

中国

户外用品行业发展现状分析 报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国户外用品行业发展现状分析与投资前景预测报告（2024-2030）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202411/733037.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、全球千亿美元户外市场，发达国家户外行业发展历史悠久

户外用品：包括参与户外运动所需要的鞋服、装备、器材等。户外运动的发展催生了品类繁多的户外用品，为户外参与者应对各类复杂自然环境提供保护和辅助。根据中国纺织品商业协会户外用品分会分类，户外运动用品可分为服装类、鞋类、背包类、装备类、配件类和器材类。

户外用品分类	类别	定义	产品	服装类
为户外运动专门制作的穿着于人体起保护和装饰作用的纺织产品			衣、裤、袜等	鞋类
为户外运动专门制作的穿着于脚上直接与地面接触的产品				
登山鞋、徒步鞋、攀岩鞋、高山靴等				背包类
为户外运动专门制作的用于容纳物品的单体独立的包囊类产品				
登山包、旅行包、骑行包、背架包等				装备类
为户外运动专门制作的在露营时提供保护的可折叠的产品				
帐篷、睡袋、衬垫、帷帐、家具等	配件类	为户外运动专门制作的用于辅助运动的各种配件		
岩点、冰锥、眼镜、手表、GPS、炉具、灯具、刀具、绳索、锁具、登山杖、头盔、冰爪、安全带等	器材类	为户外运动专门制作的大型机械性器具	自行车、船舶、滑翔伞等	

资料来源：观研天下数据中心整理

在产业链方面，户外用品产业链中上游包括原材料及成品生产商，下游包括品牌商及零售商。上游原材料主要包括化纤、面料、金属、橡胶硅胶及其他辅料。上游的核心竞争力在于专有技术带来的差异化功能性产品。

中游成品包括户外鞋服、装备、器械及配件等，多为劳动密集型产业，由于国内的劳动力成本优势，我国长三角、珠三角、福建、青岛等地有大量代工厂。

下游包括品牌商及零售商，零售商既包括专业零售商，除了代销其他户外品牌，通常也有自主品牌，还包括综合性零售商。

资料来源：观研天下数据中心整理

户外运动最早起源于欧美的传教、探险和科学考察。发达国家户外运动发展历史悠久，经济发展水平、政策、基础设施为三大核心驱动因素。户外运动起步于18世纪末到19世纪初的探险及科考活动，二战后在欧美率先得到普及，实现大众化，欧美户外运动参与率在50%以上。根据Statista数据，2022年全球户外用品行业营收规模约2002亿美元，同比增长10.49%，2020-2022CAGR为11.86%；预计2023年营收规模将达2156亿美元、2025年将达2363亿美元。从美国、日本的户外行业发展历程来看，经济发展水平、政策、基础设施，是户外行业发展的三大核心驱动因素。以美国户外行业发展历史来看：

1) 行业的发展与人均GDP呈现高度相关性。随着经济的进一步快速增长，美国民众的户外

活动需求迅速增长，形式多样化，骑行、露营、滑雪为代表的户外运动快速兴起。

2) 政策为行业催化剂。美国政府在休假制度、场地、资金等方面政策支持，对于二战后到1970年的美国户外行业的发展，起到了很好的催化作用。日本政府推行公务员双休制，为日本民众的运动休闲提供了时间保障，使得以汽车露营为代表的户外运动在日本取得长足发展。

3) 基础设施为行业发展提供保障。美国上世纪50年代启动重大基础设施发展计划，将全美露营地数量提升了超200%，同时美国增加了对国家公园体系、步道系统等户外娱乐基础设施和以州际公路体系为代表的交通网络等基础设施的投资，极大促进了美国露营市场的发展。

数据来源：观研天下数据中心整理

二、中国户外行业稳步增长，市场潜力巨大待挖掘

随着户外运动的普及和多样化，户外鞋服等相关产品也迎来了巨大的市场需求。越来越多的消费者开始关注户外用品的功能性、舒适性和时尚性，这也为户外用品市场带来了更多的发展机遇。

据《2023年全球户外用品行业白皮书》显示，2022年中国户外用品行业零售额约为1971亿元，同比增长7.65%。2002-2012年期间我国户外用品零售总额CAGR达47.38%；2013年后户外用品行业发展趋于成熟，市场规模增速降低，行业向精细化方向调整；2020年以来疫情对室内活动加以限制，促使消费者将娱乐活动转向兼具户外和私密性的露营活动。预计2023年中国户外用品零售额将达到2116亿元，2025年达到2400亿元。

一方面，露营、滑雪、徒步、登山等户外活动的普及和流行，推动了户外活动的渗透率不断攀升，吸引了越来越多的参与者加入，为户外用品行业带来了源源不断的消费需求。另一方面，户外鞋服的“破圈”现象也功不可没，其应用场景不再局限于专业的户外活动，而是拓展至都市商务和休闲领域，这一转变不仅扩大了户外鞋服的受众群体，也进一步挖掘了市场的潜力。在这两大因素的共同作用下，户外用品行业的高景气度不断提升，也进一步提升了户外用品的市场潜力。

数据来源：《2023年全球户外用品行业白皮书》、观研天下数据中心整理

三、支持政策相继出台，户外运动产业迎来发展新机遇

近年来，国家对于户外运动行业的整体发展愈发重视，连续、密集出台多项支持性产业政策。2023年7月，国家体育总局印发《关于恢复和扩大体育消费的工作方案》。方案指出把恢复和扩大体育消费摆在优先位置，提出加大优质体育产品和服务供给、丰富体育消费场景、夯实体育消费基础三项主要措施。《方案》的出台对于户外体育消费复苏而言，具有特殊重要的意义。2023年10月，国家发展和改革委员会、国家体育总局等部门出台《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023—2025年）》，方案提出，到2025年，户外

运动设施建设和服务质量供需有效对接，参与群体更加广泛，赛事活动更加丰富，专业队伍持续壮大，安全监管政策体系更加健全，全国范围内形成一批发展基础好、服务保障全、地方特色强、配套产业优的户外运动发展高地，推动户外运动产业总规模达到3万亿元。

中国户外用品行业相关政策 时间 名称 内容 2022年 《“十四五”扩大内需战略实施方案》 推进自驾游创新发展，完善邮轮游艇发展政策；普及推广山地、水上等户外运动项目。

2022年 《户外运动产业发展规划(2022-2025)》 加快户外运动用品制造业转型升级，打造中国智造品牌；培育户外运动市场主体；优化露营产品供给 2022年

《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》 引导露营营地规模化、连锁化经营，孵化优质营地品牌，培育龙头企业。鼓励支持旅居车、帐篷、服装、户外运动、生活装备器材等国内露营行业相关装备生产企业丰富产品体系，优化产品结构 2022年

《关于加快邮轮游艇装备及产业发展的实施意见》 指导思想：以满足邮轮游艇消费大众化发展为主导，实施邮轮游艇产业链提升工程；发展目标：到2025年，建立邮轮游艇本土配套及国际协作体系，形成专业化的配套供应链；大力发展大众化消费游艇 2022年

《闽西革命老区高质量发展示范区建设方案》 支持发展户外运动产业 2022年 《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系 的意见》

推动户外运动装备器材便利化运输。鼓励户外运动装备制造企业向服务业延伸发展 2021年 《全民健身计划(2021—2025年)》 促进体旅融合，通过普及推广冰雪、山地户外、航空、水上、马拉松、自行车、汽车摩托车等户外运动项目，催生更多新产品、新业态、新模式

2021年 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》 扩大体育消费，发展健身休闲、户外运动等体育产业 2021年 《“十四五”旅游业发展规划》 推进自驾车旅居车旅游，形成网络化的营地服务体系和比较完整的自驾车旅居车旅游产业链

；推动游艇消费大众化发展，建设一批适合大众消费的游艇示范项目 2021年 《商务部等17部门关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》

鼓励客栈提供文旅服务，发展乡村民宿、自驾车旅居车营地、木屋营地、帐篷营地等

2021年 《“十四五”体育发展规划》 提出编制户外运动产业发展规划，重点发展冰雪、山地户外、水上、汽车摩托车等户外运动产业 2021年

《冰雪旅游发展行动计划(2021—2023年)》 推动滑雪板等体育器材装备的公路、铁路、水运、民航便利化运输。推动国家级、省级冰雪旅游风景道与服务体系建设。支持围绕冰雪旅游目的地打造自驾游营地

资料来源：观研天下数据中心整理

四、户外运动群体年轻化趋势明显，消费能力强，传播影响力大

户外运动行业的年轻化趋势是一个显著的市场现象，这主要得益于年轻人对于健康生活方式的追求以及对新鲜事物的探索欲望。根据小红书发布的《2023 户外生活趋势报告》显示，户外已逐步走向年轻化、生活化、全民化，成为越来越多人新的生活方式。报告指出，年轻人是户外大军中的主力军，但是中老年人和未成年人参与人数也可观，在小红书户外日活中

19-30 岁的用户占比近 50%；31-40 岁的用户占到 20%；超过 40 岁的人群以及 18 岁以下的未成年人占比分别为 10%和 9%。《2024 春夏淘宝天猫运动户外行业趋势白皮书》显示，18-29 岁年轻人群在运动户外市场中的占比接近4成，且年轻人在户外活动中更倾向于娱乐社交、增长见识，精神追求和社交属性更强。此外，年轻人群在户外运动方面的消费能力也在不断提升。《2022 年中国年轻人群运动发展白皮书》显示，中国年轻人群在运动方面的平均年消费达到 7,237.6 元，其中 18.1%的人年消费达到 1 万元以上。这一消费水平的提升，反映了年轻人对于户外运动的重视和愿意为此投入的意愿。年轻人群作为户外运动市场的消费主力军，不仅在数量上占据优势，而且在消费行为和选择上也展现出年轻化的趋势，他们的参与和消费行为对户外运动行业的发展起到了重要的推动作用。

数据来源：《2023 户外生活趋势报告》、观研天下数据中心整理（wys）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国 户外用品行业发展现状分析与投资前景预测报告（2023-2030）》

》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。

更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国 户外用品行业发展概述

第一节 户外用品行业发展情况概述

一、 户外用品行业相关定义

二、 户外用品特点分析

三、 户外用品行业基本情况介绍

四、	户外用品行业经营模式
1、生产模式	
2、采购模式	
3、销售/服务模式	
五、	户外用品行业需求主体分析
第二节 中国	户外用品行业生命周期分析
一、	户外用品行业生命周期理论概述
二、	户外用品行业所属的生命周期分析
第三节	户外用品行业经济指标分析
一、	户外用品行业的赢利性分析
二、	户外用品行业的经济周期分析
三、	户外用品行业附加值的提升空间分析
第二章 2019-2023年全球	户外用品行业市场发展现状分析
第一节 全球	户外用品行业发展历程回顾
第二节 全球	户外用品行业市场规模与区域分布情况
第三节 亚洲	户外用品行业地区市场分析
一、亚洲	户外用品行业市场现状分析
二、亚洲	户外用品行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲	户外用品行业市场前景分析
第四节 北美	户外用品行业地区市场分析
一、北美	户外用品行业市场现状分析
二、北美	户外用品行业市场规模与市场需求分析
三、北美	户外用品行业市场前景分析
第五节 欧洲	户外用品行业地区市场分析
一、欧洲	户外用品行业市场现状分析
二、欧洲	户外用品行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲	户外用品行业市场前景分析
第六节 2024-2031年世界	户外用品行业分布走势预测
第七节 2024-2031年全球	户外用品行业市场规模预测
第三章 中国	户外用品行业产业发展环境分析
第一节 我国宏观经济环境分析	
第二节 我国宏观经济环境对	户外用品行业的影响分析
第三节 中国	户外用品行业政策环境分析
一、行业监管体制现状	
二、行业主要政策法规	

三、主要行业标准

第四节 政策环境对

户外用品行业的影响分析

第五节 中国

户外用品行业产业社会环境分析

第四章 中国

户外用品行业运行情况

第一节 中国

户外用品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国

户外用品行业市场规模分析

一、影响中国

户外用品行业市场规模的因素

二、中国

户外用品行业市场规模

三、中国

户外用品行业市场规模解析

第三节 中国

户外用品行业供应情况分析

一、中国

户外用品行业供应规模

二、中国

户外用品行业供应特点

第四节 中国

户外用品行业需求情况分析

一、中国

户外用品行业需求规模

二、中国

户外用品行业需求特点

第五节 中国

户外用品行业供需平衡分析

第五章 中国

户外用品行业产业链和细分市场分析

第一节 中国

户外用品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、

户外用品行业产业链图解

第二节 中国

户外用品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对

户外用品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对

户外用品行业的影响分析

第三节 我国

户外用品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国

户外用品行业市场竞争分析

第一节 中国

户外用品行业竞争现状分析

一、中国

户外用品行业竞争格局分析

二、中国	户外用品行业主要品牌分析
第二节 中国	户外用品行业集中度分析
一、中国	户外用品行业市场集中度影响因素分析
二、中国	户外用品行业市场集中度分析
第三节 中国	户外用品行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征	
二、企业规模分布特征	
三、企业所有制分布特征	
第七章 2019-2023年中国	户外用品行业模型分析
第一节 中国	户外用品行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理	
二、供应商议价能力	
三、购买者议价能力	
四、新进入者威胁	
五、替代品威胁	
六、同业竞争程度	
七、波特五力模型分析结论	
第二节 中国	户外用品行业SWOT分析
一、SOWT模型概述	
二、行业优势分析	
三、行业劣势	
四、行业机会	
五、行业威胁	
六、中国	户外用品行业SWOT分析结论
第三节 中国	户外用品行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述	
二、政策因素	
三、经济因素	
四、社会因素	
五、技术因素	
六、PEST模型分析结论	
第八章 2019-2023年中国	户外用品行业需求特点与动态分析
第一节 中国	户外用品行业市场动态情况
第二节 中国	户外用品行业消费市场特点分析
一、需求偏好	

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节

户外用品行业成本结构分析

第四节

户外用品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国

户外用品行业价格现状分析

第六节 中国

户外用品行业平均价格走势预测

一、中国

户外用品行业平均价格趋势分析

二、中国

户外用品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国

户外用品行业所属行业运行数据监测

第一节 中国

户外用品行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国

户外用品行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国

户外用品行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国

户外用品行业区域市场现状分析

第一节 中国

户外用品行业区域市场规模分析

一、影响

户外用品行业区域市场分布的因素

二、中国

户外用品行业区域市场分布

第二节 中国华东地区

户外用品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区

户外用品行业市场分析

(1) 华东地区	户外用品行业市场规模
(2) 华东地区	户外用品行业市场现状
(3) 华东地区	户外用品行业市场规模预测
第三节 华中地区市场分析	
一、华中地区概述	
二、华中地区经济环境分析	
三、华中地区	户外用品行业市场分析
(1) 华中地区	户外用品行业市场规模
(2) 华中地区	户外用品行业市场现状
(3) 华中地区	户外用品行业市场规模预测
第四节 华南地区市场分析	
一、华南地区概述	
二、华南地区经济环境分析	
三、华南地区	户外用品行业市场分析
(1) 华南地区	户外用品行业市场规模
(2) 华南地区	户外用品行业市场现状
(3) 华南地区	户外用品行业市场规模预测
第五节 华北地区	户外用品行业市场分析
一、华北地区概述	
二、华北地区经济环境分析	
三、华北地区	户外用品行业市场分析
(1) 华北地区	户外用品行业市场规模
(2) 华北地区	户外用品行业市场现状
(3) 华北地区	户外用品行业市场规模预测
第六节 东北地区市场分析	
一、东北地区概述	
二、东北地区经济环境分析	
三、东北地区	户外用品行业市场分析
(1) 东北地区	户外用品行业市场规模
(2) 东北地区	户外用品行业市场现状
(3) 东北地区	户外用品行业市场规模预测
第七节 西南地区市场分析	
一、西南地区概述	
二、西南地区经济环境分析	
三、西南地区	户外用品行业市场分析

(1) 西南地区	户外用品行业市场规模
(2) 西南地区	户外用品行业市场现状
(3) 西南地区	户外用品行业市场规模预测
第八节 西北地区市场分析	
一、西北地区概述	
二、西北地区经济环境分析	
三、西北地区	户外用品行业市场分析
(1) 西北地区	户外用品行业市场规模
(2) 西北地区	户外用品行业市场现状
(3) 西北地区	户外用品行业市场规模预测
第十一章	户外用品行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节 企业	
一、企业概况	
二、主营产品	
三、运营情况	
1、主要经济指标情况	
2、企业盈利能力分析	
3、企业偿债能力分析	
4、企业运营能力分析	
5、企业成长能力分析	
四、公司优势分析	
第二节 企业	
一、企业概况	
二、主营产品	
三、运营情况	
四、公司优劣势分析	
第三节 企业	
一、企业概况	
二、主营产品	
三、运营情况	
四、公司优势分析	
第四节 企业	
一、企业概况	
二、主营产品	
三、运营情况	

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国

户外用品行业发展前景分析与预测

第一节 中国

户外用品行业未来发展前景分析

一、

户外用品行业国内投资环境分析

二、中国

户外用品行业市场机会分析

三、中国	户外用品行业投资增速预测
第二节 中国	户外用品行业未来发展趋势预测
第三节 中国	户外用品行业规模发展预测
一、中国	户外用品行业市场规模预测
二、中国	户外用品行业市场规模增速预测
三、中国	户外用品行业产值规模预测
四、中国	户外用品行业产值增速预测
五、中国	户外用品行业供需情况预测
第四节 中国	户外用品行业盈利走势预测
第十三章 2024-2031年中国	户外用品行业进入壁垒与投资风险分析
第一节 中国	户外用品行业进入壁垒分析
一、	户外用品行业资金壁垒分析
二、	户外用品行业技术壁垒分析
三、	户外用品行业人才壁垒分析
四、	户外用品行业品牌壁垒分析
五、	户外用品行业其他壁垒分析
第二节	户外用品行业风险分析
一、	户外用品行业宏观环境风险
二、	户外用品行业技术风险
三、	户外用品行业竞争风险
四、	户外用品行业其他风险
第三节 中国	户外用品行业存在的问题
第四节 中国	户外用品行业解决问题的策略分析
第十四章 2024-2031年中国	户外用品行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国	户外用品行业研究综述
一、行业投资价值	
二、行业风险评估	
第二节 中国	户外用品行业进入策略分析
一、行业目标客户群体	
二、细分市场选择	
三、区域市场的选择	
第三节	户外用品行业营销策略分析
一、	户外用品行业产品策略
二、	户外用品行业定价策略
三、	户外用品行业渠道策略

四、 户外用品行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202411/733037.html>