

2016-2020年中国户外服装 行业分析及发展战略研究报告

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

《2016-2020年中国户外服装行业分析及发展战略研究报告》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/qtzzh1601/T12853Q390.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-03-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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《2016-2020年中国户外服装行业分析及发展战略研究报告》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。

首先要做的就是要把冲锋衣的层数这个“层”同平时穿几层衣服的这个“层”区别开来，冲锋衣的防水透气面料的几层是复合在一起的，凭眼睛是看不到有几层的，不管是两层布、三层布以及2.5层布，按照穿几层衣服里面这个“层”的概念来说都应该算是一层，因为它们是一个整体。

报告目录：

第一部分产业状况分析

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

第二章行业生产调查分析14

第一节2013-2015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2013-2015年户外用品进出口市场监测103

第一节户外用品进口市场分析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分析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、2014年经营情况142

6、2015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、发展战略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、kailas169

1、品牌描述169

- 2、品牌定位171
- 3、品牌影响力172

二、KingCamp172

- 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、JACKWOLFSKIN177

- 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、THENORTHFACE185

- 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监测190

第一节2013-2015年户外服装原材料市场分析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监测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

第十章主要结论及博思数据策略建议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：2015年我国户外细分市场占比情况23
- 图表：2015年中国核心户外市场上品牌数量情况24
- 图表：2015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2015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：2015年探路者销售业绩94

图表：2015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：2015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：2015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：2015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：2015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：2013-2015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：2013-2015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：2013-2015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：2013-2015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：2013-2015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：2013-2015年北京探路者户外用品股份有限公司现金流分析124

图表：2013-2015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：2015年哥伦比亚地区收入情况146

图表：2015年哥伦比亚品牌收入情况147

图表：2013-2015年哥伦比亚业绩对比148

图表：2013-2015年哥伦比亚业绩品牌分类对比149

图表：2013-2015年哥伦比亚业绩区域对比150

图表：2013-2015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：2015年AMERSPORTS区域销售净额163

图表：2015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：2015年国内生产总值（GDP）初步核算情况213

图表：2014年GDP环比增长速度214

图表：2015年GDP环比增长速度214

图表：2015年我国规模以上工业企业利润分析215

图表：2012-2015年主要行业利润增长情况216

图表：2015年各月累计主营业务收入与利润总额同比增速216

图表：2015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：2015年分经济类型主营业务收入与利润总额速度218

图表：2015年规模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：2015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：2015年分登记注册类型投资情况220

图表：2015年分项目隶属关系投资情况221

图表：2015年分施工和新开工项目投资情况221

图表：2015年固定资产投资到位资金同比增速222

图表：2015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（2013年12月价格=100）225

图表：鲜菜、鲜果价格变动情况（2015年12月价格=100）225

图表：2015年居民消费价格分类别同比涨跌幅226

图表：2015年居民价格分类别环比涨跌幅227

图表：2015年居民消费价格主要数据227

图表：2015年社会消费品零售总额分月同比增长速度229

图表：2015年我国城乡消费品零售额及增速情况229

图表：2015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：2015年社会消费品零售总额主要数据230

图表：2015年社会消费品零售额分月同比增长速度231

图表：2015年社会消费品零售总额主要数据232

图表：2015年城镇居民人均收入增长情况233

图表：2015年我国城镇居民人均可支配收入233

图表：2015年农村居民人均收入增长情况234

图表：2015年我国农村居民人均可支配收入234

图表：2015年我国农民工数量情况235

图表：2015年居民消费价格指数235

图表：2015年我国全国货物进出口情况236

图表：2015年货物进出口总额及其增长速度236

图表：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度237
图表：2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度237
图表：2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度238
图表：2015年我国规模以上企业增加值分析238
图表：2015年我国社会零售消费品总额环比增速分析239
图表：2015年我国固定资产环比增速分析239
图表：2013-2015年我国CPI走势分析240
图表：2016年CPI预测241
图表：2013-2015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：2015年制造业投资增速与固定资产总投资比较245
图表：2013-2015年农村居民纯收入及增长速度247
图表：2013-2015年城镇居民纯收入及增长速度247
图表：2013-2015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……

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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/qtzzh1601/T12853Q390.html>