顾
 - 3.2.4 ispo beijing 2023年参展说明
- 3.3 户外运动品牌营销渠道建设案例分析——探路者
 - 3.3.1 公司品牌建设战略分析
 - 3.3.2 建立多品牌组织架构体系
 - 3.3.3 公司销售网络布局分析
 - 3.3.4 公司销售渠道建设分析
 - 3.3.5 公司销售渠道建设策略

第4章 户外用品行业区域市场发展潜力

- 4.1 北京市户外用品行业发展潜力分析
 - 4.1.1 北京户外用品行业发展现状分析
 - 4.1.2 北京户外用品行业市场空间分析
 - 4.1.3 北京户外用品行业发展潜力分析
- 4.2 江浙地区户外用品行业发展潜力分析

4.2.1 户外用品行业发展现状分析

4.2.2 户外用品行业市场空间分析

4.2.3 户外用品行业发展潜力分析

4.3 广东省户外用品行业发展潜力分析

4.3.1 广东户外用品行业发展现状分析

4.3.2 广东户外用品行业市场空间分析

4.3.3 广东户外用品行业发展潜力分析

4.4 山东省户外用品行业发展潜力分析

4.4.1 山东户外用品行业发展现状分析

4.4.2 山东户外用品行业市场空间分析

4.4.3 户外用品行业发展潜力分析

4.5 川渝地区户外用品行业发展潜力分析

4.5.1 户外用品行业发展现状分析

4.5.2 户外用品行业市场空间分析

4.5.3 户外用品行业发展潜力分析

4.6 武汉及长沙户外用品行业发展潜力分析

4.6.1 户外用品行业发展现状分析

4.6.2 户外用品行业市场空间分析

4.6.3 户外用品行业发展潜力分析

4.7 东北三省户外用品行业发展潜力分析

4.7.1 户外用品行业发展现状分析

4.7.2 户外用品行业市场空间分析

4.7.3 户外用品行业发展潜力分析

第5章 户外用品行业领先品牌经营分析

5.1 国外户外用品品牌经营分析（选择十家）

5.1.1 始祖鸟（arc'teryx）

5.1.2 土拨鼠（marmot）

5.1.3 哈德威尔（mountain hard wear）

5.1.4 patagonia

5.1.5 乐斯菲斯（the north face）

5.1.6 哥伦比亚（columbia）

5.1.7 布莱亚克（black yak）

5.1.8 沙乐华（salewa）

5.1.9 飞鹰（algle）

5.1.10 乐飞叶（lafuma）

5.1.11 猛犸象（mammut）

- 5.1.12 沃德 (vaude)
- 5.1.13 博根斯 (bergans)
- 5.1.14 奥索卡 (ozark)
- 5.2 国内户外用品品牌经营分析
 - 5.2.1 探路者 (toroad)
 - 5.2.2 牧高笛 (mobigarden)
 - 5.2.3 极星 (shehe)
 - 5.2.4 雪狼 (snow wolf)
 - 5.2.5 阿尼玛卿 (anemaqen)
 - 5.2.6 凯梦来 (campland)
 - 5.2.7 傲石开 (oursky)
 - 5.2.8 慕士塔格 (muztaga)
 - 5.2.9 卡纳斯 (kallas)
 - 5.2.10 凯图巅峰 (k2summit)

第6章 [中:智:林:]中国户外用品行业发展前景预测

- 6.1 户外用品行业发展趋势分析
 - 6.1.1 从专业户外向户外休闲发展
 - 6.1.2 销售渠道向二三线城市下沉
 - 6.1.3 户外用品设计趋向人性化
 - 6.1.4 户外用品流行跳跃性色彩
 - 6.1.5 户外运动市场将会更加细分
- 6.2 中国户外用品行业发展前景分析
 - 6.2.1 中国户外用品市场与欧美对比
 - 6.2.2 中国户外用品行业发展推动因素
 - 6.2.3 中国户外用品行业发展前景预测
- 6.3 户外用品行业发展建议
 - 6.3.1 注重研发投入和技术创新
 - 6.3.2 迎合大众需求确定产品分类
 - 6.3.3 引导消费者户外生活理念

图表目录

- 图表 1: 户外运动基本分类
- 图表 2: 户外用品的分类
- 图表 3: 我国户外用品行业主要法律法规、政策
- 图表 4: 2024-2030年我国人均国内生产总值及其增值速度（单位：元，%）
- 图表 5: 2023年我国主要地区人均gdp情况（单位：元，美元）

- 图表 6：2024-2030年我国城镇居民可支配收入（单位：元）
- 图表 7：2024-2030年我国农村居民人均纯收入（单位：元）
- 图表 8：2024-2030年中国农村、城镇居民消费水平及同比增速（单位：元/人，%）
- 图表 9：2024-2030年我国城乡居民恩格尔曲线（单位：%）
- 图表 10：2024-2030年城镇居民消费结构情况（单位：%）
- 图表 11：2024-2030年农村居民消费结构情况（单位：%）
- 图表 12：2024-2030年中国国内旅游人数（单位：亿人次，%）
- 图表 13：2024-2030年中国国内旅游收入（单位：亿元，%）
- 图表 14：2024-2030年中国城镇和农村居民出游率变化（单位：次/年）
- 图表 15：户外用品行业的产业链结构
- 图表 16：2023年主要省市面料产量变化（单位：万米，%）
- 图表 17：近年来我国纺织行业销售集中度走势（单位：%）
- 图表 18：商场店购买者户外产品购买类型结构
- 图表 19：2024-2030年中国户外用品行业零售总额及出货总额增长情况（单位：亿元）
- 图表 20：中国户外用品行业产品结构
- 图表 21：2023年探路者的产品销售结构
- 图表 22：2024-2030年中国户外市场品牌数量变动情况（单位：个）
- 图表 23：2024-2030年中国户外用品市场国内外品牌出货情况（单位：亿元）
- 图表 24：2024-2030年中国户外用品市场品牌年出货额情况（单位：个）
- 图表 25：2023年运动服市场单价最高的四大品牌价格情况（均为户外用品品牌）（单位：元）
- 图表 26：2023年运动鞋市场单价最高的四大品牌（均为户外用品品牌）（单位：元）
- 图表 27：2023年户外用品相关行业市场集中度（top10）
- 图表 28：2024-2030年国内市场国内外户外用品品牌数量情况（单位：个）
- 图表 29：2023年中国户外用品市场品牌厂商市场占有率情况（单位：%）
- 图表 30：2023年中国户外用品销售收入的区域结构
- 图表 31：2023年户外用品各线城市品牌集中度（top10）
- 图表 32：2023年我国二线城市户外用品前10大品牌市场占有率（单位：%）
- 图表 33：2023年我国三线城市户外用品前10大品牌市场占有率（单位：%）
- 图表 34：2023年中国城市品牌数量情况比较
- 图表 35：主要户外用品国际品牌的产品特点
- 图表 36：国内户外用品主要品牌的产品特点
- 图表 37：百货商场店与户外专卖店的比较
- 图表 38：2024-2030年中国户外用品行业各销售渠道数量变动情况（单位：家）
- 图表 39：2024-2030年中国户外用品行业商场店与专卖店零售总额变化（单位：亿元）
- 图表 40：2024-2030年中国户外用品行业各渠道零售总额占比
- 图表 41：2024-2030年ispo参与人数和展会面积（单位：人，平米）

- 图表 42: 2024-2030年ispo参展品牌数量（单位：个）
- 图表 43: ispo beijing 2023年举办时间和地点
- 图表 44: ispo beijing 2023年展品范围
- 图表 45: ispo beijing 2023年参展价格
- 图表 46: 探路者三大品牌定位
- 图表 47: 2023年探路者各渠道收入来源结构
- 图表 48: 2024-2030年探路者在海内外各地区的销售情况（单位：万元，%）
- 图表 49: 2024-2030年销售收入随着渠道的扩张快速增长（单位：百万元，家，%）
- 图表 50: 2023年探路者各渠道收入来源结构
- 图表 51: 2024-2030年探路者商场店和专卖店建设情况（单位：家，%）
- 图表 52: 探路者电子商务平台的股权结构
- 图表 53: 2023年探路者电子商务渠道销售收入增长最快（单位：万元，%）
- 图表 54: 北京主要户外用品品牌（单位：家）
- 图表 55: 2023年北京市人均gdp达到中上等国家水平（单位：美元）
- 图表 56: 2024-2030年北京市城镇居民收入与全国平均水平的对比（单位：元）
- 图表 57: 2024-2030年北京市城镇居民人均消费支出走势图（单位：元，%）
- 图表 58: 北京地区山峰一览表
- 图表 59: 北京20大森林公园
- 图表 60: 北京风景名胜区分布
- 图表 61: 2024-2030年北京市私人汽车拥有量走势（单位：万辆，%）
- 图表 62: 2024-2030年城镇居民家庭每百户家用汽车拥有量（单位：辆，%）
- 图表 63: 北京户外运动参与人数排名前10的项目
- 图表 64: 北京户外运动参与者的年龄结构
- 图表 65: 北京户外运动参与者受教育程度（单位：人）
- 图表 66: 北京被调查人员户外活动参与频率
- 图表 67: 北京户外运动参与者满意度调查
- 图表 68: 总部位于杭州的国际户外品牌
- 图表 69: 2024-2030年江浙地区城镇居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表 70: 浙江省国家森林公园列表
- 图表 71: 江苏省14大国家森林公园列表
- 图表 72: 2024-2030年江浙地区私人汽车拥有量走势（单位：万辆，%）
- 图表 73: 2024-2030年城镇居民家庭每百户家用汽车拥有量（单位：辆）
- 图表 74: 2023年江浙两省城镇居民人均可支配收入在全国的地位（单位：元）
- 图表 75: 广州地区的知名户外运动品牌（单位：家）
- 图表 76: 2024-2030年广东省城镇居民人均收入情况（单位：元，%）
- 图表 77: 广东森林生态旅游示范单位名单（第一批和第二批）

- 图表 78：广东森林生态旅游示范单位名单（第二批）
- 图表 79：广东森林生态旅游示范单位名单（第三批）
- 图表 80：2024-2030年城镇居民家庭每百户家用汽车拥有量（单位：辆，%）
- 图表 81：2024-2030年私人汽车拥有量走势（单位：万辆，%）
- 图表 82：2024-2030年深圳市城镇居民人居可支配收入与全国平均水平对比（单位：元）
- 图表 83：济南地区的主要户外用品品牌（单位：家）
- 图表 84：2024-2030年山东省城镇居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表 85：山东国家森林公园列表
- 图表 86：2024-2030年山东省私人汽车拥有量走势（单位：万辆，%）
- 图表 87：2024-2030年山东省城镇居民家庭每百户家用汽车拥有量（单位：辆，%）
- 图表 88：济南市居民户外运动的空间距离（单位：人，%）
- 图表 89：济南市居民对户外拓展培训地距离选择的考虑因素
- 图表 90：川渝地区的知名户外用品品牌（单位：家）
- 图表 91：2024-2030年重庆市城镇居民人均可支配收入走势（单位：元，%）
- 图表 92：近年来成都市城镇居民人均可支配收入季度累计走势（单位：元，%）
- 图表 93：重庆国家森林公园一览
- 图表 94：四川国家森林公园一览
- 图表 95：四川省林业自然保护区分布
- 图表 96：2024-2030年重庆市私人汽车拥有量走势（单位：万辆，%）
- 图表 97：2024-2030年重庆、四川城镇居民家庭每百户家用汽车拥有量（单位：辆，%）
- 图表 98：重庆市青少年户外运动爱好调查结果
- 图表 99：重庆市青少年户外运动组织方式调查结果
- 图表 100：重庆市青少年户外运动项目偏好（单位：%）
- 图表 101：长沙、武汉两地主要户外用品品牌概况（单位：家）
- 图表 102：2024-2030年长沙、武汉城镇居民人均可支配收入季度累计走势（单位：元，%）
- 图表 103：湖北省国家森林公园一览
- 图表 104：湖南省国家森林公园一览
- 图表 105：2024-2030年两湖地区城镇居民家庭每百户家用汽车拥有量（单位：辆，%）
- 图表 106：我国东北地区户外运动群体户外用品和相关劳务年消费总支出情况
- 图表 107：我国东北地区户外运动群体实物消费和劳务消费情况
- 图表 108：东北三省省会主要户外用品品牌分布（单位：家）
- 图表 109：2024-2030年东北三省城镇居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表 110：辽宁省国家森林公园一览
- 图表 111：吉林省国家森林公园一览
- 图表 112：黑龙江省国家森林公园一览
- 图表 113：2024-2030年吉林、黑龙江私人汽车拥有量走势（单位：万辆，%）

- 图表 114：2024-2030年辽宁私人汽车拥有量走势（单位：万辆，%）
- 图表 115：2024-2030年东北三省城镇居民家庭每百户家用汽车拥有量（单位：辆）
- 图表 116：始祖鸟民用产品系列
- 图表 117：始祖鸟在北美地区的门店分布
- 图表 118：始祖鸟在欧洲、亚洲地区的门店分布
- 图表 119：土拨鼠品牌的零售店分布
- 图表 120：哈德威尔（mountain hard wear）的发展历程
- 图表 121：mountain hard wear户外产品的适用范围
- 图表 122：mountain hard wear的技术研发
- 图表 123：mountain hard wear的主要生产技术
- 图表 124：mountain hard wear的获奖产品
- 图表 125：patagonia的最新男士夹克系列产品与价格信息
- 图表 126：patagonia的最新男士裤子系列产品与价格信息
- 图表 127：patagonia的最新帐篷产品系列与价格信息
- 图表 128：patagonia的最新睡袋系列产品与价格信息
- 图表 129：patagonia的最新背包系列产品与价格信息
- 图表 130：patagonia的最新配件系列产品与价格信息
- 图表 131：乐斯菲斯的服装系列产品
- 图表 132：哥伦比亚公司的销售网络
- 图表 133：black yak在北京地区的专柜分布
- 图表 134：沙乐华的主要产品
- 图表 135：沙乐华在中国的销售门店分布
- 图表 136：飞鹰在中国的销售门店分布
- 图表 137：奥索卡各价格区间的户外用品供应情况（单位：款）
- 图表 138：奥索卡品牌实体店铺分布（单位：家）
- 图表 139：探路者公司主品牌——探路者系列产品定位
- 图表 140：北京探路者户外用品股份有限公司基本信息表
- 图表 141：北京探路者户外用品股份有限公司业务能力简况表
- 图表 142：2024-2030年北京探路者户外用品股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表 143：2024-2030年北京探路者户外用品股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表 144：2024-2030年北京探路者户外用品股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表 145：2024-2030年北京探路者户外用品股份有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表 146：2024-2030年北京探路者户外用品股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表 147：宁波市江北牧高笛户外用品有限公司的销售网点布局
- 图表 148：极星的发展历程
- 图表 149：极星三大产品系列特征

图表 150：极星品牌实体店铺分布（单位：家）
图表 151：雪狼品牌的主要产品类型
图表 152：傲石开品牌的产品系列
图表 153：kailas的产品系列
图表 154：kailas品牌在主要地区的实体店铺分布（单位：家）
图表 155：北京凯图巅峰户外运动有限公司的系列产品
图表 156：2023年各区域城市户外用品品牌销售增长对比
图表 157：2023年各区域城市有新增品牌企业比例
图表 158：各区域市场销售增速超过20%品牌比例
图表 159：中国与欧美户外用品产值对比（单位：亿元）
图表 160：中美户外运动参与人口对比
图表 161：我国不同区域户外资源概况（单位：个，%）
图表 162：近年来国内城镇中高低收入人群比例（单位：%）
图表 163：近年来国内城镇前1/3收入人群平均收入（单位：元）
图表 164：2024-2030年我国民用汽车拥有量（单位：万辆）
图表 165：2024-2030年我国城镇居民家庭每百户家用汽车拥有量（单位：辆，%）
图表 166：哥伦比亚技术研发历程
图表 167：近年来tnf全球销售收入及利润率（单位：亿美元）
略……

订阅“中国户外用品市场调查研究与发展前景预测报告（2024-2030年）”，编号：1396351，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/1/35/HuWaiYongPinDiaoChaYanJiuBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！