2013-2017年中国户外用品行业市场调研与发展前景预测报告

目 录

CONTENTS

第1章：户外用品行业发展背景分析.....14
1.1 户外用品行业的界定与行业特性.....14
1.1.1 户外用品行业相关概念.....14
（1）户外运动定义及分类.....14
（2）户外用品定义及分类.....15
1.1.2 行业进入壁垒分析.....15
（1）品牌壁垒.....15
（2）设计研发壁垒.....16
（3）供应链整合管理壁垒.....16
1.2 户外用品行业发展环境分析.....16
1.2.1 户外用品行业政策环境分析.....16
（1）行业管理体制.....17
（2）行业主要法律法规及政策.....17
1.2.2 户外用品行业经济环境分析.....18
（1）国民经济增长分析.....18
（2）人均GDP增长分析.....19
1.2.3 户外用品行业社会环境分析.....20
（1）我国城乡居民收入状况.....20
（2）城乡居民消费水平与结构.....21
（3）城乡居民旅游行为分析.....23
（4）人口年龄结构分析.....25
1.2.4 户外用品行业技术环境.....26
（1）行业专利总体发展趋势.....26
（2）专利产出规模指数分析.....27
（3）行业产出质量指数分析.....28
（4）国内重点企业技术研发分析——探路者.....28
1.3 户外用品行业产业链分析.....31
1.3.1 户外用品行业产业链简介.....31
1.3.2 上游行业发展对行业的影响分析.....31
第2章：中国户外用品行业发展现状分析.....34
2.1 中国户外用品市场需求分析.....34
2.1.1 中国户外用品消费群体特征分析.....34
（1）户外用品主要目标消费群.....34
（2）户外运动消费群特征分析.....34
2.1.2 户外用品需求规模分析.....35
2.1.3 户外用品需求结构分析.....36
2.2 户外用品市场结构分析.....37
2.2.1 户外用品品牌增长分析.....37
2.2.2 户外用品市场出货分析.....37
2.3 户外用品市场价格分析.....38
2.3.1 户外运动服装价格分析.....38
2.3.2 户外运动鞋价格分析.....39
2.4 中国市场户外用品市场竞争分析.....40
2.4.1 户外用品市场竞争格局分析.....40
（1）行业集中度分析.....40
（2）品牌竞争格局分析.....41
（3）区域市场竞争格局分析.....42
2.4.2 户外用品品牌特征分析.....44
第3章：中国户外用品营销渠道分析.....47
3.1 户外用品行业销售渠道分析.....47
3.1.1 户外用品的主要销售渠道.....47

3.1.2 主要销售渠道数量情况.....47
3.1.3 主要销售渠道零售额情况.....48
3.2 户外用品行业展会销售渠道分析.....49
3.2.1 亚洲运动用品与时尚展简况.....49
3.2.2 历年国内企业参展情况分析.....50
3.2.3 ISPO BEIJING 2012回顾.....51
（1）展会规模.....51
（2）参展品牌.....51
3.2.4 ISPO BEIJIGN 2013参展说明.....52
（1）展会时间及地点.....52
（2）展品范围与参展价格.....52
3.3 户外运动品牌营销渠道建设案例分析——探路者.....53
3.3.1 公司品牌建设战略分析.....53
3.3.2 建立多品牌组织架构体系.....54
3.3.3 公司销售网络布局分析.....55
3.3.4 公司销售渠道建设分析.....56
3.3.5 公司销售渠道建设策略.....57
（1）直营店布局核心市场，加强户外形象店建设.....57
（2）低折扣+长信用期助力加盟高速扩张.....58
（3）店铺形式以商场店为主.....58
（4）电子商务成增长亮点.....59
第4章：户外用品行业区域市场发展潜力.....61
4.1 北京市户外用品行业发展潜力分析分析.....61
4.1.1 北京户外用品行业发展现状分析.....61
4.1.2 北京户外用品行业市场空间分析.....61
（1）北京居民可支配收入分析.....61
（2）北京户外资源禀赋分析.....63
（3）北京户外运动发展分析.....66
1）居民私家车保有量分析.....66
2）户外运动产业发展分析.....68
3）居民户外运动调查分析.....68
4.1.3 北京户外用品行业发展潜力分析.....71
4.2 江浙地区户外用品行业发展潜力分析.....71
4.2.1 户外用品行业发展现状分析.....71
4.2.2 户外用品行业市场空间分析.....73
（1）居民可支配收入分析.....73
（2）地区户外资源禀赋分析.....73
（3）地区户外运动发展分析.....75
1）居民私家车保有量分析.....75
2）居民户外运动调查分析.....77
4.2.3 户外用品行业发展潜力分析.....77
4.3 广东省户外用品行业发展潜力分析.....79
4.3.1 广东户外用品行业发展现状分析.....79
4.3.2 广东户外用品行业市场空间分析.....80
（1）广东居民可支配收入分析.....80
（2）广东地区户外资源禀赋分析.....81
（3）广东居民私家车保有量分析.....84
4.3.3 广东户外用品行业发展潜力分析.....85
4.4 山东省户外用品行业发展潜力分析.....86
4.4.1 山东户外用品行业发展现状分析.....86
4.4.2 山东户外用品行业市场空间分析.....87
（1）山东居民可支配收入分析.....87
（2）山东户外资源禀赋分析.....88
（3）山东户外运动发展分析.....89
1）居民私家车保有量分析.....89
2）地区户外运动发展分析.....90
3）居民户外运动调查分析.....90
4.4.3 户外用品行业发展潜力分析.....91
4.5 川渝地区户外用品行业发展潜力分析.....91

4.5.1 户外用品行业发展现状分析.....91
4.5.2 户外用品行业市场空间分析.....93
（1）居民可支配收入分析.....93
（2）周边户外资源禀赋分析.....95
（3）地区户外运动发展分析.....97
1）居民私家车保有量分析.....97
2）居民户外运动调查分析.....98
4.5.3 户外用品行业发展潜力分析.....100
4.6 武汉及长沙户外用品行业发展潜力分析.....101
4.6.1 户外用品行业发展现状分析.....101
4.6.2 户外用品行业市场空间分析.....102
（1）居民可支配收入分析.....102
（2）地区户外资源禀赋分析.....103
（3）居民私家车保有量分析.....104
4.6.3 户外用品行业发展潜力分析.....105
4.7 东北三省户外用品行业发展潜力分析.....106
4.7.1 户外用品行业发展现状分析.....106
（1）市场消费特征分析.....106
（2）户外用品品牌入驻分析.....107
4.7.2 户外用品行业市场空间分析.....108
（1）居民可支配收入分析.....108
（2）地区户外资源禀赋分析.....109
（3）居民私家车保有量分析.....111
4.7.3 户外用品行业发展潜力分析.....113
第5章：户外用品行业领先品牌经营分析.....114
5.1 国外户外用品品牌经营分析.....114
5.1.1 始祖鸟(Arc’ teryx).....114
（1）品牌简介.....114
（2）品牌户外产品分析.....114
（3）品牌销售网络分析.....115
（4）品牌经营情况分析.....116
5.1.2 土拨鼠(Marmot).....117
（1）品牌简介.....117
（2）品牌户外产品分析.....117
（3）品牌销售网络分析.....119
5.1.3 哈德威尔(Mountain Hard Wear).....120
（1）品牌简介.....120
（2）品牌户外产品分析.....121
（3）品牌科技研发分析.....122
（4）品牌销售网络分析.....124

……另有10家企业分析。

5.2 国内户外用品品牌经营分析.....157
5.2.1 探路者(Toroad).....157
（1）品牌简介.....157
（2）主要经济指标分析.....158
（3）企业盈利能力分析.....158
（4）企业运营能力分析.....159
（5）企业偿债能力分析.....159
（6）企业发展能力分析.....160
（7）品牌最新发展动态.....160
5.2.2 牧高笛(MOBIGARDEN).....161
（1）品牌简介.....161
（2）品牌户外产品分析.....161
（3）品牌销售网络分析.....161
（4）品牌经营情况分析.....162

……另有8家企业分析。

第6章：中国户外用品行业发展前景预测.....174
6.1 户外用品行业发展趋势分析.....174
6.1.1 从专业户外向户外休闲发展.....174
6.1.2 销售渠道向二三线城市下沉.....174
6.1.3 户外用品设计趋向人性化.....176
6.1.4 户外用品流行跳跃性色彩.....176
6.1.5 户外运动市场将会更加细分.....176
6.2 中国户外用品行业发展前景分析.....177
6.2.1 中国户外用品市场与欧美对比.....177
6.2.2 中国户外用品行业发展推动因素.....178
（1）自然资源不断被开发.....178
（2）居民收入不断提高.....179
（3）国民休闲时间将增多.....180
（4）私人汽车拥有量提升.....181
（5）户外运动蓬勃发展.....183
6.2.3 中国户外用品行业发展前景预测.....183
6.3 户外用品行业发展建议.....183
6.3.1 注重研发投入和技术创新.....183
6.3.2 迎合大众需求确定产品分类.....185
6.3.3 引导消费者户外生活理念.....185

图表目录

图表1：户外运动基本分类.....15
图表2：户外用品的分类.....16
图表3：我国户外用品行业主要法律法规、政策.....18
图表4：2003-2012年我国人均国内生产总值及其增值速度(单位：元，%).....19
图表5：2012年我国主要地区人均GDP情况(单位：元，美元).....20
图表6：2006-2012年我国城镇居民可支配收入(单位：元).....21
图表7：2006-2012年我国农村居民人均纯收入(单位：元).....22
图表8：1990-2012年中国农村、城镇居民消费水平及同比增速(单位：元/人，%).....22
图表9：2001-2012年我国城乡居民恩格尔曲线(单位：%).....23
图表10：1995-2012年城镇居民消费结构情况(单位：%).....24
图表11：2001-2012年农村居民消费结构情况(单位：%).....24
图表12：2001-2012年中国国内旅游人数(单位：亿人次，%).....24
图表13：2001-2012年中国国内旅游收入(单位：亿元，%).....25
图表14：2001-2012年中国城镇和农村居民出游率变化(单位：次/年).....26
图表15：户外用品行业的产业链结构.....32
图表16：2012年主要省市面料产量变化(单位：万米，%).....33
图表17：近年来我国纺织行业销售集中度走势(单位：%).....34
图表18：商场店购买者户外产品购买类型结构.....36
图表19：2000-2012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).....36
图表20：中国户外用品行业产品结构.....37
图表21：2012年探路者的产品销售结构.....38
图表22：2010-2012年中国户外市场品牌数量变动情况(单位：个).....38
图表23：2007-2012年中国户外用品市场国内外品牌出货情况(单位：亿元).....39
图表24：2008-2012年中国户外用品市场品牌年出货额情况(单位：个).....39
图表25：2012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).....40
图表26：2012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).....40
图表27：2012年户外用品相关行业市场集中度(TOP10).....41
图表28：2007-2012年国内市场国内外户外用品品牌数量情况(单位：个).....42
图表29：2012年中国户外用品市场品牌厂商市场占有率情况(单位：%).....42
图表30：2012年中国户外用品销售收入的区域结构.....43
图表31：2012年户外用品各线城市品牌集中度(TOP10).....44
图表32：2012年我国二线城市户外用品前10大品牌市场占有率(单位：%).....44

图表33：2012年我国三线城市户外用品前10大品牌市场占有率(单位：%).....44
图表34：2012年中国城市品牌数量情况比较.....45
图表35：主要户外用品国际品牌的产品特点.....46
图表36：国内户外用品主要品牌的产品特点.....47
图表37：百货商场店与户外专卖店的比较.....48
图表38：2007-2012年中国户外用品行业各销售渠道数量变动情况(单位：家).....48
图表39：2007-2012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).....49
图表40：2008-2012年中国户外用品行业各渠道零售总额占比.....49
图表41：2006-2012年ISPO参与人数和展会面积(单位：人，平米).....51
图表42：2006-2012年ISPO参展品牌数量(单位：个).....51
图表43：ISPO BEIJING 2013举办时间和地点.....53
图表44：ISPO BEIJING 2013展品范围.....53
图表45：ISPO BEIJING 2013参展价格.....54
图表46：探路者三大品牌定位.....55
图表47：2012年探路者各渠道收入来源结构.....56
图表48：2010-2012年探路者在海内外各地区的销售情况(单位：万元，%).....57
图表49：2006-2012年销售收入随着渠道的扩张快速增长(单位：百万元，家，%).....57
图表50：2012年探路者各渠道收入来源结构.....58
图表51：2006-2012年探路者商场店和专卖店建设情况(单位：家，%).....59
图表52：探路者电子商务平台的股权结构.....60
图表53：2012年探路者电子商务渠道销售收入增长最快(单位：万元，%).....60
图表54：北京主要户外用品品牌(单位：家).....62
图表55：2012年北京市人均GDP达到中上等国家水平(单位：美元).....63
图表56：2001-2012年北京市城镇居民收入与全国平均水平的对比(单位：元).....63
图表57：2005-2012年北京市城镇居民人均消费支出走势图(单位：元，%).....64
图表58：北京地区山峰一览表.....65
图表59：北京20大森林公园.....65
图表60：北京风景名胜区分布.....66
图表61：2001-2012年北京市私人汽车拥有量走势(单位：万辆，%).....67
图表62：2001-2012年城镇居民家庭每百户家用汽车拥有量(单位：辆，%).....68

……略。

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！