

2017-2022年中国户外服装 市场深度分析及投资规划建议规划报告

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

《2017-2022年中国户外服装市场深度分析及投资规划建议规划报告》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/X51618236J.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】2016-12-23

【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《2017-2022年中国户外服装市场深度分析及投资规划建议规划报告》介绍了户外服装行业相关概述、中国户外服装产业运行环境、分析了中国户外服装行业的现状、中国户外服装行业竞争格局、对中国户外服装行业做了重点企业经营状况分析及中国户外服装产业发展前景与投资预测。您若想对户外服装产业有个系统的了解或者想投资户外服装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一部分 产业状况透视	第一章 户外服装行业现状	1	第一节 行业介绍	1	一、户外服装行业的描述及定义	1	二、户外服装行业特点及主要问题	1	第二节 国家产业政策及行业运行环境	4	第三节 户外服装产品所处产业生命周期	6	一、户外服装产品发展周期展示	6	二、户外服装产品所处生命周期位置	6	第四节 户外服装产品产业链现状及分析	7	第五节 户外服装行业市场竞争分析	10	第六节 户外服装行业市场进入/退出壁垒	12	第二章 行业生产调查分析	14	第一节 2014-2016年国内户外服装行业产量统计	14	一、产品构成	14	二、产量统计数据	14	第二节 企业市场集中度	14	一、主要产品市场分布	14	二、整个市场区域划分	15	第三节 产品生产成本	16	一、原材料	16	二、生产成本	16	三、管理费用	16	第四节 近期户外服装产品发展动态与机会	18	一、近期新兴产品动态以及其市场定位	18	二、产品新技术及技术发展动向	20	三、企业投资的方向和空间	21	第三章 户外服装产品消费调查分析	23	第一节 产品消费量调查	23	第二节 产品价格调查	25	一、不同层次产品价格区间	25	二、不同区域市场价格区间	26	三、不同销售渠道价格情况	27	第三节 消费群体调查	27	一、消费群体构成	27	二、不同消费群体偏好以及对产品的关注要素	28	三、下游消费市场需求规模调查	28	第四节 品牌满意度调查	29	一、品牌构成	29	二、品牌满意度	33	第二部分 产业渠道及竞争分析	第四章 户外服装销售渠道分析	39	第一节 行业产品销售的主要渠道	39	一、商超渠道分析	39	二、专卖店渠道分析	41	三、普通商场	41	四、大型商场	42	五、批发市场	42	六、邮购	42	七、网上销售	43	第二节 不同企业群体的渠道方式分析	43	一、国内企业群体渠道分析	43	二、国外企业群体渠道分析	44	三、北京品牌企业渠道分析	44	四、辽宁品牌企业渠道分析	47	五、上海品牌企业渠道分析	49	六、广东品牌企业渠道分析	52	七、浙江品牌	
-------------	--------------	---	----------	---	----------------	---	-----------------	---	-------------------	---	--------------------	---	----------------	---	------------------	---	--------------------	---	------------------	----	---------------------	----	--------------	----	----------------------------	----	--------	----	----------	----	-------------	----	------------	----	------------	----	------------	----	-------	----	--------	----	--------	----	---------------------	----	-------------------	----	----------------	----	--------------	----	------------------	----	-------------	----	------------	----	--------------	----	--------------	----	--------------	----	------------	----	----------	----	----------------------	----	----------------	----	-------------	----	--------	----	---------	----	----------------	----------------	----	-----------------	----	----------	----	-----------	----	--------	----	--------	----	--------	----	------	----	--------	----	-------------------	----	--------------	----	--------------	----	--------------	----	--------------	----	--------------	----	--------------	----	--------	--

企业渠道分析	55	第三节 渠道新策略	58	一、新的销售渠道	58	二、渠道整合	59
		第四节 户外用品行业渠道存在的问题	60	一、渠道冲突	61	二、产品冲突	65
				三、价格冲突	67	四、供货冲突	68
				五、服务冲突	70	六、推广冲突	71
				七、户外产品零售店发展对策	72		
第五章 户外服装竞争调查分析	86	第一节 竞争结构	86	一、现有企业间竞争调研	86	二、潜在进入者调研	86
				三、替代品调研	87	四、供应商议价能力调研	88
				五、客户议价能力调研	90	第二节 行业集中度调研	91
		一、市场集中度调研	91	二、企业集中度调研	92	三、区域集中度调研	92
第三节 户外服装行业主要企业竞争调研	93	一、重点企业竞争横向对比分析	93	二、重点企业全年营业收入对比分析	94	三、重点企业渠道对比分析	96
		四、重点企业利润总额对比分析	99	五、重点企业国外市场对比分析	101		
第六章 2014-2016年户外用品进出口市场评估	103	第一节 户外用品进口市场调研	103	一、进口产品结构	103	二、进口地域格局	103
				三、进口量与金额统计	103	第二节 户外用品出口市场调研	104
				一、出口产品结构	104	二、出口地域格局	104
				三、出口量与金额统计	104	第三节 进出口政策	105
		一、贸易政策	105	二、出口贸易存在的问题	106	三、存在问题的原因	107
		四、出口贸易建议	110	五、贸易壁垒	114	第三部分 重点企业及关联产业分析	
第七章 户外服装重点企业与品牌分析	116	第一节 企业分析	116	一、探路者	116	1、企业简介	116
				2、组织架构及销售系统	117	3、产销量统计	120
				4、公司主要财务指标分析	121	5、产品线构成以及各产品市场定位	124
				6、渠道策略	125	7、近期发展规划	129
				8、企业优劣势	132	二、三夫	136
				1、企业简介	136	2、发展形势	139
				3、销售渠道	140	4、销售网络	141
				5、2016年经营情况	142	6、2017-2022年展望	143
				三、哥伦比亚	143	1、企业概况	143
				2、经营情况	145	3、运营模式	151
				4、品牌分析	153	5、销售渠道	156
				6、持续创新	158	四、始祖鸟	159
				1、企业概况	159	2、品牌情况	161
				3、经营情况	163	五、雪狼	164
				1、企业概况	164	2、经营业务	165
				3、投资前景	165	4、发展模式	167
				5、经营模式	167	6、产品优势	168
		第二节 强势品牌调研	169	一、kailas	169	1、品牌描述	169
				2、品牌定位	171	3、品牌影响力	172
				二、KingCamp	172	1、品牌描述	172
				2、品牌定位	173	3、品牌影响力	173
				4、品牌网络	174	三、奥索卡	174

1、品牌描述 174	2、品牌定位 176	3、品牌影响力 176	四
、JACKWOLFSKIN 177	1、品牌描述 177	2、品牌策略 179	3、品牌
渠道 181	4、品牌影响力 183	5、品牌经营 185	五
、THENORTHFACE 185	1、品牌描述 185	2、品牌经营 186	3、品牌
影响力 186	4、品牌经营规划 188	第八章 户外服装行业上下游市场评估	
190	第一节 2014-2016年户外服装原材料市场调研 190	一、户外服装上游原材料	
构成 190	二、户外服装上游原材料最新市场动态 190	三、国内产销量 197	
四、原材料价格走势 198	五、主要供应企业供应量 199	六、产业	
政策 201	第二节 消费市场 203	一、户外服装产品消费市场构成 203	
二、户外服装产品消费市场结构变化趋势 203	三、户外服装产品下游市场相关		
政策 205	四、主要消费群体（企业）消费量 206	第三节 潜在市场 210	
一、户外服装产品的现有潜在用户分析 210	二、户外服装产品的潜在用户挖掘		
211	第四节 产业链运行分析 212	一、户外服装产业经济环境 212	二
、户外服装产业社会环境 246	三、户外服装产品产业环境分析 256	四	
、上下游关联度分析 259	第五节 户外服装产品产业趋势预测分析 259	一、技	
术 259	二、消费者对于产品特性要求新变化或趋势 262	三、户外用品发	
展概况 264	四、整体市场趋势分析 268	第四部分 细分行业及战略探讨	
第九章 户外服装细分市场评估 271	第一节 冲锋衣 271	一、产品特性 271	
二、市场前景 272	三、消费模式 273	四、消费者需求发展趋势	
274	五、品牌推荐 275	第二节 骑行服 277	一、产品特性 277
二、市场前景 282	三、消费模式 283	四、消费者需求发展趋势	
283	第三节 户外休闲衣 284	一、产品特性 284	二、市场前景 284
三、面料趋势 287	四、消费者需求发展趋势 289	第十章 主要结	
论及策略建议 291	第一节 主要结论及观点 291	第二节 策略建议 292	一、产
品策略 292	二、渠道策略 294	三、价格策略 296	四、开发潜
在市场的建议 300	五、市场竞争策略建议 301	第三节 战略研究 303	
一、技术开发战略 303	二、业务组合战略 306	三、区域战略规划 309	
四、产业战略规划 319	五、战略营销规划 320	六、信息建设	
战略 323	图表目录	图表：产品发展生命周期展示 6	
图表：户外运动用品专业零售品牌地域	分布 16	图表：2016年我国户外细分市场占比情况 23	
图表：2016年中国核心户外市场上品牌	数量情况 24	图表：2016年中国户外产品销售点情况 25	
图表：四户外品牌北京渠道数量占比	分析 45	图表：四户外品牌北京渠道类型及数量对比 46	
图表：四大品牌辽宁区域渠道类型			

及数量对比 47图表：四大品牌辽宁区域渠道分布占比 49图表：户外品牌上海渠道数量占比分析 50图表：户外品牌上海渠道类型及数量对比 51图表：户外品牌上海市五个重点区域渠道数量对比 52图表：户外品牌广东渠道数量占比情况 53图表：户外品牌广东6个城市渠道对比 54图表：户外品牌浙江渠道数量占比 56图表：户外品牌浙江渠道类型及数量对比 57图表：户外用品居2016年淘宝商品销售排行第5名 63图表：各个派别当中具有代表性的品牌横向对比 93图表：2016年探路者销售业绩 94图表：2016年哥伦比亚销售状况 95图表：户外品牌国家占比情况 96图表：最近六个月内三品牌网络关注度数据 97图表：最近六个月内关注三品牌地区分布 97图表：最近六个月内关注品牌地区分布 98图表：渠道未来格局 99图表：2016年我国户外用品进口地区分析 103图表：北京探路者户外用品股份有限公司组织架构 117图表：2016年北京探路者户外用品股份有限公司行业构成分析 120图表：2016年北京探路者户外用品股份有限公司产品构成分析 120图表：2016年北京探路者户外用品股份有限公司产品构成分析 121图表：2014-2016年北京探路者户外用品股份有限公司偿债能力分析 121图表：2014-2016年北京探路者户外用品股份有限公司资本结构分析 122图表：2014-2016年北京探路者户外用品股份有限公司经营效率分析 122图表：2014-2016年北京探路者户外用品股份有限公司获利能力分析 123图表：2014-2016年北京探路者户外用品股份有限公司发展能力分析 123图表：2014-2016年北京探路者户外用品股份有限公司现金流分析 124图表：2014-2016年北京探路者户外用品股份有限公司投资收益分析 124图表：探路者产品研发微笑型曲线 125图表：探路者户外品牌认知 132图表：探路者品牌购买率 133图表：三夫户外销售网络 141图表：三夫户外连锁店发展趋势 142图表：2016年哥伦比亚地区收入情况 146图表：2016年哥伦比亚品牌收入情况 147图表：2014-2016年哥伦比亚业绩对比 148图表：2014-2016年哥伦比亚业绩品牌分类对比 149图表：2014-2016年哥伦比亚业绩区域对比 150图表：2014-2016年哥伦比亚业绩产品品类对比 151图表：哥伦比亚科技模式 152图表：哥伦比亚服务模式 152图表：哥伦比亚渠道模式 152图表：哥伦比亚正负面评价 153图表：哥伦比亚各级评分比例 153图表：哥伦比亚正面评分统计 154图表：哥伦比亚负面评分统计 155图表：中国市场南北方区域划分 156图表：哥伦比亚中国市场渠道结构统计数据 157图表：哥伦比亚区域市场渠道结构占比 158图表：2016年AMERSPORTS区域销售净额 163图表：2016年AMERSPORTS业务分布销售净额 164图表：KingCamp品牌网络 174图表：JACKWOLFSKIN渠道数量情况 182图表：JACKWOLFSKIN覆盖城市在5个以上的省 182图表：JackWolfskin品牌各级评分 183图表：JackWolfskin品牌正面评分情况 184图表：JackWolfskin品牌负面评分情况 184图表：THENORTHFACE评分统计 186图表：THENORTHFACE负面评分统计 187图表：THENORTHFACE综合评分统计 188图表：2016年国内生产总值（GDP）初步核算情况 213图表：2015年GDP环比增长速度 214图

表：2016年GDP环比增长速度 214图表：2016年我国规模以上工业企业利润分析 215图表：2014-2016年主要行业利润增长情况 216图表：2016年各月累计主营业务收入与利润总额同比增速 216图表：2016年各月累计每百元主营业务收入的成本与主营业务收入利润表 217图表：2016年分经济类型主营业务收入与利润总额速度 218图表：2016年规模以上工业企业账款情况 218图表：固定资产投资（不含农户）同比增速 219图表：2016年分产业投资情况 219图表：东、中、西部地区投资相邻两月累计同比增速 220图表：2016年分登记注册类型投资情况 220图表：2016年分项目隶属关系投资情况 221图表：2016年分施工和新开工项目投资情况 221图表：2016年固定资产投资到位资金同比增速 222图表：2016年固定资产投资（不含农户）主要数据 222图表：全国消费价格涨跌幅 224图表：猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 225图表：鲜菜、鲜果价格变动情况 225图表：2016年居民消费价格分类别同比涨跌幅 226图表：2016年居民价格分类别环比涨跌幅 227图表：2016年居民消费价格主要数据 227图表：2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度 229图表：2016年我国城乡消费品零售额及增速情况 229图表：2016年我国城乡消费品零售额及增速情况（按消费形态分） 230图表：2016年份社会消费品零售总额主要数据 230图表：2016年社会消费品零售额分月同比增长速度 231图表：2016年社会消费品零售总额主要数据 232图表：2016年城镇居民人均收入增长情况 233图表：2016年我国城镇居民人均可支配收入 233图表：2016年农村居民人均收入增长情况 234图表：2016年我国农村居民人均可支配收入 234图表：2016年我国农民工数量情况 235图表：2016年居民消费价格指数 235图表：2016年我国全国货物进出口情况 236图表：2016年货物进出口总额及其增长速度 236图表：2016年主要商品出口数量、金额及其增长速度 237图表：2016年主要商品进口数量、金额及其增长速度 237图表：2016年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 238图表：2016年我国规模以上企业增加值分析 238图表：2016年我国社会零售消费品总额环比增速分析 239图表：2016年我国固定资产环比增速分析 239图表：2015年与2016年我国CPI走势分析 240图表：2016年各月CPI预测 241图表：2014-2016年我国外汇储备情况 242图表：我国房地产投资与固定资产投资比较 243图表：2016年制造业投资增速与固定资产总投资比较 245图表：2014-2016年农村居民纯收入及增长速度 247图表：2014-2016年城镇居民纯收入及增长速度 247图表：2014-2016年研究与试验发展经费支出情况 249图表：区域发展投资调研流程图 316图表：区域SWOT战略分析图 317略……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/X51618236J.html>