

2018-2023年中国户外运动 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

《2018-2023年中国户外运动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/report/P74380CQET.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】2017-12-28

【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《2018-2023年中国户外运动市场分析与投资前景研究报告》介绍了户外运动行业相关概述、中国户外运动产业运行环境、分析了中国户外运动行业的现状、中国户外运动行业竞争格局、对中国户外运动行业做了重点企业经营状况分析及中国户外运动产业发展前景与投资预测。您若想对户外运动产业有个系统的了解或者想投资户外运动行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

户外运动是指在自然场地（非专用场地）或人工模拟的自然场地，开展的体育活动。专门为户外运动生产的用品“户外用品”。随着户外运动的不断，科学技术的不断革新，户外运动的外延可能还会继续扩大，户外用品的种类也会不断增加。

近几年来，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，除了对参与者自身体能的要求外，还需要所使用的户外运动装备能适应恶劣的天气和复杂的地理环境，使之成为户外运动安全保证的第一道“保护屏障”，随之催生了户外用品市场。

报告目录：

第一部分 发展现状与前景分析 23

第一章 全球户外运动行业发展分析 23

第一节 2016年全球户外运动市场调研 23

一、2016年全球户外运动市场回顾 23

二、2016年全球户外运动市场环境 23

三、2016年全球户外运动销售分析 24

四、2016年全球户外运动市场规模 24

第二节 2016年全球户外运动市场调研 24

一、2016年全球户外运动需求分析 25

二、2016年全球户外运动市场规模 25

三、2016年全球户外运动品牌分析 25

四、2016年中外户外运动市场对比 25

第三节 部分国家地区户外运动行业发展状况 26

一、2014-2016年美国户外运动行业发展分析 26

二、2014-2016年欧洲户外运动行业发展分析 26

- 三、2014-2016年日本户外运动行业发展分析 26
- 四、2014-2016年韩国户外运动行业发展分析 27

第二章 我国户外运动行业发展现状 28

第一节 我国户外运动行业发展现状 28

- 一、户外运动行业品牌发展现状 28
- 二、户外运动行业消费市场现状 28
- 三、户外运动市场需求层次分析 29
- 四、我国户外运动市场走向分析 29

第二节 我国户外运动行业发展状况 29

- 一、2016年中国户外运动行业发展回顾 29
- 二、2016年户外运动行业发展情况分析 30
- 三、2016年我国户外运动市场特点分析 30
- 四、2016年我国户外运动市场发展分析 31

第三节 中国户外运动行业供需分析 31

- 一、2016年中国户外运动市场供给总量分析 31
- 二、2016年中国户外运动市场供给结构分析 32
- 三、2016年中国户外运动市场需求总量分析 32
- 四、2016年中国户外运动市场需求结构分析 33
- 五、2016年中国户外运动市场供需平衡分析 33

第三章 中国户外运动行业经济运行分析 35

第一节 2014-2016年户外运动行业运行情况分析 35

- 一、2016年户外运动行业经济指标分析 35
- 二、2016年户外运动行业经济指标分析 35

第二节 2014-2016年户外运动行业产量分析 35

- 一、2016年我国户外运动产品产量分析 35
- 二、2016年我国户外运动产品产量预测 36

第三节 2016年户外运动行业进出口分析 37

- 一、2014-2016年户外运动行业进口总量及价格 37
- 二、2014-2016年户外运动行业出口总量及价格 39
- 三、2014-2016年户外运动行业进出口数据统计 41

四、2018-2024年户外运动进出口态势展望 42

第四章 中国户外运动消费市场调研 44

第一节 户外运动行业产品目标客户群体调查 44

一、不同收入水平消费者偏好调查 44

二、不同年龄的消费者偏好调查 44

三、不同地区的消费者偏好调查 44

第二节 户外运动市场消费需求分析 44

一、户外运动市场的消费需求变化 45

二、户外运动行业的需求情况分析 45

第三节 户外运动消费市场状况分析 46

一、户外运动行业消费特点 46

二、户外运动消费者分析 46

三、户外运动消费结构分析 47

四、户外运动消费的市场变化 47

五、户外运动市场的消费方向 48

第四节 户外运动行业产品的品牌市场运营状况分析 48

一、消费者对市场品牌认知度宏观调查 48

二、消费者对市场产品的品牌偏好调查 48

三、消费者对市场品牌的首要认知渠道 48

四、消费者经常购买的品牌调查 49

五、户外运动市场品牌忠诚度调查 49

六、户外运动市场品牌市场占有率调查 49

七、消费者的消费理念调研 50

第五章 中国户外运动行业区域市场调研 51

第一节 华北地区户外运动行业调研 51

一、2014-2016年行业发展现状分析 51

二、2014-2016年市场规模情况分析 51

三、2018-2024年市场需求情况分析 51

四、2018-2024年行业趋势预测分析 52

五、2018-2024年行业投资前景预测 52

第二节 东北地区户外运动行业调研	52
一、2014-2016年行业发展现状分析	52
二、2014-2016年市场规模情况分析	53
三、2018-2024年市场需求情况分析	53
四、2018-2024年行业趋势预测分析	53
五、2018-2024年行业投资前景预测	54
第三节 华东地区户外运动行业调研	54
一、2014-2016年行业发展现状分析	54
二、2014-2016年市场规模情况分析	54
三、2018-2024年市场需求情况分析	55
四、2018-2024年行业趋势预测分析	55
五、2018-2024年行业投资前景预测	55
第四节 华南地区户外运动行业调研	56
一、2014-2016年行业发展现状分析	56
二、2014-2016年市场规模情况分析	56
三、2018-2024年市场需求情况分析	56
四、2018-2024年行业趋势预测分析	57
五、2018-2024年行业投资前景预测	57
第五节 华中地区户外运动行业调研	57
一、2014-2016年行业发展现状分析	58
二、2014-2016年市场规模情况分析	58
三、2018-2024年市场需求情况分析	58
四、2018-2024年行业趋势预测分析	58
五、2018-2024年行业投资前景预测	59
第六节 西南地区户外运动行业调研	59
一、2014-2016年行业发展现状分析	59
二、2014-2016年市场规模情况分析	59
三、2018-2024年市场需求情况分析	60
四、2018-2024年行业趋势预测分析	60
五、2018-2024年行业投资前景预测	60
第七节 西北地区户外运动行业调研	61
一、2014-2016年行业发展现状分析	61

- 二、2014-2016年市场规模情况分析 61
- 三、2018-2024年市场需求情况分析 61
- 四、2018-2024年行业趋势预测分析 62
- 五、2018-2024年行业投资前景预测 62

第六章 户外运动行业投资与趋势预测分析 63

第一节 2016年户外运动行业投资情况分析 63

- 一、2016年总体投资结构 63
- 二、2016年投资规模情况 63
- 三、2016年投资增速情况 63
- 四、2016年分行业投资分析 63
- 五、2016年分地区投资分析 63

第二节 户外运动行业投资机会分析 65

- 一、户外运动投资项目分析 65
- 二、可以投资的户外运动模式 65
- 三、2016年户外运动投资机会 66
- 四、2016年户外运动细分行业投资机会 66
- 五、2016年户外运动投资新方向 66

第三节 户外运动行业趋势预测分析 67

- 一、户外运动市场趋势预测分析 67
- 二、我国户外运动市场蕴藏的商机 68
- 三、金融危机下户外运动市场的趋势预测 68
- 四、2016年户外运动市场面临的发展商机 68
- 五、2018-2024年户外运动市场面临的发展商机 69

第二部分 市场竞争格局与形势 70

第七章 户外运动行业竞争格局分析 70

第一节 户外运动行业集中度分析 70

- 一、户外运动市场集中度分析 70
- 二、户外运动企业集中度分析 70
- 三、户外运动区域集中度分析 71

第二节 户外运动行业主要企业竞争力分析 72

- 一、重点企业资产总计对比分析 72
- 二、重点企业从业人员对比分析 73
- 三、重点企业全年营业收入对比分析 73
- 四、重点企业利润总额对比分析 74
- 五、重点企业综合竞争力对比分析 75
- 第三节 户外运动行业竞争格局分析 75
- 一、2014-2016年户外运动行业竞争分析 75
- 二、2014-2016年中外户外运动产品竞争分析 75
- 三、2014-2016年国内外户外运动竞争分析 75
- 四、2014-2016年我国户外运动市场竞争分析 76
- 五、2014-2016年我国户外运动市场集中度分析 76
- 六、2018-2024年国内主要户外运动企业动向 76

第八章 2014-2016年中国户外运动行业发展形势分析 77

第一节 户外运动行业发展概况 77

- 一、户外运动行业发展特点分析 77
- 二、户外运动行业投资现状分析 77
- 三、户外运动行业总产值分析 77
- 四、户外运动行业技术发展分析 78

第二节 2014-2016年户外运动行业市场情况分析 80

- 一、户外运动行业市场发展分析 80
- 二、户外运动市场存在的问题 81
- 三、户外运动市场规模分析 81

第三节 2014-2016年户外运动产销状况分析 81

- 一、户外运动产量分析 81
- 二、户外运动产能分析 82
- 三、户外运动市场需求状况分析 82

第四节 产品发展趋势预测 83

- 一、产品发展新动态 83
- 二、技术新动态 83
- 三、产品发展趋势预测 83

第三部分 赢利水平与企业分析 85

第九章 中国户外运动行业整体运行指标分析 85

第一节 2014-2016年中国户外运动行业总体规模分析 85

一、企业数量结构分析 85

二、行业生产规模分析 85

第二节 2014-2016年中国户外运动行业产销分析 85

一、行业产成品情况总体分析 86

二、行业产品销售收入总体分析 86

第三节 2014-2016年中国户外运动行业财务指标总体分析 87

一、行业盈利能力分析 87

二、行业偿债能力分析 87

三、行业营运能力分析 88

四、行业发展能力分析 88

第十章 户外运动行业赢利水平分析 90

第一节 成本分析 90

一、2014-2016年户外运动原材料价格走势 90

二、2014-2016年户外运动行业人工成本分析 90

第二节 产销运存分析 90

一、2014-2016年户外运动行业产销情况 90

二、2014-2016年户外运动行业库存情况 91

三、2014-2016年户外运动行业资金周转情况 91

第三节 盈利水平分析 92

一、2014-2016年户外运动行业价格走势 92

二、2014-2016年户外运动行业营业收入情况 94

三、2014-2016年户外运动行业毛利率情况 94

四、2014-2016年户外运动行业赢利能力 94

五、2014-2016年户外运动行业赢利水平 95

六、2018-2024年户外运动行业赢利预测 95

第十一章 户外运动行业盈利能力分析 96

第一节 2014-2016年中国户外运动行业利润总额分析 96

一、利润总额分析	96
二、不同规模企业利润总额比较分析	96
三、不同所有制企业利润总额比较分析	96
第二节 2014-2016年中国户外运动行业销售利润率	97
一、销售利润率分析	97
二、不同规模企业销售利润率比较分析	97
三、不同所有制企业销售利润率比较分析	98
第三节 2014-2016年中国户外运动行业总资产利润率分析	98
一、总资产利润率分析	98
二、不同规模企业总资产利润率比较分析	99
三、不同所有制企业总资产利润率比较分析	99
第四节 2014-2016年中国户外运动行业产值利税率分析	99
一、产值利税率分析	99
二、不同规模企业产值利税率比较分析	100
三、不同所有制企业产值利税率比较分析	100

第十二章 户外运动重点企业发展分析 102

第一节 重点企业一 102

- 一、企业概况 102
- 二、2014-2016年经营状况 103
- 三、2018-2024年盈利能力 111
- 四、2018-2024年投资前景 112

第二节 重点企业二 112

- 一、企业概况 112
- 二、2014-2016年经营状况 113
- 三、2018-2024年盈利能力 122
- 四、2018-2024年投资前景 123

第三节 重点企业三 123

- 一、企业概况 123
- 二、2014-2016年经营状况 125
- 三、2018-2024年盈利能力 131
- 四、2018-2024年投资前景 132

第四节 重点企业四 133

- 一、企业概况 133
- 二、2014-2016年经营状况 133
- 三、2018-2024年盈利能力 139
- 四、2018-2024年投资前景 139

第五节 重点企业五 140

- 一、企业概况 140
- 二、2014-2016年经营状况 140
- 三、2018-2024年盈利能力 146
- 四、2018-2024年投资前景 146

第六节 重点企业六 146

- 一、企业概况 146
- 二、2014-2016年经营状况 147
- 三、2018-2024年盈利能力 153
- 四、2018-2024年投资前景 153

第七节 重点企业七 153

- 一、企业概况 153
- 二、2014-2016年经营状况 155
- 三、2018-2024年盈利能力 160
- 四、2018-2024年投资前景 161

第八节 重点企业八 161

- 一、企业概况 161
- 二、2014-2016年经营状况 162
- 三、2018-2024年盈利能力 168
- 四、2018-2024年投资前景 168

第九节 重点企业九 169

- 一、企业概况 169
- 二、2014-2016年经营状况 169
- 三、2018-2024年盈利能力 175
- 四、2018-2024年投资前景 175

第十节 重点企业十 176

- 一、企业概况 176

- 二、2014-2016年经营状况 176
- 三、2018-2024年盈利能力 182
- 四、2018-2024年投资前景 182

第四部分 投资前景研究与风险预警 184

第十三章 户外运动行业投资前景研究分析 184

第一节 行业发展特征 184

- 一、行业的周期性 184
- 二、行业的区域性 185
- 三、行业的上下游 185
- 四、行业经营模式 185

第二节 行业投资形势分析 186

- 一、行业发展格局 186
- 二、行业进入壁垒 188
- 三、行业SWOT分析 188
- 四、行业五力模型分析 189

第三节 户外运动行业投资效益分析 194

- 一、2016年户外运动行业投资状况分析 194
- 二、2016年户外运动行业投资效益分析 195
- 三、2018-2024年户外运动行业投资方向 195
- 四、2018-2024年户外运动行业投资建议 196

第四节 户外运动行业投资前景研究 197

- 一、2016年户外运动行业投资前景研究 197
- 二、2016年户外运动行业投资前景研究 198
- 三、2018-2024年户外运动行业投资前景研究 199
- 四、2018-2024年户外运动细分行业投资前景研究 201

第十四章 户外运动行业投资前景预警 203

第一节 影响户外运动行业发展的主要因素 203

- 一、2016年影响户外运动行业运行的有利因素 203
- 二、2016年影响户外运动行业运行的稳定因素 203
- 三、2016年影响户外运动行业运行的不利因素 204

四、2016年我国户外运动行业发展面临的挑战 205

五、2016年我国户外运动行业发展面临的机遇 205

第二节 户外运动行业投资前景预警 206

一、2018-2024年户外运动行业市场风险预测 206

二、2018-2024年户外运动行业政策风险预测 206

三、2018-2024年户外运动行业经营风险预测 207

四、2018-2024年户外运动行业技术风险预测 207

五、2018-2024年户外运动行业竞争风险预测 207

六、2018-2024年户外运动行业其它风险预测 208

第五部分 发展趋势与规划建议 209

第十五章 户外运动行业发展趋势分析 209

第一节 2018-2024年中国户外运动市场趋势分析 209

一、2014-2016年我国户外运动市场趋势总结 209

二、2018-2024年我国户外运动发展趋势分析 209

第二节 2018-2024年户外运动产品发展趋势分析 210

一、2018-2024年户外运动产品技术趋势分析 210

二、2018-2024年户外运动产品价格趋势分析 210

第三节 2018-2024年中国户外运动行业供需预测 210

一、2018-2024年中国户外运动供给预测 210

二、2018-2024年中国户外运动需求预测 211

三、2018-2024年中国户外运动价格预测 211

第四节 2018-2024年户外运动行业规划建议 212

一、户外运动行业“十二五”整体规划 212

二、户外运动行业“十三五”规划预测 212

三、2018-2024年户外运动行业规划建议 213

第十六章 户外运动企业管理策略建议 220

第一节 市场策略分析 220

一、户外运动价格策略分析 220

二、户外运动渠道策略分析 220

第二节 销售策略分析 221

一、媒介选择策略分析	221
二、产品定位策略分析	224
三、企业宣传策略分析	225
第三节 提高户外运动企业竞争力的策略	227
一、提高中国户外运动企业核心竞争力的对策	227
二、户外运动企业提升竞争力的主要方向	230
三、影响户外运动企业核心竞争力的因素及提升途径	230
四、提高户外运动企业竞争力的策略	232
第四节 对我国户外运动品牌的战略思考	233
一、户外运动实施品牌战略的意义	233
二、户外运动企业品牌的现状分析	234
三、我国户外运动企业的品牌战略	236
四、户外运动品牌战略管理的策略	238

图表目录：

图表1 2016年全球户外运动需求分析	24
图表2 2016年全球户外运动市场规模分析	24
图表3 2014-2016年全球户外运动需求分析	25
图表4 2014-2016年全球户外运动市场规模分析	25
图表5 2014-2016年美国户外运动市场规模分析	26
图表6 2014-2016年欧洲户外运动市场规模分析	26
图表7 2014-2016年日本户外运动市场规模分析	27
图表8 2014-2016年韩国户外运动市场规模分析	27
图表9 2014-2016年我国户外运动行业销量分析	28
图表10 2014-2016年我国户外运动行业供给量分析	32
图表11 2006-2016年我国户外运动各规格产品供给结构变化	32
图表12 2014-2016年我国户外运动行业需求量分析	33
图表13 2006-2016年我国户外运动各规格产品需求结构变化	33
图表14 2014-2016年我国户外运动行业供需分析	34
图表15 2014-2016年我国户外运动行业产值分析	35
图表16 2014-2016年户外运动制造基本经济	35
图表17 2016年我国户外运动行业产量分析	36

图表18 2016年中国户外运动产量数据统计 36

图表19 2014-2016年我国户外运动进口分析 37

图表20 2014-2016年我国户外运动进口来源国分析 38

图表21 2014-2016年我国户外运动进口贸易方式分析 39

图表22 2014-2016年我国户外运动出口分析 39

图表23 2014-2016年我国户外运动出口目的地分析 40

略……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/P74380CQET.html>