

2014-2020年中国户外用品 市场调研与发展前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国户外用品市场调研与发展前景评估报告》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.cction.com/report/201405/106408.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

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发展，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，中国户外运动兴起，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。

中国户外用品行业逐渐步入成熟化阶段。2011年我国户外用品零售总额已达107.6亿元，保持着持续快速发展的态势。同时，国内户外用品行业的快速发展，也吸引了越来越多的国内外品牌及资本不断介入其中，市场竞争日趋激烈，外来资本的进入更是加速推动了户外用品行业的发展，一线品牌开始向深层次发展，产品线进一步趋向合理化。2011年国内户外用品行业品牌数量已达700多家。

2012年我国户外用品市场发展迅猛，年度零售总额为145.2亿元人民币，年增长率达到34.94%；品牌出货总额为73.9亿元人民币，年增长率为36.1%。值得一提的是国内品牌出货额已经连续两年超越（专卖店）国外品牌，民族自有品牌的崛起，使我国户外用品市场出现了全新的格局。2012年国内市场共有户外品牌823个，较2011年的717个增长了14.78%，其中国内品牌为405个，较2011年的343个增长了18.08%，国外品牌为418个，较2011年的374个，增长了11.77%。

户外用品行业是随着人们亲近大自然休闲生活方式兴起而发展起来的朝阳产业。受益于GDP的高速增长、城乡居民消费能力逐步提升、城镇化进程和消费升级，户外运动这种积极健康生活方式在我国呈现出高速成长的趋势，处于黄金发展期。户外运动的蓬勃发展将带动了户外用品消费需求的繁荣，预计“十二五”期间，中国户外用品市场将继续保持快速增长的良好发展势头。

本行业报告对中国户外用品行业的发展环境、产业运行数据、市场及消费、品牌及渠道、重点企业、市场营销等进行了分析及预测，并对未来户外用品行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了户外用品行业今后的发展与投资策略。

本户外用品行业报告，为户外用品生产企业、科研单位和相关配套厂商等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门

也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 户外用品相关概述 1

第一节 户外用品的相关定义 1

一、户外运动的定义 1

二、户外用品的定义 1

第二节 户外用品的分类 1

一、服装类 1

二、鞋类 2

三、背包类 2

四、野营出行装备 2

五、专项户外运动装备 2

六、其他 3

第二章 中国户外用品行业的发展环境分析 4

第一节 宏观经济环境 4

一、2013年中国宏观经济运行分析 4

二、2014年经济运行形势分析及展望 25

三、2013-2015年中国经济发展预测 38

第二节 行业发展环境 43

一、中国户外运动兴起催热户外用品市场 43

二、户外用品产业已成为中国新的经济增长点 44

三、户外用品行业已升级为大众化产业 44

四、中国户外用品市场逐渐成熟理性 44

五、户外用品正从“边缘”化迅速向主流化转变 45

第三章 户外用品行业的发展 46

第一节 国外户外用品产业发展概况 46

一、欧美户外用品行业发展浅析 46

二、美国户外用品市场快速增长 46

三、2013年美国户外用品销售情况 47

四、德国户外用品市场发展前景广阔 51

五、2014国内外户外用品展会年展会信息一览 52

第二节 中国户外用品产业发展综述 54

一、中国户外用品行业的发展特点	54
二、中国户外用品行业多元化发展	55
三、中国户外用品行业的地域性和季节性特征	55
四、中国户外用品行业集中度较高	55
五、进入本行业的主要壁垒	56
第三节 2012-2014年中国户外用品行业的发展	57
一、2012年中国户外用品行业发展分析	57
二、2013年中国户外用品行业发展分析	58
三、2013年大型零售企业户外时尚运动用品销售情况分析	59
四、2013年中国户外用品市场销售额	72
五、2013年全国重点大型零售企业户外时尚运动用品销售增长	72
六、2013年国际户外用品巨头掘金中国市场	72
七、2014年北京第八届亚太运动用品与时尚展介绍	77
第四节 中国部分地区户外用品行业的发展	78
一、2014年北京商家推出户外用品换季前打折效果良好	78
二、2013年亚洲户外用品展在南京开幕	79
三、2013年青岛户外用品成掘金新热点	80
四、2013年阿迪达斯中国首家户外专营店落户哈尔滨	81
第五节 中国户外用品行业发展的的问题及对策	82
一、中国户外用品行业发展的不利因素	82
二、中国户外用品行业的尴尬处境	83
三、中国户外用品行业产品标准亟待完善	83
四、中国户外用品企业营销管理存在的不足	85
五、中国户外用品行业的发展对策	86
第四章 中国户外用品市场及消费分析	88
第一节 中国户外用品市场现状分析	88
一、中国户外用品市场迅速发展	88
二、中国户外用品大品牌市场份额逐步加大	89
三、中国户外用品市场面临发展机遇	89
四、中国户外市场整体呈现蓬勃发展的态势	90
五、中国户外用品市场发展不平衡	90
第二节 中国户外用品市场发展路线解析	91

一、	高成长持续	91
二、	国内品牌快速增长	91
三、	品牌不断壮大	92
四、	户外用品增速远快于体育用品	93
五、	装备配件类增速加快	93
六、	品牌集中度不断提升	94
第三节	中国户外用品市场消费者分析	95
一、	户外用品市场客户群体	95
二、	户外用品市场客户特征	96
三、	户外用品市场客户渠道	96
四、	商场店户外产品购买者类型占比	98
第四节	中国旅游户外用品重度购买者的特征研究	98
一、	旅游户外用品及重度购买者概述	98
二、	理论假设	99
三、	研究方法	101
四、	研究结果	103
五、	结论和讨论	106
六、	市场营销启示	107
第五节	2013年户外休闲纵深化消费调查	108
一、	户外运动丰富多样	108
二、	国内户外运动差异化	109
三、	户外用品需配套发展	109
四、	户外用品企业需重视户外装备的研发	109
五、	研发创新是根本	110
第五章	中国户外用品市场品牌及渠道分析	111
第一节	2013-2014年中国户外用品市场品牌发展状况	111
一、	新增品牌不断，但未来行业集中度提升仍是大势所趋	111
二、	性价比高、渠道拓展能力强助力国内品牌份额超越国外品牌	113
第二节	中国户外用品销售渠道现状分析	119
一、	商场店模式因投入小、人流量大而迅速扩张	119
二、	二、三线市场空白区域大、渠道下沉是必然趋势	121
三、	区域性户外零售网络正在构建中	123

四、大型户外连锁店因定位问题而发展迟缓	123
五、中小型户外店资金管理信用和开店模式成发展瓶颈	124
六、2013年受户外运动升温推动 户外用品网上销售火爆	125
第三节 中国户外用品市场品牌商与零售商间的冲突	125
一、渠道冲突	125
二、产品冲突	128
三、价格冲突	130
四、供货冲突	131
五、服务冲突	133
六、推广冲突	133
第四节 中国户外用品行业做大品牌的对策	134
一、开创新品类	134
二、打造户外品牌文化	136
三、打造新的营销模式	137
第五节 国外主要品牌发展关键	138
一、注重研发投入和技术创新，产品设计精益求精	138
二、户外服装收入占比最高，迎合大众需求最为关键	140
三、引导消费者的户外生活理念，推动品牌成长	143
第六章 重点企业	144
第一节 北京探路者户外用品股份有限公司	144
一、公司简介	144
二、探路者竞争力分析	150
三、2013年公司经营状况	163
四、2014年公司经营状况	163
五、2012-2014年公司财务数据	168
六、2014年公司发展展望及策略	170
七、2014年公司盈利预测	172
第二节 北京三夫户外用品开发有限公司	176
一、公司简介	176
二、三夫户外的发展历程	176
三、三夫户外抓住中国户外用品行业的发展机遇	178
四、2013年三夫户外发展策略	180

五、三夫户外未来发展战略目标 182

第三节 北京长天时代户外用品有限公司 183

一、公司简介 183

二、长天户外客户群及销售品牌的定位 184

三、长天户外的主要经营模式 184

四、长天户外的基本运作模式 185

第四节 2013国际户外公司收入状况 185

一、Jack Wolfskin 185

二、Primaloft 186

三、哥伦比亚 186

四、L.L.Bean 190

五、阿迪户外 192

六、REI 193

七、ECCO 193

八、Deckers 194

九、Crocs 197

十、Black Diamond 200

十一、Intersport计划未来10年在亚太地区开店500家 202

第七章 中国户外用品市场营销分析 204

第一节 中国户外用品市场的营销概况 204

一、户外用品多采用“三位一体”销售模式 204

二、中国户外用品体育营销方式日渐发展 206

三、中国户外用品经营商家营销的问题 207

第二节 中国户外用品市场营销创新的思考 212

一、中国户外用品市场营销亟需创新 212

二、重新定义需求内涵推崇“泛户外”概念 212

三、注重户外市场服务互动与消费者价值体验 213

四、营销规划需要结合科学和人文和艺术 213

五、户外用品的网络营销策略创新 214

六、2013年户外用品营销策略 217

第三节 户外运动服装的营销方式 221

一、大型商场百货公司 221

二、普通商场服装店	222
三、户外运动服装专卖店	222
四、商场、超市及连锁店	222
五、批发市场	222
六、邮购	223
七、网上销售	223
第四节 户外用品店的经营及营销策略建议	223
一、经营战略	223
二、营销策略	224
三、营销方案	224
四、营销战略	225
第八章 2014-2020年中国户外用品市场的前景趋势分析	228
第一节 2014-2020年中国户外用品行业的发展前景展望	228
一、中国户外用品蕴藏巨大市场前景	228
二、中国户外用品市场增长潜力大	230
三、中国户外用品市场将迎来发展黄金时期	231
四、2014-2020年中国户外用品销售额预测	232
第二节 2014-2020年中国户外用品行业的发展趋势预测	237
一、中国户外用品行业未来发展趋势	237
二、未来中国户外用品市场将呈跳跃式发展	238
三、中国户外用品市场兼并时代即将到来	238
四、大型户外用品连锁店是未来发展趋势	240
第九章 2014-2020年中国户外用品行业投资策略	241
第一节 投资优势	241
一、市场空间较大	241
二、投资收益看好	241
三、入行门槛不高	241
第二节 投资环境	242
一、市场需求分析	242
二、市场调研分析	243
三、市场竞争分析	243
四、市场定位分析	244

第三节 投资机会及建议 244

一、户外用品市场蕴含良好的投资机会 244

二、滑雪户外用品市场有待开发 244

三、户外用品店投资经营策略分析 245

四、二手户外用品店的投资建议 248

第四节 投资风险 250

一、国内宏观经济风险 250

二、市场竞争风险 250

三、外包环节风险 250

第五节 投资经营户外用品店的风险管理 250

一、风险分析 250

二、优质的服务 251

三、平和的心态 251

四、过硬的产品 251

第六节 产品开发结构 252

一、背包 252

二、帐篷 252

三、睡袋 253

四、登山鞋 253

五、服装 253

六、攀登装备 253

七、露营装备 254

八、其它装备 254

九、旅游书籍 255

图表目录

图表：户外行业产品品类 2

图表：2006-2013年国内生产总值及其增长速度 4

图表：2013年1-12月居民消费价格月度涨跌幅度 5

图表：2013年居民消费价格比上年涨跌幅度 5

图表：2013年1-12月新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 6

图表：2006-2013年城镇新增就业人员人数 6

图表：2006-2013年年末国家外汇储备及其增长速度 7

图表：2006-2013年公共财政收入及其增长速度 7

图表：2006-2013年粮食产量及其增长速度 8

图表：2006-2013年全年全部工业增加值及其增长速度 9

图表：2013年主要工业产品产量及其增长速度 9

图表：2013年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 10

图表：2006-2013年建筑业增加值及其增长速度 11

图表：2006-2013年全社会固定资产投资及其增长速度 11

图表：2013年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 12

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力 13

图表：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 13

图表：2006-2013年全社会消费品零售总额及其增长速度 14

图表：2013年货物进出口总额及其增长速度 15

图表：2006-2013年货物进出口总 15

图表：2013年非金融领域外商直接投资及其增长速度 16

图表：2013年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 16

图表：2013年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 17

图表：2006-2013年末电话用户数 18

图表：2013年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 18

图表：2006-2013年普通高等教育、中等职业教育、普通高中招生人数 20

图表：2013年年末人口数及其构成 21

图表：2006-2013年全年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 22

图表：2006-2013年全年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 23

图表：2006-2014年我国季度GDP增长率 25

图表：2008-2014年我国三产业增加值季度增长率 26

图表：2012-2014年我国工业增加值走势图 27

图表：2008-2014年固定资产投资走势图 28

图表：2012-2014年东、中、西部地区固定资产投资走势图 28

图表：2008-2014年我国社会消费品零售总额走势图 30

图表：2008-2014年我国社会消费品零售总额构成走势图 30

图表：2012-2014年我国CPI、PPI运行趋势 31

图表：2008年-2014年企业商品价格指数走势 32

图表：2012-2014年月度进出口走势图 33

图表：2008-2014年我国货币供应量 34

图表：2008-2014年我国存贷款同比增速走势图 35

图表：2008-2014年我国月度新增贷款量 35

图表：2008-2014年我国外汇储备 36

图表：2007-2012年中国户外用品出货额及零售额统计 57

图表：2007-2013年中国户外用品零售额增长趋势图 59

图表：2013年大型零售企业体育用品与户外时尚运动用品销售增速对比 60

图表：2012年与2013年大型零售企业体育用品与户外时尚运动用品销售结构比重对比 60

图表：2013年大型零售企业主要户外时尚运动用品品牌与运动服销售平均单价对比（1） 61

图表：2013年大型零售企业主要户外时尚运动用品品牌与运动服销售平均单价对比（2） 62

图表：2013年大型零售企业户外时尚运动品牌销售指标 63

图表：2013年我国大型零售企业销售的户外时尚运动用品主要商品占比 64

图表：二三线城市更加注重扩展户外时尚运动用品销售 64

图表：二三线城市户外时尚运动用品增速明显高于一线城市 65

图表：2013年全国重点大型零售企业户外时尚运动用品前十位品牌销售额份额占比对比图——按产品分 66

图表：2013年全国重点大型零售企业户外时尚运动用品前十位品牌销售额份额占比对比图——按城市类别分 66

图表：2012年与2013年专业户外时尚运动品牌在体育运动用品市场份额 67

图表：2012年与2013年运动鞋市场前三十位品牌中户外时尚运动品牌市场份额 68

图表：前十位品牌2013年户外时尚运动品牌销售排名 69

图表：2013年各线城市户外时尚体育用品销售前三位品牌 69

图表：2013年主要城市户外时尚体育用品销售前三位品牌 70

图表：2012年与2013年主要城市户外时尚体育用品市场综合占有率 71

图表：2005-2013年ISPO BEIJING 历届情况图 78

图表：2000-2013年户外用品销售额 91

图表：2013年户外用品品牌数量 92

图表：2013年户外品牌规模 93

图表：2013年户外用品商场零售额同比增速 94

图表：2013年户外用品商场零售额占比 94

图表：2013年商场前十大户外用品市场占有率 95

图表：户外用品市场客户渠道 96

图表：商场店户外产品购买者类型占比 98

图表：抽样样本的人口统计特征 103

图表：旅游户外用品购买数量 104

图表：旅游户外用品购买量细分市场 104

图表：轻度和重度购买者在人口统计特征差异 105

图表：旅游户外用品购买者行为和心理统计特征 106

图表：轻度和重度购买者在心理统计特征上的差异 106

图表：2013年美国参与度最高的十大户外运动 109

图表：2013年与2013年中国市场户外品牌数量变动 111

图表：2013年中国户外用品市场占有率 112

图表：户外市场品牌年度出货额情况（2008-2013） 112

图表：主要行业市场集中度（TOP10） 113

图表：国内市场主要户外品牌一览 114

图表：2007-2013年国内外品牌出货总额 118

图表：百货商场店和户外专卖店的区别 119

图表：2007-2013年各销售渠道数量变动情况 120

图表：2007-2013年商场店与专卖店零售总额变化(亿元) 120

图表：2008-2013年各渠道零售总额占比 121

图表：2013年主要区域品牌数量情况比较 122

图表：2013年主要区域零售额增速及新增品牌情况 122

图表：2013年户外用品各线城市品牌集中度（TOP10） 123

图表：户外用品居2008年淘宝商品销售排行第5名， 127

图表：哥伦比亚（Columbia）研究发展历程 139

图表：2004-2013年Columbia 公司分类产品收入 140

图表：2004-2013年TNF 全球销售收入及利润率 141

图表：国内户外用品分类收入占比 142

图表：Columbia 主要产品收入占比 142

图表：北京探路者户外用品股份有限公司发展历史沿革 144

图表：北京探路者户外用品股份有限公司主要产品 145

图表：2008-2013年北京探路者户外用品股份有限公司分产品收入占比 145

图表：2013年北京探路者户外用品股份有限公司分区域收入占比 146

图表：北京探路者户外用品股份有限公司业务模式“微笑”曲线 147

图表：北京探路者户外用品股份有限公司业务模式流程图 147

图表：北京探路者户外用品股份有限公司股权结构 148

图表：北京探路者户外用品股份有限公司股权激励计划 148

图表：2006-2013年北京探路者户外用品股份有限公司销售收入变动 149

图表：2006-2013年北京探路者户外用品股份有限公司净利润变动 150

图表：北京探路者户外用品股份有限公司的三品牌结构体系 151

图表：北京探路者户外用品股份有限公司电子商务平台股权结构 152

图表：北京探路者户外用品股份有限公司主要产品 152

图表：2012-2013年北京探路者户外用品股份有限公司分品类营业收入 153

图表：北京探路者户外用品股份有限公司品牌宣传模式 153

图表：北京探路者户外用品股份有限公司的多品牌渠道架构图 154

图表：北京探路者户外用品股份有限公司各渠道收入占比（2013年） 155

图表：2006-2013年北京探路者户外用品股份有限公司收入和渠道数量增速 156

图表：2006-2013年北京探路者户外用品股份有限公司直营店和加盟店增速 156

图表：2006-2013年北京探路者户外用品股份有限公司主要销售渠道数量比较 158

图表：2013-2014年北京探路者户外用品股份有限公司分地区营业收入 159

图表：2007-2013年北京探路者户外用品股份有限公司研发费用占销售收入比重 160

图表：2007-2013年北京探路者户外用品股份有限公司获得专利情况 160

图表：2008-2013年北京探路者户外用品股份有限公司设计产品获设计红星奖情况 161

图表：2012-2013年北京探路者户外用品股份有限公司完成信息化建设的门店占比 162

图表：2008年Q3-2014年Q1北京探路者户外用品股份有限公司单季度主营业务收入及同比增长情况 164

图表：2006年-2013年北京探路者户外用品股份有限公司近年来渠道数量情况 165

图表：2008年Q3-2014年Q1北京探路者户外用品股份有限公司单季度毛利率情况 166

图表：2008年Q3-2014年Q1北京探路者户外用品股份有限公司单季度期间费用率情况 166

图表：2008年Q3-2014年Q1北京探路者户外用品股份有限公司单季度净利润及同比增长情况 167

图表：2008年Q3-2014年Q1北京探路者户外用品股份有限公司公司单季度净利率情况 167

图表：2013年北京探路者户外用品股份有限公司主营构成表 168

图表：2013年北京探路者户外用品股份有限公司主营构成数据分析表 168

图表：2012-2014年北京探路者户外用品股份有限公司主要财务数据分析表 169

图表：2012-2014年北京探路者户外用品股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 169

图表：2012-2014年北京探路者户外用品股份有限公司资产与负债分析表 170

图表：2012-2014年北京探路者户外用品股份有限公司现金流量分析表 170

图表：2013-2014年北京探路者户外用品股份有限公司财务报表及指标预测——利润表（百万元） 172

图表：2013-2014年北京探路者户外用品股份有限公司财务报表及指标预测——资产负债表（百万元） 173

图表：2013-2014年北京探路者户外用品股份有限公司财务报表及指标预测——现金流量表（百万元） 174

图表：2013-2014年北京探路者户外用品股份有限公司财务报表及指标预测——基本指标 174

图表：2013-2014年北京探路者户外用品股份有限公司盈利预测 175

图表：2004-2013年农村居民人均纯收入及其增长速度 229

图表：2004-2013年城镇居民人均纯收入及其增长速度 229

图表：欧美户外用品市场产值与中国对比(2013年) 233

图表：2013年中美户外运动参与人口对比 233

图表：我国不同区域户外资源 234

图表：1995-2013年城镇居民人均收入及增长速度 235

图表：1995-2013年农村居民人均收入及增长速度 235

图表：2000-2013年中国户外行业增长速度 236

图表：2014-2020年中国户外行业销售额预测 236

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201405/106408.html>