

2024-2030年中国户外装备 行业分析与投资前景预测报告

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

《2024-2030年中国户外装备行业分析与投资前景预测报告》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/202311/423606.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国户外装备行业分析与投资前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章 户外装备行业发展概况 第一节 产品发展概况 一、产品概述 二、产品性能 三、产品用途 第二节 户外装备行业政策环境分析 一、产业相关政策分析 二、上下游产业政策影响 三、进出口政策影响分析 第二章 户外装备发展环境及政策分析 第一节 行业经济环境分析 一、国民经济运行情况GDP 二、消费价格指数CPI、PPI 三、全国居民收入情况 四、恩格尔系数 五、工业发展形势 第二节 行业政策发展环境分析 第三节 行业社会环境分析 第四节 行业技术环境分析 第三章 中国户外装备市场供需分析 第一节 中国户外装备市场供给状况 一、中国户外装备产量分析 二、中国户外装备产量预测 第二节 中国户外装备市场需求状况 一、中国户外装备需求分析 二、中国户外装备需求预测 第三节 户外装备区域市场需求分析 一、华东地区市场需求分析 二、华北地区市场需求分析 三、东北地区市场需求分析 四、华南地区市场需求分析 五、华中地区市场需求分析 六、西部地区市场需求分析 第四节 中国户外装备市场价格状况 一、中国户外装备价格分析 二、中国户外装备价格预测 第四章 户外装备行业相关产业分析 第一节 户外装备行业产业链概述 第二节 户外装备上游产业发展状况分析 一、纺织 1、原材料生产情况分析 2、原材料价格走势分析 3、原材料行业发展趋势 二、钢铁 1、原材料生产情况分析 2、原材料价格走势分析 3、原材料行业发展趋势 第三节 户外装备下游产业发展情况分析 一、外销 OEM/ODM 业务 1、行业发展现状概况 2、行业生产情况分析 3、行业需求状况分析 4、行业需求前景分析 二、自主品牌业务 1、行业发展现状概况 2、行业生产情况分析 3、行业需求状况分析 4、行业需求前景分析 第五章 户外装备进出口数据分析 第一节 户外装备进口分析 一、户外装备进口数量情况 二、户外装备进口金额分析 三、户外装备进口来源分析 四、户外装备进口价格分析 第二节 户外装备出口分析 一、户外装备出口数量情况 二、户外装备出口金额分析 三、户外装备出口流向分析 四、户外装备出口价格分析 第三节 户外装备进出口趋势预测 第六章 中国户外装备行业竞争格局及战略分析 第一节 中国户外装备行业竞争结构分析 一、行业现有企业间的竞争 二、行业新进入者威胁分析 三、替代产品或服务的威胁 四、上游供应商讨价还价能力 五、下游用户讨价还价的能力 第二节 中国户外装备行业竞争力分析 一、品牌竞争分析 二、成本竞争分析 三、价格竞争分析 四、技术竞争分析 第三节 户外装备企业投资兼并与重组分析 一、国内企业兼并重组发展态势 二、国内户外装备企业兼并与重组 三、国内户外装备企业并购整合风险 四、户外装备行业并购与重组

对策建议 第四节 户外装备企业资本市场运作建议 一、户外装备企业兼并及收购建议 二、户外装备企业融资方式选择建议 三、户外装备企业海外市场运作建议 第七章 户外装备主要生产厂商竞争力分析 第一节 探路者 一、企业发展基本情况 二、企业主要经济指标 三、企业偿债能力分析 四、企业盈利能力分析 五、企业运营能力分析 第二节 北京土拨鼠 一、企业发展基本情况 二、企业主要经济指标 三、企业偿债能力分析 四、企业盈利能力分析 五、企业运营能力分析 第三节 广东日高 一、企业发展基本情况 二、企业主要经济指标 三、企业偿债能力分析 四、企业盈利能力分析 五、企业运营能力分析 第四节 广东骆驼 一、企业发展基本情况 二、企业主要经济指标 三、企业偿债能力分析 四、企业盈利能力分析 五、企业运营能力分析 第五节 广东攀能 一、企业发展基本情况 二、企业主要经济指标 三、企业偿债能力分析 四、企业盈利能力分析 五、企业运营能力分析 第六节 福建高登达 一、企业发展基本情况 二、企业主要经济指标 三、企业偿债能力分析 四、企业盈利能力分析 五、企业运营能力分析 第七节 上海始祖鸟 一、企业发展基本情况 二、企业主要经济指标 三、企业偿债能力分析 四、企业盈利能力分析 五、企业运营能力分析 第八节 福建狮牌 一、企业发展基本情况 二、企业主要经济指标 三、企业偿债能力分析 四、企业盈利能力分析 五、企业运营能力分析 第九节 福建大树 一、企业发展基本情况 二、企业主要经济指标 三、企业偿债能力分析 四、企业盈利能力分析 五、企业运营能力分析 第十节 江苏北面 一、企业发展基本情况 二、企业主要经济指标 三、企业偿债能力分析 四、企业盈利能力分析 五、企业运营能力分析 第八章 中国户外装备行业发展趋势与前景分析 第一节 中国户外装备行业投资环境分析 第二节 中国户外装备行业投资前景分析 一、户外装备行业发展前景 二、户外装备发展趋势分析 三、户外装备市场前景分析 第三节 中国户外装备行业投资风险分析 一、产业政策分析 二、原材料风险分析 三、市场竞争风险 四、技术风险分析 第四节 户外装备行业投资策略及建议 第九章 户外装备分销渠道及营销策略分析 第一节 户外装备分销渠道及策略 一、户外装备市场分销模式比较 1、直效分销模式 2、代理经销模式 3、关联营销模式 4、混合营销模式 二、户外装备市场分销渠道策略 1、建立分销体系的必要性 2、工业品企业的渠道战略 3、企业分销商的选择策略 4、制定分销政策考虑要素 5、企业分销管理要点分析 第二节 户外装备市场营销策略分析 一、市场营销主要模式 二、营销步骤信息需求 三、市场营销策略分析 1、产品策略分析 2、市场拓展策略 3、品牌营销策略 4、市场推广策略 5、人员推销策略 6、销售促进策略 第三节 户外装备营销创新策略分析 一、体验营销策略分析 二、关系营销策略分析 三、合作营销策略分析 四、深度营销策略分析 五、越位营销策略分析 六、文化营销策略分析 七、一对一营销策略分析 八、差异化营销策略分析 第十章 户外装备行业风险分析 第一节 政策风险 第二节 市场竞争风险 第三节 经营风险 第四节 汇率风险 第五节 区域风险 第六节 风险投资建议 第十一章 户外装备行业发展前景 第

