

# 2014-2020年中国户外服装 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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2014-2020年中国户外服装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/fuzhuang1410/F74382FEX3.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】2014-10-22

【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《2014-2020年中国户外服装市场分析与投资前景研究报告》共十二章。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。

户外服装是指进行户外活动时的着装。野外环境复杂多变，为抵御恶劣环境对人体的伤害，保护身体热量不被散失以及快速排出运动时所产生的汗水，在登山、攀岩及其他户外运动时，应该做到分层着装。所谓的分层着装是指在户外运动中穿着不同材质的衣服，以适应野外各种天气变化对人体所带来的影响。

中国纺织品商业协会发布的《中国户外用品市场2012年度调查报告》显示，2012年国内外品牌零售额达145亿元，同比增长34.94%。而2012年我国纺织服装企业整体增速只有5%左右。

因此，安踏、李宁等国内知名服装品牌也开始纷纷推出自己的户外用品，而国外传统户外品牌更是期望能在这个年轻的市场中分一杯羹。据统计，目前国内有400余个专业户外品牌，连锁店接近2000家，如果加上电商，这个数字还会更大。

户外服装市场看好，致使快钱涌入，质量难保，特别是在没有产品积淀、没有制造经验的一些厂商快速转产，更难保证产品质量。据了解，对于户外服装的标准建立，有关部门已经开始行动。在户外服装标准尚未建立或健全时，看来唯一能够让消费者对质量给予信任和放心的还只能是产品的“品牌”和企业的“信誉”。

随着人民收入以及城镇化水平的提高，特别是“亲近自然的绿色生活方式”观念的不断深入人心，户外用品消费市场将日趋活跃，不断扩大。同时，户外用品行业与旅游行业密切相关，旅游行业的发展必将大幅拉动户外用品产业的成长。

## 报告目录：

### 第一章 全球户外服装行业发展概述 13

#### 第一节 户外服装行业定义及分类 13

##### 一、行业概念及定义 13

##### 二、行业发展周期性 14

#### 第二节 全球户外服装行业现状 15

一、全球户外服装行业发展概况	15
二、全球户外服装行业发展特征	17
三、全球户外服装行业发展规模	17
四、全球户外服装行业发展趋势	18
第三节 主要地区户外服装行业发展经验	19

一、欧洲	19
二、美国	20
三、日韩	21

#### 第四节 国外主要户外服装品牌分析 21

一、哥伦比亚(COLUMBIA)	21
二、乐斯菲斯/北面 (TNF)	21
三、土拔鼠(MARMOT)	22
四、始祖鸟(ARC“;TERYX)	22
五、狼爪 (JackWolfskin)	22
六、沙乐华 (SALEWA)	22
七、布莱亚克 (BLACK YAK)	22
八、诺诗兰 (NORTHLAND)	23
九、猛犸象(MAMMUT)	23
十、乐飞叶(LAFUMA)	23

## 第二章 中国户外服装行业发展背景分析 24

### 第一节 户外服装行业政策环境分析 24

一、行业主管部门及管理体制	24
二、行业相关政策	24
(一)《中华人民共和国反不正当竞争法》	24
(二)《中华人民共和国消费者权益保护法》	24
(三)《中华人民共和国产品质量法》	25
(四)《零售商促销行为管理办法》	25
(五)《零售商供应商公平交易管理办法》	25
(六)《商业特许经营管理条例》	25
(七)《国务院关于加快发展服务业的若干意见》	25
(八)《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》	26

(九) 《服装生产企业安全生产标准化评定标准》	26
三、相关产业发展规划	26
(一) 《产业用纺织品“十二五”发展规划》	26
(二) 《纺织工业“十二五”发展规划》	27
(三) 《化纤工业“十二五”发展规划》	28
第二节 户外服装行业经济环境分析	29
一、2013年中国GDP增长情况分析	29
二、2013年工业经济发展形势分析	30
三、2013年社会固定资产投资分析	32
四、2013年全社会消费品零售总额	33
五、2013年对外贸易发展形势分析	34
第三节 户外服装行业社会环境分析	35
一、我国人口年龄结构	35
二、城乡居民收入情况	37
三、居民消费水平与结构	38
第四节 国内旅游业发展态势	39
一、居民旅游市场规模分析	39
(一) 中国居民旅游人数规模	39
(二) 国内居民旅游花费总额	39
(三) 城镇居民国内旅游情况	40
(四) 农村居民国内旅游情况	40
二、入境旅游市场规模分析	41
(一) 入境游客人数规模分析	41
(二) 入境旅游收入规模分析	43
(三) 入境旅游客源分布情况	44
(1) 客源结构分析	44
(2) 客源入境方式	45
(3) 入境旅游目的	47
(4) 年龄及性别结构	49
(四) 入境旅游过夜游客数	50
三、国内出境旅游市场分析	51
(一) 居民出境旅游人数分析	51

(二) 因私出境旅游人数分析 51

(三) 赴日旅游市场状况分析 52

(四) 赴台旅游市场状况分析 52

第五节 户外运动市场发展分析 53

一、户外运动发展概况 53

二、户外运动类型分析 53

三、户外运动人数规模 56

四、户外运动特征分析 57

第三章 中国户外服装行业原料市场分析 59

第一节 服装面料市场发展分析 59

一、纺织行业发展概况 59

二、纺织行业发展现状 60

三、服装面料市场情况 61

四、服装面料价格分析 64

第二节 服装辅料市场发展分析 64

一、纽扣市场发展分析 64

二、拉链市场发展分析 65

三、衬料市场发展分析 66

四、里料市场发展分析 68

第三节 缝纫机械市场发展分析 69

一、缝纫机械行业概况 69

二、缝纫机械行业规模 70

三、缝纫机械发展前景 71

四、缝纫机械价格分析 71

第四章 中国户外服装行业发展状况分析 73

第一节 中国户外服装行业发展总体状况分析 73

一、中国户外服装行业发展概况 73

二、中国户外服装行业总体特征 73

三、中国户外服装行业发展影响因素 74

(一) 行业发展的驱动因素分析 74

(二) 行业发展的制约因素分析 75

第二节 中国户外服装行业运营状况分析 76

一、户外服装行业企业规模分析 76

二、户外服装行业市场规模分析 77

三、户外服装行业市场结构分析 77

四、户外服装行业盈利水平分析 77

第三节 中国户外服装行业竞争状况分析 78

一、现有竞争者分析 78

二、潜在进入者分析 78

三、替代品威胁分析 79

四、供应商议价能力分析 79

五、客户议价能力分析 80

第五章 中国户外服装消费市场分析 81

第一节 户外服装消费人群分析 81

一、国内居民收入消费水平 81

二、户外服装消费人群分布 81

三、户外服装消费人群年龄 82

四、户外服装消费群体特征 82

第二节 户外服装消费行为分析 83

一、户外服装消费总体情况 83

二、户外服装购买渠道情况 83

三、户外服装品牌偏好分析 83

四、户外服装消费地域差异 84

第三节 户外服装消费影响因素 84

一、质量 84

二、品牌 84

三、价格 85

四、材质 85

五、渠道 86

第六章 中国户外服装营销渠道分析 87

## 第一节 户外服装商场营销分析 87

### 一、户外服装商场营销现状 87

### 二、户外服装商场发展规模 87

### 三、户外服装商场竞争分析 88

### 四、户外服装商场发展潜力 89

## 第二节 户外服装专卖店营销分析 89

### 一、户外服装专卖店营销现状 89

### 二、户外服装专卖店发展规模 90

### 三、户外服装专卖店竞争分析 91

### 四、户外服装专卖店发展潜力 92

## 第三节 户外服装展会营销分析 92

### 一、户外服装展会营销现状 92

### 二、户外服装展会发展优势 93

### 三、户外服装主要展会分析 95

## 第七章 户外服装营销策略分析 98

### 第一节 产品策略分析 98

#### 一、户外服装市场定位 98

#### 二、户外服装组合策略 99

#### 三、户外服装开发策略 99

### 第二节 品牌策略分析 101

#### 一、户外服装品牌构建分析 101

#### 二、户外服装品牌竞争分析 103

#### 三、户外服装品牌战略分析 104

### 第三节 价格策略分析 107

#### 一、户外服装价格影响因素 107

#### 二、户外服装定价方法分析 109

#### 三、户外服装定价策略分析 111

### 第四节 渠道策略分析 114

#### 一、户外服装渠道扩张策略 114

#### 二、户外服装传统渠道策略 116

#### 三、户外服装网络渠道策略 118



## 第五节 促销策略分析 121

一、户外服装促销成功因素 121

二、户外服装促销方式选择 122

三、户外服装促销效果分析 125

## 第八章 中国户外服装电子商务分析 127

### 第一节 户外服装电子商务SWOT分析00 127

一、户外服装电商发展优势分析 127

二、户外服装电商发展劣势分析 127

三、户外服装电商发展机遇分析 127

四、户外服装电商发展威胁分析 128

### 第二节 户外服装电子商务发展状况 128

一、户外服装电商渠道数量 128

二、户外服装电商用户分析 128

三、户外服装电商成本分析 129

四、户外服装电商盈利模式 130

五、户外服装电商交易模式 131

(一) B2B模式 131

(二) B2C模式 131

(三) C2C模式 133

### 第三节 户外服装电子商务发展模式 135

一、进驻电商平台模式 135

(一) 平台服装电商市场概况 135

(二) 平台服装电商的优劣势 136

(三) 平台服装电商成本分析 136

(四) 平台服装电商盈利模式 136

二、垂直电商模式分析 137

(一) 垂直服装电商市场概况 137

(二) 垂直服装电商的优劣势 137

(三) 垂直服装电商成本分析 137

(四) 垂直服装电商盈利分析 138

三、自建网站直营模式 138

(一)	自建网站直营市场概况	138
(二)	自建网站直营的优劣势	138
(三)	自建网站直营成本分析	138
(四)	自建网站直营盈利分析	139
第四节	户外服装电商平台分析	139
一、	淘宝/天猫	139
二、	京东商城	140
三、	如此网	141
四、	互联诚品户外商城	141
五、	户外营网上商城	141
六、	8264驴友商城	143
第五节	主要户外服装品牌电商发展情况	144
一、	探路者	144
二、	百足氏	144
三、	极星	145
四、	始祖鸟	145
五、	哥伦比亚	145
六、	北面	146
第九章	中国户外服装行业供应链管理分析	147
第一节	户外服装行业供应链管理概述	147
一、	户外服装行业物流链管理分析	147
(一)	户外服装行业物流链管理特点	147
(二)	户外服装行业物流链管理方法	148
(三)	户外服装行业物流链管理策略	151
二、	户外服装行业信息链管理分析	153
(一)	户外服装行业信息链管理模式	153
(二)	户外服装行业信息链管理方法	153
(三)	户外服装行业信息链管理策略	157
三、	户外服装行业资金链管理分析	157
(一)	户外服装行业资金链管理特点	157
(二)	户外服装行业资金链管理方法	158

(三) 户外服装行业资金链管理策略	159
第二节 户外服装供应链环节管理分析	160
一、户外服装原料采购环节管理分析	160
二、户外服装产品设计环节管理分析	161
三、户外服装产品生产环节管理分析	162
四、户外服装品牌营销环节管理分析	163
第三节 电商环境下户外服装行业供应链管理	164
一、电商对供应链管理影响分析	164
二、电商环境下供应链管理瓶颈	165
三、电商环境下供应链管理策略	166

## 第十章 中国户外服装行业重点品牌分析 168

### 第一节 中国主要户外服装品牌竞争格局 168

### 第二节 中国主要户外服装品牌发展分析 173

#### 一、探路者(TOREAD) 173

    (一) 品牌基本情况 173

    (二) 品牌定位分析 173

    (三) 品牌渠道建设 175

    (四) 品牌发展战略 176

#### 二、奥索卡(Ozark) 176

    (一) 品牌基本情况 176

    (二) 品牌定位分析 177

    (三) 品牌渠道建设 177

    (四) 品牌发展战略 180

#### 三、牧高笛(Mobigarden) 182

    (一) 品牌基本情况 182

    (二) 品牌定位分析 182

    (三) 品牌渠道建设 183

    (四) 品牌发展战略 183

#### 四、凯乐石(KAILAS) 184

    (一) 品牌基本情况 184

    (二) 品牌定位分析 184

- (三) 品牌渠道建设 185
- (四) 品牌发展战略 185
- 五、极星(Shehe) 186
  - (一) 品牌基本情况 186
  - (二) 品牌定位分析 187
  - (三) 品牌渠道建设 187
  - (四) 品牌竞争优势 187
- 六、龙鸟(SinTeryx) 188
  - (一) 品牌基本情况 188
  - (二) 品牌定位分析 188
  - (三) 品牌渠道建设 189
- 七、哥仑步(Kolumb) 189
  - (一) 品牌基本情况 189
  - (二) 品牌定位分析 189
  - (三) 品牌渠道建设 190
  - (四) 品牌发展战略 191
- 八、凯图巅峰(k2summit) 193
  - (一) 品牌基本情况 193
  - (二) 品牌定位分析 194
  - (三) 品牌渠道建设 194
  - (四) 品牌发展战略 194
- 九、日高(NIKKO) 195
  - (一) 品牌基本情况 195
  - (二) 品牌主要产品 195
  - (三) 品牌渠道建设 196
- 十、康健(KINGCAMP) 196
  - (一) 品牌基本情况 196
  - (二) 品牌定位分析 197
  - (三) 品牌渠道建设 197
  - (四) 品牌发展战略 198
- 十一、阿珂姆(ACME) 199
  - (一) 品牌基本情况 199

- (二) 品牌定位分析 200
- (三) 品牌渠道建设 200
- (四) 品牌发展战略 201
- 十二、雪狼 ( Snowwolf ) 201
  - (一) 品牌基本情况 201
  - (二) 品牌定位分析 201
  - (三) 品牌发展理念 201
  - (四) 品牌发展历程 202
- 十三、卡瓦格博 ( Kawadgarbo ) 202
  - (一) 品牌基本情况 202
  - (二) 品牌技术分析 203
  - (三) 品牌渠道建设 204
  - (四) 品牌特点分析 204
- 十四、普尔兰德(PURELAND) 204
  - (一) 品牌基本情况 204
  - (二) 品牌故事分析 205
  - (三) 品牌渠道建设 206
  - (四) 品牌产品系列 207
- 十五、思凯乐 ( SCALER ) 208
  - (一) 品牌基本情况 208
  - (二) 品牌定位分析 208
  - (三) 品牌渠道建设 208
  - (四) 品牌发展战略 209
- 十六、慕士塔格 ( Muztaga ) 209
  - (一) 品牌基本情况 209
  - (二) 品牌定位分析 210
  - (三) 品牌渠道建设 211
  - (四) 品牌生产科技 211

## 第十一章 2014-2020年中国户外服装行业发展前景与投资分析 213

### 第一节 中国户外服装行业发展趋势分析 213

#### 一、户外服装行业竞争趋势分析 213

二、户外服装行业需求趋势分析	213
三、户外服装行业产品趋势分析	214
四、户外服装应用市场发展趋势分析	214
第二节 中国户外服装行业发展前景预测	214
一、中国户外服装行业市场规模预测	214
二、中国户外服装行业需求前景预测	215
三、中国户外服装行业盈利能力预测	215
第三节 中国户外服装行业机会及建议	216
一、中国户外服装行业投资特性分析	216
（一）户外服装行业进入壁垒分析	216
1) 品牌壁垒	216
2) 技术壁垒	216
3) 渠道壁垒	216
4) 企业管理能力	216
5) 供应链整合管理能力	217
（二）户外服装行业发展模式分析	217
1) 销售渠道分析	217
2) 商业模式分析	217
（三）户外服装行业盈利因素分析	217
二、中国户外服装行业投资机会分析	218
（一）中国户外服装行业投资现状分析	218
（二）中国户外服装行业投资机会分析	218
三、中国户外服装行业投资风险警示	219
（一）户外服装政策标准风险	219
（二）户外服装行业竞争风险	219
（三）户外服装行业库存风险	219
（四）户外服装行业宏观经济风险	220
（五）户外服装行业关联产业风险	220
（六）商标被侵权及产品被仿制风险	220

## 第十二章 博思数据关于户外服装行业总结及企业重点客户管理建议 221

### 第一节 户外服装行业企业问题总结 221

第二节 户外服装企业应对策略	222
一、把握国家投资的契机	222
二、竞争性战略联盟的实施	223
三、户外服装企业发展对策	224
第三节 户外服装市场的重点客户战略实施	224
一、实施重点客户战略的必要性	224
二、企业重点客户的鉴别与确定	227
三、企业重点客户的开发与培育	228
四、实施重点客户战略要需解决的问题	232
五、企业重点客户的市场营销策略分析	237

图表目录：

图表 1 行业生命周期图	15
图表 2 商场店户外服装购买者类型占比	17
图表 3 2007-2012年全球户外服装市场规模及其增长趋势图	18
图表 4 欧洲户外市场产品类别占有率	20
图表 5 美国户外服装市场格局	20
图表 6 2013年国内生产总值构成及增长速度统计	30
图表 7 2009-2013年中国国内生产总值及增长变化趋势图	30
图表 8 2013年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图	31
图表 9 2013年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速	32
图表 10 2009-2013年中国全社会固定资产投资增长趋势图	33
图表 11 2009-2013年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	34
图表 12 2009-2013年中国进出口总额增长趋势图	35
图表 13 2006-2012年中国人口数量及增长率变化趋势图	35
图表 14 2012年中国人口数量及其构成情况统计	36
图表 15 2012年末中国各年龄段人口比重	36
图表 16 2009-2013年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	37
图表 17 2009-2013年农村居民人均纯收入及增长趋势图	38
图表 18 2012-2013年中国居民消费价格月度变化趋势图	38
图表 19 2006-2012年中国国内旅游人数统计	39
图表 20 2006-2012年中国国内旅游花费统计	39

图表 21 2006-2012年中国城镇居民旅游花费统计 40

图表 22 2006-2012年国内农村居民旅游花费统计 40

图表 23 2007-2012年外国入境游各国家和地区人数规模统计 41

图表 24 2012-2013年入境旅游接待人数情况 42

图表 25 2007-2013年入境旅游人数统计 43

图表 26 2012年中国入境旅游各大洲人数份额图 43

图表 27 2012-2013年入境旅游接待收汇情况 43

图表 28 2007-2013年中国入境旅游外汇收入规模增长趋势图 44

图表 29 2012年入境旅游主要客源结构情况 44

图表 30 2013年入境旅游主要客源结构情况 45

图表 31 2012年入境旅游入境方式情况 46

图表 32 2012年入境旅游外国人人数（按目的分） 47

图表 33 2012年入境旅游外国人年龄及性别结构 49

图表 34 2012-2013年入境旅游过夜游客数统计 50

图表 35 2006-2012年中国出境旅游人数统计 51

图表 36 2007-2012年中国因私出境人数统计 52

图表 37 2008-2012年中国赴日旅游人数统计 52

图表 38 2007-2012年国内户外运动人数规模及增长趋势图 57

图表 39 2012-2013年中国纺织行业经济指标统计 59

图表 40 2012-2013年中国缝纫机械制造业经济指标统计 69

图表 41 2008-2012年工业缝纫机市场规模统计 70

图表 42 2011-2012年国内市场户外服装及用品品牌数量统计 76

图表 43 2007-2012年中国户外服装市场规模增长趋势图 77

图表 44 国内户外服装行业品牌份额结构图 77

图表 45 主要户外服装品牌的技术及材质特点 85

图表 46 2007-2012年户外服装商场数量规模 87

图表 47 2012年户外服装及用品商场数量排行榜 88

图表 48 2007-2012年户外服装及用品专卖店数量规模 90

图表 49 2012年户外服装及用品专卖店数量排行榜 91

图表 50 中国户外行业品牌金字塔 104

图表 51 返券促销与其他方式的比较 123

图表 52 2007-2012年中国户外服装电子商务渠道数量统计 128



图表 53 2010-2012年服装网购用户数及渗透率变化趋势图 129

图表 54 户外服装电子商务成本构成 129

图表 55 中国服装B2C模式分类示意图 132

图表 56 2010-2012年中国服装B2C网络购物市场规模统计 133

图表 57 2012年中国B2C服装网络购物企业市场分布 133

图表 58 2010-2012年中国C2C服装网络购物市场规模统计 134

图表 59 平台型电子商务企业的盈利模式 137

图表 60 2012年国内服装网络广告投放前五位 138

图表 61 国内服装类重点上市公司电子商务运营情况 139

图表 62 淘宝/天猫主要户外品牌 140

图表 63 淘宝/天猫主要户外运动用品种类 140

图表 64 互联诚品户外商城经营的主要品牌 141

图表 65 户外服装行业供应链 148

图表 66 户外服装供应链供应流程 151

图表 67 户外服装供应链生产延迟策略 152

图表 68 户外服装供应链合作伙伴关系 153

图表 69 直链式信息传递模式图 154

图表 70 直链式跨级信息传递模式图 155

图表 71 网状信息传递模式图 155

图表 72 集成式信息流运作模式图 156

图表 73 户外服装企业采购流程图 161

图表 74 户外服装企业生产流程 163

图表 75 户外服装企业营销流程 164

图表 76 奥索卡线上销售排名前五的区域 178

图表 77 奥索卡网上旗舰店销售情况 179

图表 78 奥索卡线上商城销售情况 179

图表 79 奥索卡网络搜索热度情况 180

图表 80 凯乐石赞助队员情况 186

图表 81 哥仑布直营店铺分布情况 190

图表 82 凯图巅峰的营销网络建设情况 194

图表 83 KingCamp营销网点分布图 198

图表 84 普尔兰德营销网络图 207

图表 85 天津普尔兰德旅游装备有限公司产品介绍 207

图表 86 慕士塔格 ( Muztaga ) 典型性产品价格表 211

图表 87 2014-2020年中国户外服装市场规模预测趋势图 215

图表 88 中国户外品牌资本市场投资情况 218

图表 89 户外服装行业重点客户管理与企业战略规划

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/fuzhuang1410/F74382FEX3.html>