

# 市场洞察：露营经济爆发，户外帐篷市场如何抢占年轻消费者心智？

China Outdoor Tent Industry

中国屋外テント業界

报告标签：户外帐篷、年轻化、露营文化、环保意识  
2025年5月13日

Q1：在国家政策驱动以及绿色发展下，户外帐篷行业如何发展来满足多场景应用和消费结构升级的需求？

图表1：中国户外帐篷行业相关政策

| 发布单位       | 政策名称                    | 政策内容                                            |
|------------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| 国家发改委、工信部  | 《关于促进户外休闲产业高质量发展的指导意见》  | 提出新增1,000个户外休闲营地目标，明确组合式帐篷作为主要住宿设施，支持技术创新与品牌培育。 |
| 文旅部等14部门   | 《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》 | 规范露营地建设标准，鼓励“营地+景区”模式，推动帐篷等装备制造升级，明确生态保护要求。     |
| 国家市场监督管理总局 | 《组合式帐篷产品质量标准》           | 规定帐篷材料、结构强度、安全性能等指标，2023年产品合格率提升至85%，强化质量监管。    |
| 商务部        | 《关于优化户外休闲产品进出口管理的通知》    | 取消部分进口关税，为出口企业提供信用保险和融资支持，2023年出口额达15亿美元。       |
| 国家体育总局     | 《休闲露营地建设与服务规范》          | 制定露营地选址、设施配置、安全应急等标准，推动行业标准化建设。                 |
| 生态环境部      | 《关于推动绿色消费的指导意见》         | 要求帐篷采用可降解材料，建立回收体系，2024年可回收帐篷试点项目启动。            |
| 国家林草局      | 《国家森林步道建设规划》            | 规划建设100条森林步道，推动轻量化徒步帐篷等专用产品研发。                  |
| 国家标准化管理委员会 | 《帐篷行业绿色制造评价标准》          | 量化生产能耗、排放指标，要求2026年起新建帐篷工厂碳排放强度下降15%。           |
| 工信部        | 《制造业数字化转型行动计划》          | 支持帐篷企业引入自动化生产线和物联网技术，推动智能帐篷研发（如温控/自动搭建功能）。      |

■ 政策驱动下产业升级聚焦技术智能化与环保可持续协同发展。

国家通过《国家中长期科技发展规划纲要》《体育产业发展规划纲要》等顶层设计，构建了“技术+环保”双轮驱动的产业升级框架。在技术创新维度，行业聚焦碳纤维复合材料、物联网集成系统等智能装备研发，政府通过国际技术合作项目（引入美国The North Face智能温控技术）加速国产装备与全球标准接轨，推动帐篷产品向温湿度自适应调节、远程互联等高端功能演进。与此同时，环保政策倒逼产业革新，欧盟REACH认证体系与碳中和目标形成硬性约束，促使企业开发生物降解聚酯纤维、光伏储能生产系统等绿色技术，建立废旧装备再生利用的循环经济闭环。这种“智能装备突破+绿色材料替代”的协同升级模式，正重塑户外装备产业的技术范式与竞争格局。

中国户外帐篷出货量较多地区为  
**江浙沪、广东**

■ 政策的推动促使市场扩容，多场景应用的拓展与消费结构升级双轨并行。

国家以“露营经济”为抓手，通过文旅部国家级露营地建设与应急救援体系政策，推动帐篷从传统户外向城市微度假、灾害救援等跨场景渗透，形成多维度市场需求。叠加“全民健身计划”释放的户外运动红利，预计2030年超4亿露营人口将催生轻量化、模块化、定制化的消费革命，倒逼企业基于大数据精准洞察家庭亲子、极地科考等细分需求，开发具备温湿度调控、快速收纳等功能的差异化产品。场景边界的消融与消费层级的跃迁相互赋能，重构户外装备市场的增长逻辑。

来源：头豹研究院

Q2：中国户外帐篷市场竞争格局如何？头部企业有哪些？市场份额、产品定位、战略布局等分别是怎样的？

图表2：中国户外帐篷行业市场头部品牌

| 品牌  | 价格        | 市占份额    | 产品特点与定位                                                                                                    | 战略布局                                      | 优势                                     | 劣势                                    |
|-----|-----------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------|
| 北面  | 800-5,000 | 5%-8%   | <ul style="list-style-type: none"><li>• 高端户外装备</li><li>• 帐篷产品涵盖探险帐、露营帐、背包帐和轻量帐，适合注重专业户外探险领域</li></ul>      | 在中国各大城市高端商场和专业户外店设有销售点                    | 品牌知名度高，具有较强研发能力和品牌影响力，在户外装备领域历史悠久，专业性强 | 普通露营帐和背包帐性价比比较低，产品类别和型号相对单一           |
| 凯乐石 | 590-2,000 | 5%-8%   | <ul style="list-style-type: none"><li>• 专业户外领域</li><li>• 专注于专业户外领域，产品主要面向登山、徒步、探险等专业户外爱好者</li></ul>        | 在各大户外产业聚集地设有研发和生产基地，在主要城市开设品牌专卖店          | 具有专业户外领域技术和品牌口碑，产品研发能力强，品牌专业性强         | 产品价格相对较高，在大众消费市场覆盖面较窄，品牌宣传在非专业户外领域不广泛 |
| 牧高笛 | 300-3,000 | 15%-20% | <ul style="list-style-type: none"><li>• 低中高端装备</li><li>• 产品注重实用性，面向大众户外爱好者，同时也有针对专业户外高端产品</li></ul>        | 在各大城市设有线下门店，并积极拓展电商渠道                     | 产品线丰富，能满足不同层次消费者的需求                    | 在国际市场上的知名度相对较低，在高端产品的研发和创新有待提升空间      |
| 骆驼  | 89-1,000  | 10%-15% | <ul style="list-style-type: none"><li>• 覆盖多场景需求</li><li>• 产品涵盖从专业户外探险到日常休闲露营等多种类型</li></ul>                | 线上在主流电商平台开设官方旗舰店；线下依托2000多家覆盖城市核心商圈       | 品牌知名度高，供应链稳定                           | 在高端专业户外帐篷领域不足                         |
| 挪客  | 500-1,500 | 5%-9%   | <ul style="list-style-type: none"><li>• 中低端产品</li><li>• 主要面向年轻的户外爱好者和城市家庭，提供时尚、便捷、高性价比的户外帐篷及相关装备</li></ul> | 以线上电商平台为主要销售渠道，同时在部分城市购物中心和户外用品集合店设有线下体验店 | 产品价格亲民，适应市场需求变化快，线上销售渠道和营销模式成熟         | 在专业户外性能方面不足，产品的耐用性和高端产品的研发能力有待提高      |
| 迪卡侬 | 200-3,000 | 10%     | <ul style="list-style-type: none"><li>• 全产品线</li><li>• 面向大众消费者，提供价格实惠的户外帐篷产品，适合休闲户外场景</li></ul>            | 在各大城市设有大型门店，提供一站式的购物体验                    | 品牌知名度高，门店网络广泛，产品性价比高，售后服务完善            | 在高端专业领域的产品较少，创新性和个性化不足，对于追求专业户外者吸引力有限 |
| 黑鹿  | 300-900   | <5%     | <ul style="list-style-type: none"><li>• 注重创新设计</li><li>• 专注于户外装备领域，定位为专业户外装备制造商</li></ul>                  | 在产品研发上创新较强，参与各类户外运动赛事组织户外体验活动等            | 产品研发能力较强，创新设计在行业内较为突出                  | 知名度在大众消费市场相对有限                        |

来源：头豹研究院

Q3：面对不同年龄段的消费需求和技术创新趋势，企业应如何研发出既能满足个性化需求又能适应多场景应用的户外帐篷产品？

- 年轻消费群体崛起推动户外帐篷向智能化与轻量化发展以满足21至35岁用户的个性化需求。家庭露营需求增长促使企业为36至50岁消费者研发大空间、高品质的帐篷及配套服务。

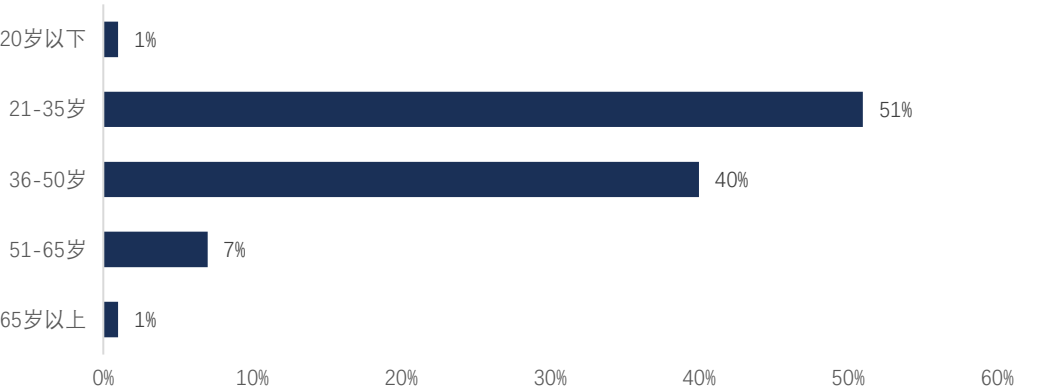
消费主力军集中在21-35岁，年轻人对户外运动和露营有较高热情。他们追求个性化、时尚化和品质化的产品，注重品牌和产品设计。企业应关注这一群体的需求，推出符合他们审美和使用习惯的帐篷产品，例如轻便易携带、多功能、具有时尚外观的帐篷，并通过社交媒体和线上渠道进行营销推广，吸引年轻消费者的关注。36-50岁人群为重要支撑力量，占比40%。他们通常具有一定的经济基础和家庭责任感，对户外活动的参与度较高，更注重产品的品质、实用性和性价比。企业可以针对这一群体推出家庭式、大空间、舒适度高的帐篷产品，同时强调产品的耐用性和安全性，以满足他们与家人一同出行的需求。

针对户外帐篷市场两大主力消费群体（21-35岁年轻群体与36-50岁家庭群体），未来产品研发需深度结合技术趋势与消费需求，构建差异化竞争优势。对年轻群体而言，智能科技与场景化功能集成将成为核心突破口，例如开发搭载温湿度自动调节系统、太阳能充电模块及蓝牙联动功能的帐篷，通过手机APP实现远程环境控制与安全预警，满足其对“科技露营”的追求。同时，轻量化材料（如石墨烯增强尼龙）与仿生折叠结构技术的突破，可将单人帐篷重量降至1公斤以下，配合“一键速开”机械装置和共享经济模式，契合徒步旅行与音乐节等场景的便携需求。此外，国潮元素与赛博朋克视觉设计的融合，结合AR虚拟定制、LED互动屏等社交功能，将推动帐篷从实用装备升级为彰显个性的“社交货币”。

- 技术与场景双轮驱动帐篷创新整合能源自给与数据服务以满足不同年龄段的多样化需求。

面向家庭群体的研发则需聚焦场景化空间拓展与全生命周期服务创新。通过可伸缩侧翼、双层隔热结构及抗风穹顶设计，打造具备卧室-客厅分区、儿童安全舱的复合空间系统，搭配生物基可降解面料与空气净化技术，提升极端环境下的安全性与健康属性。针对家庭需求，地暖防潮垫、无障碍入口等适老化设计，以及“帐篷管家”订阅服务、露营教育平台等生态构建，将增强用户粘性。跨年段龄的创新方向中，柔性太阳能薄膜与储能电池的集成可实现离网供电，而军用充气防弹层技术民用化则拓展了救灾探险场景的应用边界，结合用户行为数据驱动的个性化服务，最终形成覆盖多维需求的产品矩阵。

图表3：中国露营帐篷消费群体年龄段



来源：头豹研究院、中国国际露营大会

Q4：在全球化布局的背景下，如何进一步整合智能技术与可持续发展理念以提升国际竞争力，同时应对市场细分化和循环经济趋势带来的挑战？

- 中国帐篷产业正通过技术创新和环保理念的融合实现全面升级，一方面采用高性能复合材料和轻量化骨架设计，结合智能制造技术提升生产效率，另一方面集成智能功能重塑户外体验场景；同时，深度融入环保技术与可持续发展理念，探索生物基材料应用、改进生产工艺、推出模块化设计帐篷，有效降低产品碳足迹，减少环境影响。

中国帐篷产业近年来在技术创新领域取得显著突破，推动行业向智能化、高端化方向升级。材料科学方面，高性能复合材料如Gore-Tex、eVent等防水透气面料的广泛应用，结合铝合金、钛合金轻量化骨架设计，显著提升了帐篷的耐用性和便携性。智能制造技术革新更为突出，浙江宇立等企业引入自动化流水线系统，整合裁剪、缝纫、热压等工序，实现全流程智能化生产，生产效率提升30%以上。智能功能集成成为新趋势，探路者等品牌推出的帐篷已配备太阳能供电系统、温湿度传感器及APP远程控制模块，部分高端产品甚至搭载语音交互和自动调节气压系统，重塑户外体验场景。环保技术与可持续发展理念深度融入产业升级。企业积极探索生物基材料应用，如浙江泰普森采用再生塑料制作帐篷主体，同时开发可降解包装材料，使产品碳足迹降低40%。生产工艺方面，水性聚氨酯涂层替代传统溶剂型涂料，VOCs排放减少80%以上，符合欧盟REACH环保标准。部分先锋企业如凯乐石推出模块化设计帐篷，通过榫卯结构和快拆专利技术，使产品回收利用率提升至75%，推动循环经济模式落地。

- 帐篷产业的未来发展趋势将是多维突破，涵盖市场细分和全球化布局，本土品牌的国际化认证和国际品牌技术的引进将推动行业标准与国际接轨。

未来发展趋势呈现多维突破，市场细分与全球化布局并行。产品端将加速分化，针对登山、自驾游、亲子露营等场景开发专业化产品，如轻量化高山帐篷重量已突破1.5kg极限，而家庭露营帐篷拓展出20㎡以上的多功能空间。智能化浪潮催生“帐篷+”生态，太阳能充电天幕、集成LED照明系统和移动电源的智能帐篷预计2025年市场渗透率达35%。品牌建设方面，牧高笛、挪客等本土品牌通过国际认证体系构建，产品出口60余国，同时引进The North Face等国际品牌技术，推动行业标准与国际接轨。

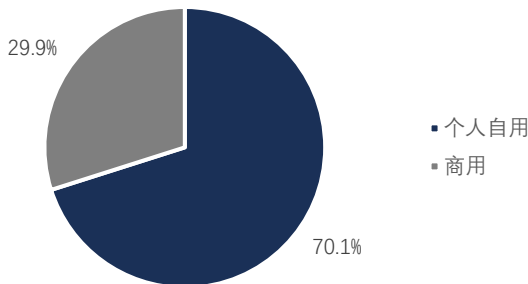
图表4：中国户外帐篷行业技术发展方向

| 技术特点      | 技术创新方向                 | 中国企业借鉴方向                            |
|-----------|------------------------|-------------------------------------|
| 高科技防水透气材料 | 开发更高效能的防水透气膜技术         | 采用杜邦、戈尔等公司的高科技防水透气面料，提升防水和透气性能      |
| 轻量化高强度材料  | 研究新型轻量化材料，如新型碳纤维复合材料   | 使用轻质铝合金、高分子复合材料、碳纤维复合材料等，降低重量，提高耐用性 |
| 环保材料应用    | 提高材料的生物降解性和可持续性        | 采用可再生材料，减少碳排放，满足环保需求                |
| 智能控制功能    | 集成更先进的传感器和AI技术，实现智能化控制 | 集成传感器和移动互联技术，实现远程控制和自动调节            |
| 物联网集成系统   | 开发更智能的互联互通系统           | 开发搭载物联网系统的帐篷，实现设备互联互通               |
| 快速搭建与收纳系统 | 设计更便捷的机械装置，实现一秒搭建      | 推出一键速开式帐篷，方便快速搭建和收纳                 |
| 模块化设计     | 开发可灵活组合的多功能模块          | 采用模块化设计，提供可扩展的功能模块                  |
| 人性化设计     | 根据人体工程学优化产品设计          | 配备储物袋、防蚊网、遮阳篷等，提升使用体验               |
| 多功能集成     | 将多种功能集成到一个产品中，提高产品附加值  | 开发集防风、防雨、防晒、保暖等功能于一体的帐篷             |
| 自主研发与专利技术 | 加强研发投入，形成独特的专利技术       | 注重技术研发和专利积累，提升核心竞争力                 |
| 灵活的定制化服务  | 提供更个性化的定制服务            | 提供个性化定制服务，满足消费者的个性化需求               |

来源：头豹研究院、中国国际露营大会

Q5：企业应如何平衡自用与商用帐篷产品的研发和市场策略，以适应消费者需求的分化和市场趋势的变化？

图表5：中国户外帐篷行业细分市场比例



- 帐篷市场分为自用和商用两大类，2024年自用帐篷占主导市场份额70.1%，受个人露营文化和技术创新推动；商用帐篷尽管占比不足三成，但因商业活动和公共领域需求增加而增速显著。

帐篷市场明确分为自用与商用两大类。其中，自用帐篷长期占据主导地位，但近年来商用帐篷的市场份额呈现显著扩张趋势。这一分类反映了消费者需求的分化：自用帐篷满足个人或家庭露营需求，而商用帐篷则用于商业活动（如户外赛事、临时展览、救灾等）。2024年自用帐篷市场份额达70.1%，其核心驱动因素包括个人露营文化的普及、家庭户外活动需求增加，以及轻量化、易携带产品的技术创新（如三季帐篷、车顶帐篷的流行）。商用帐篷占比虽不足三成，但增速显著。其增长动力来源于：商业活动（如音乐节、市集、临时仓储等场景）对大型帐篷的需求增加；自然灾害救援、临时医疗设施等公共领域应用扩展；户外经济快速发展，带动商用帐篷采购量上升。

Q6：中国户外帐篷行业向低线城市发展，企业应如何调整产品策略与市场布局，以满足低线城市消费者对价格、实用性和便捷性的多重需求？

- 中国户外帐篷行业向低线城市发展是顺应市场趋势和满足消费者需求的必然选择，企业需加快布局，提供高性价比产品和服务，以满足下沉市场的消费需求。

随着二三线城市及县域地区经济的发展和居民生活水平的提高，人们对户外活动的认知度和参与度不断提升，户外运动与露营的需求逐渐觉醒。这些地区的消费者不再满足于传统的生活方式，开始寻求更多样化的休闲娱乐活动，而户外露营作为一种亲近自然、放松身心的方式，受到了越来越多人的青睐。

- 企业应推出价格适中、功能实用的帐篷产品，并加强品牌宣传推广，以提高品牌知名度和吸引潜在客户。

低线城市的消费者在选择户外帐篷时，往往更加关注产品的价格和实用性。企业可以推出价格适中、功能实用的帐篷产品，同时保证产品质量和基本性能，以吸引更多的消费者。在品牌宣传和推广方面应加大力度。在低线城市，品牌知名度相对较低，企业可以通过多种渠道进行品牌宣传，如与当地的旅游机构、户外俱乐部合作，举办露营活动和体验日，提高品牌在当地的曝光度和知名。在产品的设计方面，企业需要考虑低线城市消费者的需求特点。这些地区的消费者可能更倾向于选择适合家庭使用的大型帐篷，以满足家庭露营的需求。同时，帐篷的搭建和使用要尽量简单方便，因为部分消费者可能缺乏户外露营的经验 and 技能。因此，企业可以设计一些易于搭建和收纳的帐篷产品，并提供详细的产品使用说明和售后服务，帮助消费者更好地使用产品。

来源：头豹研究院、搜狐、中国国际露营大会

## 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

## 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

# 头豹业务合作

## 数据库/会员账号

可阅读全部原创报告和  
百万数据，提供数据库  
API接口服务

## 定制报告

行企研究多模态索引  
引擎及数据库，募投可研、  
尽调、IRPR等研究咨询

## 定制白皮书

对产业及细分行业进行  
现状梳理和趋势洞察，  
输出全局观深度研究报  
告

## 招股书引用

研究覆盖国民经济19+  
核心产业，内容可授权  
引用至上市文件、年报

## 市场地位确认

对客户竞争优势进行评  
估和调研确认，助力企  
业品牌影响力传播

## 行研训练营

依托完善行业研究体系，  
帮助学生掌握行业研究  
能力，丰富简历履历

## 报告作者



陈夏琳  
首席分析师  
sharlin.chen@leadleo.com



文上  
行业分析师  
oria.wen@leadleo.com

## 业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)



商务咨询与深度合作

### 深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街  
道华润置地大厦E座4105室

邮编：518057

### 上海办公室

上海市静安区南京西1717号  
会德丰国际广场 2701室

邮编：200040

### 南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济  
开发区兴智科技园B栋401

邮编：210046



FROST & SULLIVAN

沙利文

# 诚邀

2025沙利文新投资大会

第十九届沙利文全球增长、科创与领导力峰会  
暨第四届新投资大会

THE 19TH FROST & SULLIVAN GROWTH, INNOVATION AND  
LEADERSHIP SUMMIT AND THE 4TH NEW INVESTMENT EVENT

2025年8月27日-28日 中国·上海  
August 27<sup>th</sup>-28<sup>th</sup>, 2025, Shanghai · China

2025年9月2日 中国·成都  
September 2<sup>nd</sup>, 2025, Chengdu · China

开幕倒计时

期待与您再度携手  
共赴增长之旅、共创美好明天

大会咨询热线：021-3209-6800 转 8672

大会咨询邮箱：gil@frostchina.com