

2026-2031年中国露营用品行业市场深度调研及发展前景预测报告

报告简介

露营用品行业是围绕户外露营活动所需装备开展研发、生产、品牌运营及渠道销售的细分产业，产品覆盖帐篷、睡眠装备、户外炊具、照明器具、户外家具、防护装备等品类，兼顾基础户外防护、生活起居与休闲体验功能，广泛适配家庭休闲露营、轻量化徒步、专业野外探险以及景区营地配套等场景，属于户外休闲产业下的核心细分赛道，联动轻工制造、新材料、文旅消费等多个产业板块。

当前中国露营用品行业正经历由爆发式增长向理性化发展的转型阶段，市场需求结构持续调整。消费端从一次性体验型消费逐步转向长期户外爱好者的品质消费，市场供给体系不断丰富，国内制造集群依托成熟供应链形成较强的产品供给能力，同时行业也面临产品同质化、品质标准不统一、消费需求波动等问题，市场竞争重心逐步从低价单品竞争转向产品品质、功能创新与品牌服务的综合比拼。未来，国内露营用品行业将朝着轻量化、多功能、场景化与可持续化方向演进。新材料技术不断应用于装备制造，在降低产品自重的同时提升耐用性与环境适应性；产品开发更加聚焦细分人群与细分露营场景，一体化成套装备方案逐步受到市场青睐。同时，露营用品与户外文旅、徒步、水上休闲等业态深度融合，产品研发将更加注重安全性能与绿色环保属性。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及露营用品行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国露营用品行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外露营用品行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了露营用品行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于露营用品产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国露营用品行业发展

规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 露营用品行业概述与研究界定

第一节 行业定义与产品分类

一、露营用品行业定义

二、露营用品产品体系划分

三、研究边界与统计口径说明

第二节 行业基本特征

一、消费属性特征

二、产品迭代特征

三、市场周期特征

第三节 研究思路与方法

一、研究框架

二、数据采集方法

三、预测模型说明

第二章 露营用品行业产业链全景分析

第一节 产业链整体架构

一、产业链层级图谱

二、价值链分布特征

三、产业链协同逻辑

第二节 上游原材料供应环节

一、纺织面料供应分析

二、金属及橡塑配件供应分析

三、功能性辅料供应分析

第三节 中游产品研发制造环节

一、产品设计开发

二、生产加工模式

三、品控与测试体系

第四节 下游消费及渠道环节

一、终端消费群体

二、产品流通渠道

三、消费场景载体

第三章 2024-2026年中国露营用品行业发展历程

第一节 行业发展阶段划分

一、萌芽发展阶段

二、快速扩容阶段

三、理性调整阶段

第二节 行业供给演变分析

一、产能规模演变

二、产品结构演变

三、制造模式演变

第三节 行业需求演变分析

一、消费人群演变

二、消费偏好演变

三、消费频次演变

第四章 2024-2026年中国露营用品行业市场规模分析

第一节 行业整体市场规模

一、行业营收规模时序变化

二、行业出货量规模时序变化

三、行业市场均价变化趋势

第二节 细分产品市场规模

一、帐篷天幕类产品市场规模

二、睡眠系统类产品市场规模

三、桌椅炊具类产品市场规模

第三节 区域市场规模结构

一、华东地区市场规模

二、华南地区市场规模

三、华北地区市场规模

第五章 2026-2031年中国露营用品行业市场规模预测

第一节 行业整体规模预测

一、营收规模预测

二、出货量预测

三、市场容量测算

第二节 细分品类市场规模预测

一、帐篷天幕类产品市场预测

二、睡眠系统类产品市场预测

三、桌椅炊具类产品市场预测

第三节 区域市场规模预测

一、华东区域市场预测

二、华南区域市场预测

三、西南区域市场预测

第六章 露营用品行业细分产品市场深度分析

第一节 帐篷及天幕产品市场

一、产品结构与规格划分

二、市场需求特征

三、产品迭代方向

第二节 睡眠系统产品市场

一、睡袋产品市场分析

二、充气垫产品市场分析

三、露营枕配套产品市场分析

第三节 露营家具与炊具产品市场

一、折叠桌椅产品市场

二、便携炉具锅具产品市场

三、收纳推车配套产品市场

第四节 照明及辅助装备市场

一、营地照明产品市场

二、户外工具配件市场

三、防护类辅助用品市场

第七章 露营用品行业渠道市场结构分析

第一节 销售渠道整体格局

一、渠道类型结构

二、渠道毛利水平对比

三、渠道周转效率对比

第二节 线上销售渠道分析

一、传统电商渠道

二、内容电商渠道

三、私域流量渠道

第三节 线下销售渠道分析

一、户外专业门店渠道

二、商超集合渠道

三、露营地直营渠道

第四节 渠道未来演变趋势

一、渠道融合发展方向

二、渠道成本变化趋势

三、渠道用户运营模式

第八章 露营用品行业供需格局分析

第一节 行业供给格局

一、国内产能分布结构

二、产能开工率分析

三、新增产能规划分析

第二节 行业需求格局

一、需求总量变化

二、需求分层结构

三、需求季节性特征

第三节 供需平衡分析

一、供需缺口测算

二、库存周期变化

三、供需错配问题分析

第九章 露营用品行业进出口市场分析

第一节 行业出口市场分析

一、出口总量与金额变化

二、出口产品结构

三、出口区域分布

第二节 行业进口市场分析

一、进口总量与金额变化

二、进口产品结构

三、进口来源区域分布

第三节 进出口发展趋势预判

一、出口竞争格局变化

二、进口产品结构变化

三、跨境贸易发展方向

第十章 露营用品行业技术发展现状与趋势

第一节 行业核心技术体系

- 一、面料功能改性技术
- 二、轻量化结构设计技术
- 三、便携折叠结构技术

第二节 当前技术应用现状

- 一、量产技术成熟度评估
- 二、技术应用成本水平
- 三、技术落地产品案例

第三节 行业技术发展方向

- 一、新材料应用方向
- 二、模块化设计方向
- 三、低碳环保技术方向

第十一章 露营用品行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构

- 一、行业竞争层级划分
- 二、市场集中度测算
- 三、不同梯队企业特征

第二节 行业竞争维度分析

- 一、产品力竞争
- 二、供应链竞争
- 三、渠道运营竞争

第三节 行业竞争态势演变

- 一、竞争焦点变化
- 二、行业进入退出壁垒
- 三、行业并购整合趋势

第十二章 露营用品行业重点企业经营分析

第一节 牧高笛户外用品股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品结构
- 三、经营指标分析
- 四、竞争优势分析
- 五、业务发展动态

第二节 宁波市挪客户外用品有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品结构
- 三、经营指标分析
- 四、竞争优势分析
- 五、业务发展动态

第三节 探路者控股集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品结构
- 三、经营指标分析
- 四、竞争优势分析

五、业务发展动态

第四节 骆驼(福建)户外用品有限公司

一、企业概况

二、主营产品结构

三、经营指标分析

四、竞争优势分析

五、业务发展动态

第五节 浙江金巴克户外用品有限公司(kingcamp)

一、企业概况

二、主营产品结构

三、经营指标分析

四、竞争优势分析

五、业务发展动态

第六节 黑鹿户外用品有限公司

一、企业概况

二、主营产品结构

三、经营指标分析

四、竞争优势分析

五、业务发展动态

第七节 我飞户外用品有限公司(westfield)

一、企业概况

二、主营产品结构

三、经营指标分析

四、竞争优势分析

五、业务发展动态

第八节 原始人户外用品有限公司

一、企业概况

二、主营产品结构

三、经营指标分析

四、竞争优势分析

五、业务发展动态

第九节 凯乐石户外用品有限公司

一、企业概况

二、主营产品结构

三、经营指标分析

四、竞争优势分析

五、业务发展动态

第十节 伯希和户外用品有限公司

一、企业概况

二、主营产品结构

三、经营指标分析

四、竞争优势分析

五、业务发展动态

第十三章 露营用品行业消费市场调研分析

第一节 消费人群画像

一、人群年龄结构

二、人群地域分布

三、人群收入分层

第二节 消费者行为调研

一、产品选购决策因素

二、信息获取渠道偏好

三、复购与升级消费特征

第三节 消费偏好变化趋势

一、轻量化产品偏好

二、高性价比产品偏好

三、多功能集成产品偏好

第十四章 露营用品行业风险分析

第一节 市场需求风险

一、消费热度回落风险

二、需求季节性波动风险

三、消费偏好迭代风险

第二节 供应链风险

一、原材料价格波动风险

二、产能供给波动风险

三、零部件配套风险

第三节 经营竞争风险

- 一、同质化竞争风险
- 二、渠道流量成本上升风险
- 三、产品质量口碑风险

第十五章 2026-2031年露营用品行业发展前景与机遇

第一节 行业发展驱动因素

- 一、户外休闲消费扩容驱动
- 二、产品技术迭代驱动
- 三、新兴消费场景拓展驱动

第二节 行业发展机遇识别

- 一、下沉市场拓展机遇
- 二、细分垂直品类机遇
- 三、海外市场拓展机遇

第三节 行业发展潜力评估

- 一、市场增长空间测算
- 二、行业盈利空间评估
- 三、长期成长天花板判断

第十六章 2026-2031年露营用品行业发展战略建议

第一节 企业产品战略建议

- 一、产品分层开发策略
- 二、轻量化产品研发策略
- 三、模块化产品设计策略

第二节 企业渠道战略建议

一、全渠道融合布局策略

二、线上渠道精细化运营策略

三、线下场景渠道拓展策略

第三节 企业供应链战略建议

一、柔性供应链建设策略

二、原材料成本管控策略

三、供应链数字化升级策略

第四节 企业市场拓展战略建议

一、国内区域市场布局策略

二、海外市场开拓策略

三、用户长期运营策略

第十七章 研究结论

第一节 行业整体研究结论

一、行业发展现状总结

二、市场规模变化结论

三、竞争格局总结

第二节 行业未来发展核心判断

一、2026-2031年增长判断

二、产品结构演变判断

三、渠道格局演变判断

图表目录

图表：露营用品行业产业链结构

图表：2024-2026年中国露营用品行业市场规模变化趋势

图表：2024-2026年露营用品细分品类营收占比结构

图表：2024-2026年露营用品区域市场规模对比

图表：2026-2031年中国露营用品行业市场规模预测趋势

图表：2026-2031年露营用品细分品类市场规模预测

图表：露营用品行业渠道销售额占比结构

图表：露营用品行业市场集中度cr3、cr5变化趋势

图表：露营用品消费者人群年龄结构分布

图表：露营用品消费者选购因素权重分布

图表：露营用品产品分类及统计口径

图表：2024-2026年露营用品行业营收规模统计

图表：2024-2026年露营用品细分品类市场规模统计

图表：2024-2026年露营用品区域市场规模统计

图表：2026-2031年露营用品行业市场规模预测

图表：2026-2031年露营用品细分品类市场规模预测

图表：露营用品不同渠道毛利与周转指标对比

图表：2024-2026年露营用品进出口总量与金额统计

图表：十大露营用品企业核心经营指标对比

图表：露营用品行业风险影响程度评估矩阵

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Emai : kf@51baogao.cn

报告编号：4069891

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260927/4069891.shtml>

在线订购：[点击这里](#)