

2014-2018年中国户外用品 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国户外用品市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/tiyu1401/R91894SDGW.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-01-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国户外用品市场分析与投资前景研究报告》共九章。首先介绍了户外用品相关概述、中国户外用品市场运行环境等，接着分析了中国户外用品市场发展的现状，然后介绍了中国户外用品重点区域市场运行形势。随后，报告对中国户外用品重点企业经营状况分析，最后分析了中国户外用品行业发展趋势与投资预测。您若想对户外用品产业有个系统的了解或者想投资户外用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

资料显示，2012年中国户外用品市场零售总额为145.2亿元，同比增长34.94%，比2011年50.91%的增长率有所回落。其中户外店零售总额同比增长12.42%，明显放缓，商场店零售总额同比增长25.26%，有所放缓，其他渠道零售总额则逆向同比增长186.52%，主要源自电商的迅猛增长

目前，国内户外用品市场潜力备受看好，不仅国产户外品牌迅猛发展，运动品牌也纷纷转型，该市场的竞争日趋激烈。

第一章 户外用品相关概述

1.1 户外用品的相关定义

1.1.1 户外运动的定义

1.1.2 户外用品的定义

1.2 户外用品的分类

1.2.1 服装类

1.2.2 鞋类

1.2.3 背包类

1.2.4 装备类

1.2.5 配件类

1.2.6 器材类

第二章 2013年中国户外用品行业发展环境分析

2.1 经济环境

2.2 政策环境

第三章 2013年户外用品行业的发展

3.1 2013年国外户外用品产业发展概况

- 3.2 中国户外用品产业发展综述
- 3.3 2010-2012年中国户外用品行业的发展
- 3.4 2013年中国部分地区户外用品行业的发展
 - 3.4.1 南京户外用品市场面临发展机遇
 - 3.4.2 福建鞋企争相发力户外用品市场
 - 3.4.3 上海户外用品市场总体发展概况
 - 3.4.4 沈阳户外用品品牌及消费渠道分析
 - 3.4.5 2012年晋江户外用品行业生存现状
 - 3.4.6 2012年长春户外用品市场发展现状
- 3.5 中国户外用品行业发展的问题及对策

第四章 2013年中国户外用品市场分析

- 4.1 中国户外用品市场概况
 - 4.1.1 中国户外用品市场迅速发展
 - 4.1.2 本土户外用品企业市场份额增长明显
 - 4.1.3 专业户外用品在运动鞋服市场所占份额提升
 - 4.1.4 中国户外用品市场的转变分析
 - 4.1.5 中国户外用品市场发展不平衡
- 4.2 中国户外用品市场的供需形势分析
 - 4.2.1 市场供需现状简析
 - 4.2.2 需求影响因素分析
 - 4.2.3 产品供应状况分析
- 4.3 中国户外用品市场消费者分析
 - 4.3.1 户外用品市场客户群体
 - 4.3.2 户外用品市场目标客户
 - 4.3.3 户外用品消费者的特征
 - 4.3.4 户外用品市场客户渠道
- 4.4 中国旅游户外用品重度购买者的特征研究
 - 4.4.1 旅游户外用品及重度购买者概述
 - 4.4.2 理论假设
 - 4.4.3 研究方法
 - 4.4.4 研究结果

4.4.5 结论和思考

4.5 2012年中国户外用品市场调研分析

4.5.1 商场对户外店的影响

4.5.2 户外用品品牌商经营成本

4.5.3 户外店的投资预期

4.5.4 户外用品品牌商的投资预期

第五章 中国户外用品品牌及销售分析

5.1 2011年中国户外用品品牌发展状况

5.2 2012年中国户外运动用品品牌状况

5.3 2013年中国户外运动用品品牌状况

5.4 中国户外用品销售渠道分析

5.5 中国户外用品市场品牌商与零售商间的冲突

5.5.1 渠道冲突

5.5.2 产品冲突

5.5.3 价格冲突

5.5.4 供货冲突

5.5.5 服务冲突

5.5.6 推广冲突

5.6 中国户外用品行业做大品牌的对策

5.6.1 开创新品类

5.6.2 打造户外品牌文化

5.6.3 打造新的营销模式

第六章 2013年重点企业发展分析

6.1 哥伦比亚运动服装公司（COLUMBIA）

6.1.1 公司简介

6.1.2 竞争力分析

6.2 北京探路者户外用品股份有限公司（TOREAD）

6.2.1 公司简介

6.2.2 竞争力分析

6.3 福建哥伦步户外用品有限公司（KOLUMB）

- 6.3.1 公司简介
- 6.3.2 竞争力分析
- 6.4 北京三夫户外用品开发有限公司 (SANFO)
 - 6.4.1 公司简介
 - 6.4.2 竞争力分析
- 6.5 北京长天时代户外体育用品有限公司
 - 6.5.1 公司简介
 - 6.5.2 竞争力分析
- 6.6 其他著名品牌
 - 6.6.1 GORE-TEX
 - 6.6.2 VAUDE
 - 6.6.3 THE NORTH FACE
 - 6.6.4 ARC'TERYX

第七章 2013年中国户外用品市场营销分析

- 7.1 2013年中国户外用品市场的营销概况
 - 7.1.1 户外用品多采用“三位一体”销售模式
 - 7.1.2 中国户外用品体育营销方式日渐发展
 - 7.1.3 中国户外用品重度购买者的营销特点
 - 7.1.4 中国户外用品经营商家营销的问题
- 7.2 中国户外用品市场营销创新的思考
 - 7.2.1 中国户外用品市场营销亟需创新
 - 7.2.2 重新定义需求内涵推崇“泛户外”概念
 - 7.2.3 注重户外市场服务互动与消费者价值体验
 - 7.2.4 营销规划需要结合科学和人文和艺术
- 7.3 户外运动服装的营销方式
 - 7.3.1 大型商场/百货公司
 - 7.3.2 普通商场/服装店
 - 7.3.3 户外运动服装专卖店
 - 7.3.4 商场、超市及连锁店
 - 7.3.5 批发市场
 - 7.3.6 邮购

7.3.7 网上销售

7.4 户外用品店的经营及营销策略建议

7.4.1 经营战略

7.4.2 营销策略

7.4.3 营销方案

7.4.4 营销战略

第八章 中国户外用品行业投资分析

8.1 投资优势

8.1.1 市场空间较大

8.1.2 投资收益看好

8.1.3 入行门槛不高

8.2 投资环境

8.2.1 市场需求分析

8.2.2 市场定位分析

8.2.3 市场周期性分析

8.2.4 市场竞争分析

8.2.5 市场壁垒分析

8.3 投资机会及建议

8.3.1 户外用品市场蕴含良好的投资机会

8.3.2 国内户外鞋市场投资热情高涨

8.3.3 户外用品店投资经营策略分析

8.3.4 二手户外用品店的投资建议

8.4 投资风险

8.4.1 国内宏观经济风险

8.4.2 市场竞争风险

8.4.3 外包环节风险

8.5 投资经营户外用品店的风险管理

8.5.1 风险分析

8.5.2 优质的服务

8.5.3 专业化是取胜之道

8.5.4 合理安排产品结构

8.5.5 建立网站延伸业务

8.6 产品开发结构

8.6.1 背包

8.6.2 帐篷

8.6.3 睡袋

8.6.4 登山鞋

8.6.5 服装

8.6.6 攀登装备

8.6.7 露营装备

8.6.8 其它装备

8.6.9 旅游书籍

第九章 中国户外用品市场的前景趋势分析

9.1 中国户外用品行业前景展望

9.1.1 中国户外用品蕴藏巨大市场前景

9.1.2 中国户外用品市场增长潜力大

9.1.3 中国户外用品市场将迎来发展黄金期

9.2 2014-2018年中国户外用品行业预测分析

9.2.1 未来行业发展的影响因素分析

9.2.2 2014-2018年我国户外用品行业零售总额预测

9.2.3 2014-2018年我国户外用品行业出货总额预测

9.3 中国户外用品行业的发展趋势

9.3.1 中国户外用品行业未来发展趋势

9.3.2 中国户外用品行业的发展走向解析

9.3.3 未来中国户外用品市场将呈跳跃式发展

9.3.4 大型户外用品连锁店是未来发展趋势

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：略……

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tiyu1401/R91894SDGW.html>