

中国户外用品行业市场现状研究与未来前景趋势报告（2024年）

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称：	中国户外用品行业市场现状研究与未来前景趋势报告（2024年）		
报告编号：	1A20157	← 咨询订购时，请说明该编号	
报告价格：	电子版：8200 元	纸质+电子版：8500 元	
优惠价格：	电子版：7360 元	纸质+电子版：7660 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/7/15/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

户外用品行业涵盖了露营装备、徒步装备、登山装备、水上运动装备等多个细分领域，近年来随着消费者健康意识增强和户外运动文化的普及，市场需求持续增长。产品设计上，轻量化、多功能、智能化成为趋势，满足了消费者对于户外活动的便捷性和舒适性的追求。然而，市场竞争加剧、产品同质化严重以及知识产权保护不足是行业面临的挑战。

未来，户外用品行业将更加聚焦于产品创新和品牌建设。一方面，通过集成新材料和新技术，如防水透气面料、智能穿戴设备等，提升产品性能和用户体验。另一方面，加强品牌故事讲述和个性化营销，建立与消费者之间的情感连接，增强品牌忠诚度。此外，随着可持续发展理念的深入人心，采用环保材料和推行循环经济模式将成为行业发展的新趋势。

第一章 户外用品行业发展背景分析

第一节 户外用品行业的界定与行业特性

- 一、户外用品行业相关概念
- 二、行业进入壁垒分析

第二节 户外用品行业发展环境分析

- 一、户外用品行业政策环境分析
- 二、户外用品行业经济环境分析
- 三、户外用品行业社会环境分析
- 四、户外用品行业技术环境

第三节 户外用品行业产业链分析

- 一、户外用品行业产业链简介
- 二、上游行业发展对行业的影响分析

第二章 中国户外用品行业发展现状分析

第一节 中国户外用品市场需求分析

- 一、中国户外用品消费群体特征分析
- 二、户外用品需求规模分析
- 三、户外用品需求结构分析

第二节 户外用品市场结构分析

- 一、户外用品品牌增长分析
- 二、户外用品市场出货分析

第三节 户外用品市场价格分析

- 一、户外运动服装价格分析
- 二、户外运动鞋价格分析

第四节 中国市场户外用品市场竞争分析

- 一、户外用品市场竞争格局分析
- 二、户外用品品牌特征分析

第三章 中国户外用品营销渠道分析

第一节 户外用品行业销售渠道分析

- 一、户外用品的主要销售渠道
- 二、主要销售渠道数量情况
- 三、主要销售渠道零售额情况

第二节 户外用品行业展会销售渠道分析

- 一、亚洲运动用品与时尚展简况
- 二、历年国内企业参展情况分析
- 三、ispobeijing2014回顾
- 四、ispobeijign2014参展说明

第三节 户外运动品牌营销渠道建设案例分析——探路者

- 一、公司品牌建设战略分析
- 二、建立多品牌组织架构体系
- 三、公司销售网络布局分析
- 四、公司销售渠道建设分析
- 五、公司销售渠道建设策略

第四章 户外用品行业区域市场发展潜力

第一节 北京市户外用品行业发展潜力分析

- 一、北京户外用品行业发展现状分析
- 二、北京户外用品行业市场空间分析
- 三、北京户外用品行业发展潜力分析

第二节 江浙地区户外用品行业发展潜力分析

- 一、户外用品行业发展现状分析
- 二、户外用品行业市场空间分析
- 三、户外用品行业发展潜力分析

第三节 广东省户外用品行业发展潜力分析

- 一、广东户外用品行业发展现状分析
- 二、广东户外用品行业市场空间分析
- 三、广东户外用品行业发展潜力分析

第四节 山东省户外用品行业发展潜力分析

- 一、山东户外用品行业发展现状分析
- 二、山东户外用品行业市场空间分析
- 三、户外用品行业发展潜力分析

第五节 川渝地区户外用品行业发展潜力分析

- 一、户外用品行业发展现状分析
- 二、户外用品行业市场空间分析
- 三、户外用品行业发展潜力分析

第六节 武汉及长沙户外用品行业发展潜力分析

- 一、户外用品行业发展现状分析
- 二、户外用品行业市场空间分析
- 三、户外用品行业发展潜力分析

第七节 东北三省户外用品行业发展潜力分析

- 一、户外用品行业发展现状分析
- 二、户外用品行业市场空间分析
- 三、户外用品行业发展潜力分析

第五章 户外用品行业领先品牌经营分析

第一节 国外户外用品品牌经营分析

- 一、始祖鸟（arc'teryx）
- 二、土拨鼠（marmot）
- 三、哈德威尔（mountainhardwear）
- 四、patagonia
- 五、乐斯菲斯（thenorthface）
- 六、哥伦比亚（columbia）
- 七、布莱亚克（blackyak）
- 八、沙乐华（salewa）
- 九、飞鹰（agle）
- 十、乐飞叶（lafuma）

第二节 国内户外用品品牌经营分析

- 一、探路者（toroad）
- 二、牧高笛（mobigarden）
- 三、极星（shehe）
- 四、雪狼（snowwolf）
- 五、阿尼玛卿（anemaqen）
- 六、凯梦来（campland）
- 七、傲石开（oursky）
- 八、慕士塔格（muztaga）
- 九、卡纳斯（kallas）
- 十、凯图巅峰（k2summit）

第六章 中国户外用品行业发展前景预测

第一节 户外用品行业发展趋势分析

- 一、从专业户外向户外休闲发展
- 二、销售渠道向二三线城市下沉
- 三、户外用品设计趋向人性化
- 四、户外用品流行跳跃性色彩
- 五、户外运动市场将会更加细分

第二节 中国户外用品行业发展前景分析

- 一、中国户外用品市场与欧美对比
- 二、中国户外用品行业发展推动因素
- 三、中国户外用品行业发展前景预测

第三节 户外用品行业发展建议

- 一、注重研发投入和技术创新
- 二、迎合大众需求确定产品分类
- 三、引导消费者户外生活理念

第七章 2024-2030年中国户外用品发展趋势分析

第一节 2024-2030年中国户外用品产业前景展望

- 一、2024年中国户外用品发展形势分析
- 二、发展户外用品产业的机遇及趋势
- 三、未来10年中国户外用品产业发展规划
- 四、2024-2030年中国户外用品产量预测

第二节 2024-2030年户外用品产业发展趋势探讨

- 一、2024-2030年户外用品产业前景展望
- 二、2024-2030年户外用品产业发展目标

第八章 专家观点与研究结论

第二节 报告主要研究结论

第二节 中.智.林-济研：行业专家建议

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 4：2019-2024年我国人均国内生产总值及其增值速度（单位：元，%）
- 图表 5：2024年我国主要地区人均gdp情况（单位：元，美元）
- 图表 6：2019-2024年我国城镇居民可支配收入（单位：元）
- 图表 7：2019-2024年我国农村居民人均纯收入（单位：元）
- 图表 8：2019-2024年中国农村、城镇居民消费水平及同比增速（单位：元/人，%）
- 图表 9：2019-2024年我国城乡居民恩格尔曲线（单位：%）
- 图表 10：2019-2024年城镇居民消费结构情况（单位：%）
- 图表 11：2019-2024年农村居民消费结构情况（单位：%）
- 图表 12：2019-2024年中国国内旅游人数（单位：亿人次，%）
- 图表 13：2019-2024年中国国内旅游收入（单位：亿元，%）
- 图表 14：2019-2024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 16：2024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 19：2019-2024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 21：2024年探路者的产品销售结构
- 图表 22：2019-2024年中国户外市场品牌数量变动情况（单位：个）
- 图表 23：2019-2024年中国户外用品市场国内外品牌出货情况（单位：亿元）
- 图表 24：2019-2024年中国户外用品市场品牌年出货额情况（单位：个）
- 图表 25：2024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 26：2024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：户外用品相关行业市场集中度（top（10）
- 图表 28：2019-2024年国内市场国内外户外用品品牌数量情况（单位：个）
- 图表 29：2024年中国户外用品市场品牌厂商市场占有率情况（单位：%）
- 图表 30：2024年中国户外用品销售收入的区域结构
- 图表 31：户外用品各线城市品牌集中度（top（10）
- 图表 32：2024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 33：2024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 34：2024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 38：2019-2024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 39：2019-2024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 40：2019-2024年中国户外用品行业各渠道零售总额占比
- 图表 41：2019-2024年ispo参与人数和展会面积（单位：人，平米）
- 图表 42：2019-2024年ispo参展品牌数量（单位：个）
- 图表 43：ispobeijing2014举办时间和地点
- 图表 44：ispobeijing2014展品范围
- 图表 45：ispobeijing2014参展价格
- 图表 46：探路者三大品牌定位
- 图表 47：2024年探路者各渠道收入来源结构
- 图表 48：2019-2024年探路者在海内外各地区的销售情况（单位：万元，%）
- 图表 49：2019-2024年销售收入随着渠道的扩张快速增长（单位：百万元，家，%）
- 图表 50：2024年探路者各渠道收入来源结构
- 图表 51：2019-2024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 53：2024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 55：2024年北京市人均gdp达到中上等国家水平（单位：美元）
- 图表 56：2019-2024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 57：2019-2024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 61：2019-2024年北京市私人汽车拥有量走势（单位：万辆，%）
- 图表 62：2019-2024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 69：2019-2024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 72：2019-2024年江浙地区私人汽车拥有量走势（单位：万辆，%）
- 图表 73：2019-2024年城镇居民家庭每百户家用汽车拥有量（单位：辆）
- 图表 74：2024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 76：2019-2024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 80：2019-2024年城镇居民家庭每百户家用汽车拥有量（单位：辆，%）
- 图表 81：2019-2024年私人汽车拥有量走势（单位：万辆，%）
- 图表 82：2019-2024年深圳市城镇居民人均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 84：2019-2024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 86：2019-2024年山东省私人汽车拥有量走势（单位：万辆，%）
- 图表 87：2019-2024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 91：2019-2024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 96：2019-2024年重庆市私人汽车拥有量走势（单位：万辆，%）
- 图表 97：2019-2024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 102：2019-2024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 105：2019-2024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 109：2019-2024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

略……

订阅“中国户外用品行业市场现状研究与未来前景趋势报告（2024年）”，编号：1A20157，

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/7/15/HuWaiYongPinDiaoChaYanJiuBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！