



## 数据简报

「信息 + 数据」

速览行业概貌，把握市场动态

——露营产业



【洞见趋势 研判未来】扫码关注公众号，解锁百篇免费报告

洞见研报全面覆盖各行商业投资领域行业研究报告、行业报告，350万+报告，960万+ 数据图表，依托海量宏观策略、行业发展规划、上市公司、蓝白皮书等研究报告，致力于为投资者、咨询顾问、商业分析师提供便捷全面，实时及专业的信息共享服务。



# 露营行业 研究&洞察

本章内容仅基于公开信息进行汇总展示，内容深度较浅，如需了解更多详情，可联系「洞见研报」查看更多报告或定制报告。

商业合作：发送邮件到 [collaboration@djyanbao.com](mailto:collaboration@djyanbao.com) 简要描述您的需求



# 1 行业概览

• 露营是一种短时的户外生活方式，其核心在于去大自然中生活，而活动的重点往往是美食、游览、摄影、游戏等体验活动。露营主要包含三个特点:建立临时住所、进行野餐、贴近大自然。根据露营者携带户外设备的不同，露营一般可以分为以下四类：

- **传统露营**：指的是几乎只带背包，露营的内容比较简单，受众追求的是苦行僧式的旅行体验
- **精致露营**：更符合现代人进行休闲娱乐的选择，其融合了户外美学
- **房车露营**：相比起前两种露营，房车露营可以去更远的地方，且房车露营可以在车上解决任何生活上的问题
- **露营小屋露营**：由营地提供可遮蔽风雨的木造结构、帆布或充气塑胶，让露营者于野外快速搭设或免搭设帐棚



传统露营



精致露营



房车露营



露营小屋露营

- 露营作为一种新兴的旅游产业，伴随着居民人均消费支出的增长，契合了此前受到疫情影响的旅游业发展现状，其自身也得到了迅猛地发展。

### 概念引入 1997~2013

- 露营旅游的概念最早在1997年被提出，作为一种新兴的旅游业态，露营旅游集观光、休闲、娱乐、户外教育、体育竞技等于一体。
- 在这个阶段，露营旅游还处于起步阶段，主要是专业化户外游憩基地的建设，如露营基地、环境教育基地等。

### 市场细分 2020~至今

- 随着露营行业不断发展，市场开始细分，露营装备、服饰、食品等相关产业得到发展。露营成为一种流行的休闲方式，特别是对于25-35岁的中青年群体而言。
- 此外，露营行业也带动了相关平台的发展，如OTA平台和露营内容平台。

### 标准制定 2013~2016

- 2013年，国务院出台《国民旅游休闲纲要》，正式从国家层面提出露营旅游。为了推动露营旅游的快速发展。
- 2016年，国务院推出了《休闲露营地建设与服务规范》国家标准，对休闲露营地的建设和服务事项提出了具体要求。

### 市场快速发展 2016~2020

- 这一阶段，中国的露营地如雨后春笋般涌现，分布在景区、城郊、乡村、山野等地。露营行业市场规模逐年扩大，露营类型也趋于多样化，包括传统露营、便携式露营和精致露营等等。

# 1 行业概览 - 产业图谱

## 上游行业

### 风景区

青海湖风景区

青龙湖湿地公园

九寨沟风景区

瀛洲生态公园

### 露原材料供应商



### 营地建设商



## 中游行业

### 露营服饰



### 露营辅助设备



### 营地食品



## 下游行业

### 线下

便利店



超市



营地公司



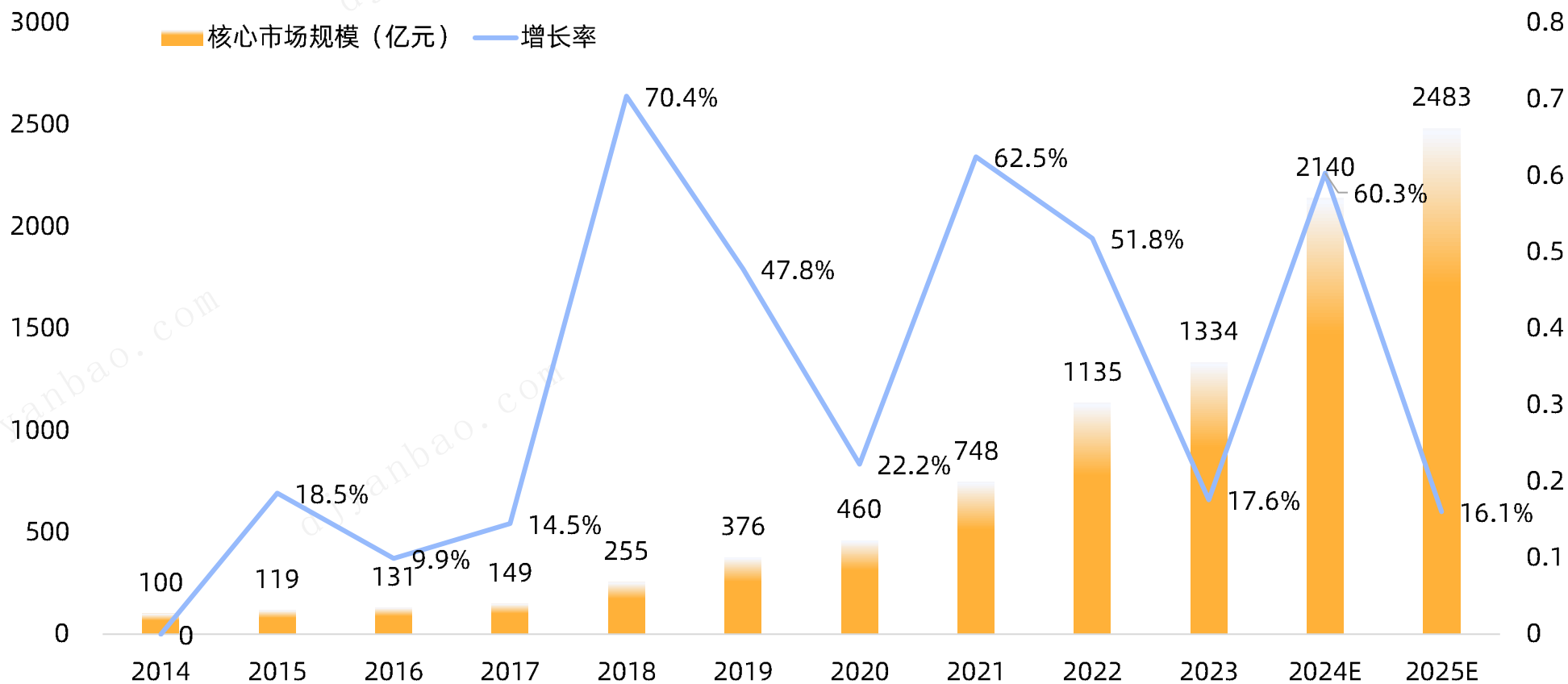
### 线上

电商平台  
OTA



- 数据显示，随着国民收入水平不断提高，我国露营行业市场规模逐年上涨，来随着露营行业渗透率的发展，未来中国露营行业市场规模将会持续增长。

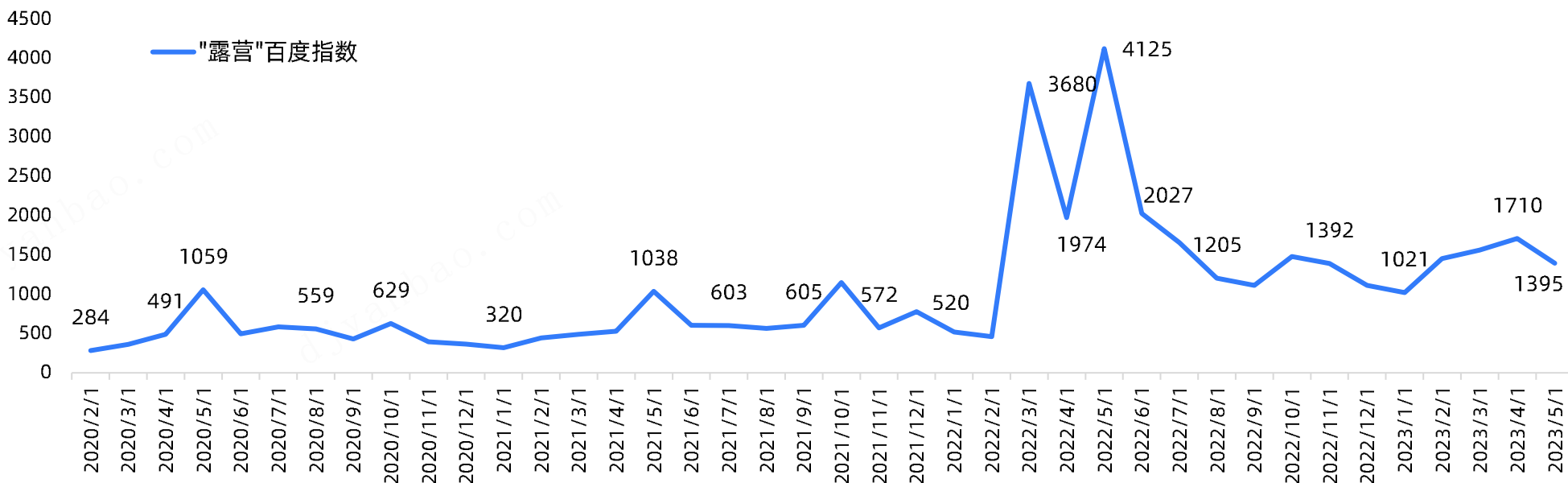
## 中国露营行业核心市场规模



### 疫情导致生活方式的变化以及后疫情时代消费需求的释放：

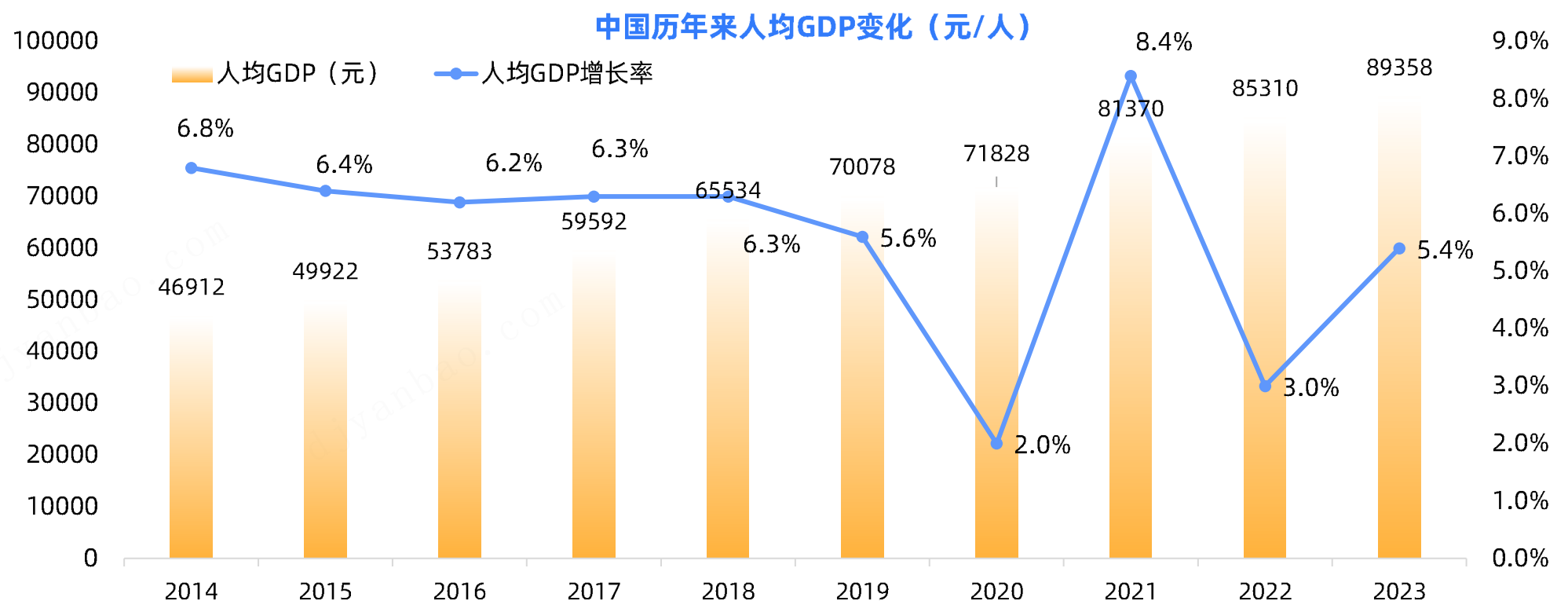
- ✓ 由于疫情的影响，人们更倾向于选择近距离的户外活动，露营作为一种安全的户外休闲方式，因此受到了更多人的欢迎。
- ✓ 由于新冠疫情的影响，出境游和跨省国内游受到限制，充满不确定性，这促使人们更多地发掘城市周边游，尤其是露营的需求。露营相比传统的酒店住宿，提供了更接近自然的体验，满足了人们与大自然亲近的需要。
- ✓ 疫情期间，人们对露营关注度急剧提升，5月达到了顶峰，指数同比增长213%；同年年底，封控影响褪去，新一轮露营热潮开始。

### “露营”百度指数变化情况



## 居民收入增长与消费升级:

- ✓ 随着中国居民人均可支配收入的增长，人们对休闲娱乐的需求也随之增加，追求高品质的户外体验，露营作为一种户外休闲方式，逐渐成为更多人的选择。
- ✓ 2023年中国露营消费者的露营频率也不断增加，35.47%的消费者1-3个月进行一次露营，20.88%的消费者3-6个月进行一次露营。



资料来源: 国家统计局, [洞见研报分析整理](#)。

## 政策驱动因素

- 虽然我国户外运动与产业市场起步较晚，但近年来国家体育总局、发改委、国务院等相关部门围绕体育、户外运动产业发布了一系列支持政策，包括出台相关政策、提供资金扶持和优化行业管理，为露营行业的发展提供了良好的外部环境。国内露营地、徒步健身步道等基础设施建设逐步完善，推动了露营行业快速发展。

时间	部门	具体政策	主要内容
2016年	国务院	《休闲露营地建设与服务规范》	对休闲露营地的建设和服务事项的具体要求，涵盖帐篷露营地、自驾车露营地、青少年营地等多个方面。
2018年	国务院	《关于促进全域旅游发展的指导意见》	加快建设自驾车房车旅游营地，推广精品自驾游线路。
2021年	国务院	《“十四五”旅游业发展规划》	实施自驾游推进计划，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。
2022年	文旅部等	《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》	强调了加强用地保障、引导行业规范化和规模化发展、提高露营产品品质、增强人民群众文明露营意识、推广“无痕露营”等多方面内容。

## 产业链完善与技术创新

- 露营产业链的发展，包括露营装备、露营服饰、露营食品等上游产业，以及露营营地等中游产业的发展，为露营行业提供了充足的供给。
- 露营设备的**技术创新**，如以涂鸦职能为代表的**智能露营设备**等，提升了露营的便利性和舒适度，吸引了更多消费者参与。



- 针对传统露营设备需要布线，程序繁琐，亮度档位有限，无法满足全场景下的需求等痛点，涂鸦智能推出**智能蓝牙露营灯方案**。该方案在AI智能节电模式的助力下，根据所处环境的明暗，**智能调节到最适合的亮度**，最大限度节省用电。

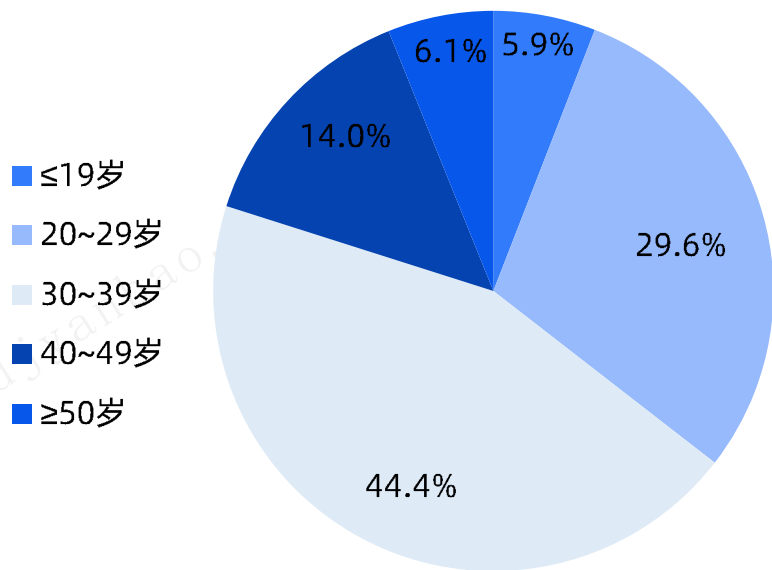


- 涂鸦智能推出的**智能户外电源开发方案**，装备了闪烁灯、长距灯等氛围灯，以及求救灯和收音机等丰富功能，能满足各种户外场景需求。该方案支持**多重告警功能**，实时进行电流和温度监测，查询到异常就会触发告警，为用电安全保驾护航。

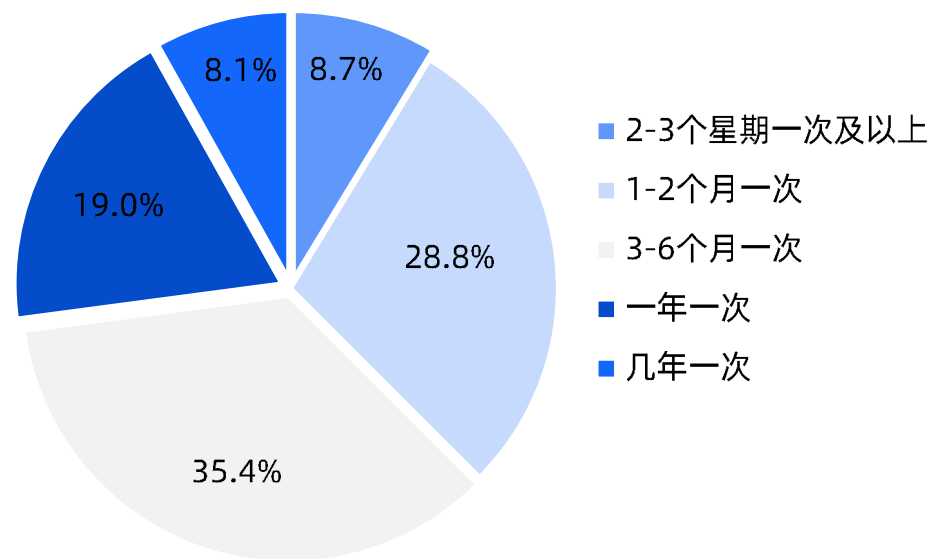
# 1 市场洞察 - 消费者画像

- 目前我国的露营消费客群主要为25-35岁的中青年群体，**综艺节目**是他们获得露营资讯的主要渠道，该群体大多已经工作了一定年限，并逐步迈入**中产阶级**；在露营频率方面，超过半数的消费者选择至少在3~6月内露营一次，仅有8.1%的消费者选择几年露营一次。因此从总体上看，整个的露营行业的消费群体明显偏年轻，他们的露营频率也相对频繁。

### 2023年不同年龄段人群占整体露营需求比



### 2023年中国消费者露营频率



- 由于消费客群集中于中青年群体，而他们对露营的诉求更侧重于追求潮流、享受生活，也更容易受社交媒体的影响。在经济实力上，他们属于新兴中产，因此活动范围会相对集中于一二线城市，加之相对高的露营频率决定了他们更愿意选择在大城市周边进行露营，因而露营方式则更加侧重于**精致露营与房车露营**。

### 精致露营与传统露营的区别

传统露营	精致露营
需要应对长途爬涉、多变地形考验，衣着侧重专业的轻便安全衣帽。	更加休闲随意，追求舒适，人们通常为了拍照纪念多选择款式新颖时尚的服饰。
受客观因素限制，以满足基本需求为主，食物种类相对单一。	会准备更多烹饪装备，能提供烧烤、饮茶，甚至煮咖啡。
以简单实用为主，一般会选 择轻便易搭的帐篷与舒适保暖的睡袋。	追求个性，一般都会选择棉布帐篷外加天幕，侧重于舒适度的提升
倾向于选择山地等自然野外 地进行更强调徒步攀登的过程。	更倾向于选择经开发管理过的 户外营地，且多是以家庭为单 位驾车前往。

### 精致露营与房车露营常用户外设备与电器

<b>睡眠</b>	防潮垫	床垫	星星灯
<b>野炊</b>	卡式炉	瓦斯炉	烧烤架
	煤油罐	户外电源	柴火
	车载冰箱	保温杯	砧板
	折叠椅	折叠桌	餐具
	咖啡机	挂架	电扇
<b>照明</b>	营地灯	手电筒	头灯
<b>衣物</b>	洗漱用品	一次性衣裤	速干毛巾
<b>药品</b>	驱蚊露	灭蚊片	云南白药
<b>其他</b>	音响	天幕	小推车

# 1 市场洞察 - 市场细分

- 相比于传统露营相对硬核的户外运动风格，精致露营和房车露营**娱乐属性与社交属性**更强，更加侧重**露营装备精良实用**，环境颜值与风格，以及小众轻奢的体验感。不仅如此，精致露营与房车露营对露营装备的需求巨大，包括但不限于**车载冰箱、保温箱、露营灯等户外电器**，以及睡袋、床灯等基础的户外装备。

## 电小二户外电源1100pro并联款



- 该产品单机容量1002wh，持续输出功率1100w，可双机并联实现容量功率双叠加的户外电源，在户外轻松获得2200W的超大功率、2004Wh的超大容量，能够实现99%的家用电器在户外使用，解决自驾露营用电需求。

## 英得尔T20双温控车载冰箱

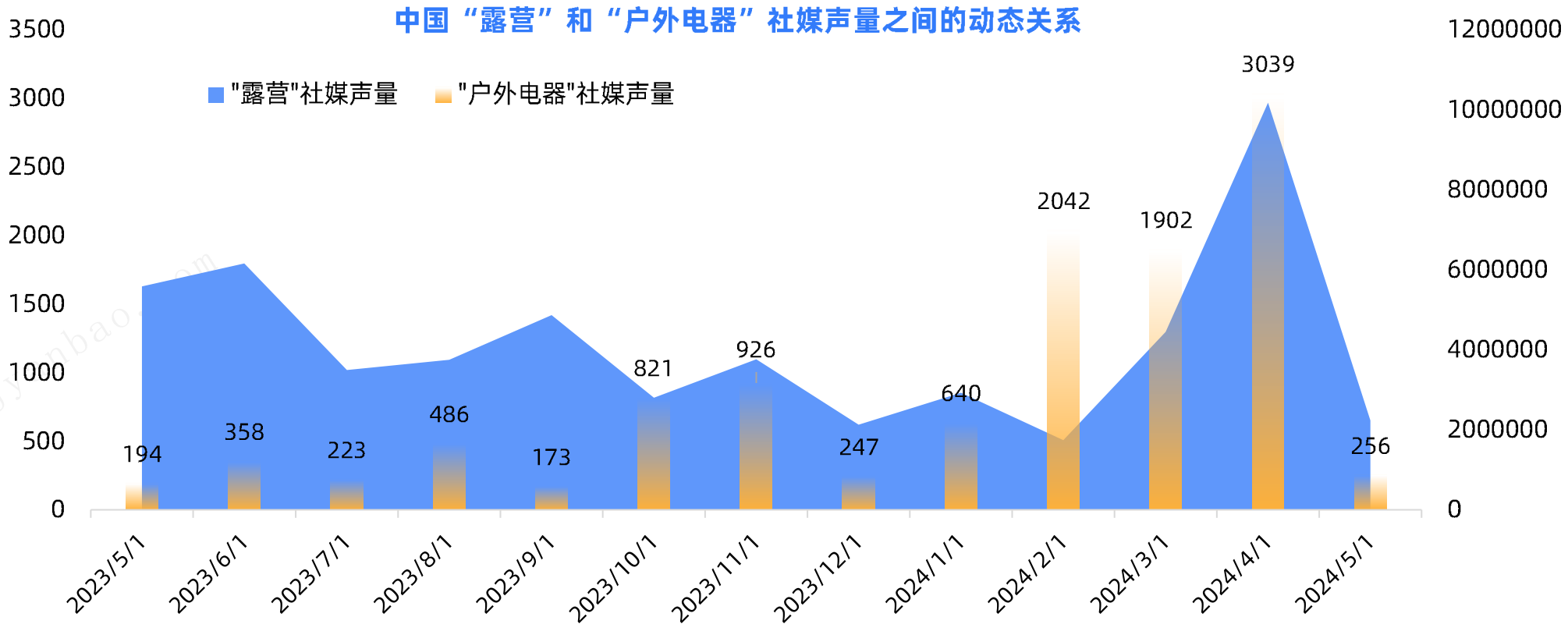


- 英得尔T20作为英得尔2018年车载冰箱新品，其冰箱容量为20L，净重为10.8kg，采用德国直流压缩机，制冷方面可达到-18℃，15分钟就可以将温度降低至0℃，可冷藏也可冷冻，支持手机APP操作，配备家用电源适配器还可在家使用。

# 1

## 市场洞察 - 市场细分

- 露营把家电的使用场景从室内搬到了户外，相对于家庭场景下的空间固定、电源电压持久稳定，露营最大的差异就在于产品**移动便携**需求的增加，**供电稳定**安全的提高，**性能可靠**舒适的升级。露营令家电的使用场景从室内延伸至户外，带给家电业的思考非常有价值，也会激发行业进一步思考家电的其他延伸场景，以及对家电用户的进一步**深度细分**。由下图可看出，露营讨论度的提升会带动户外电器社媒声量的提升。



资料来源：数说雷达，洞见研报分析整理。

# 1 市场洞察 - 市场细分



- 露营的兴起对户外电器的带动也直接体现在电商平台的成交趋势上。据阿里官方自营的喵速达电器数据显示，开春以来，户外电源、投影仪、电烤盘搜索量同比增长120%，成为露营装备的“新三样”，驱蚊器、车载冰箱、便携热水壶等小家电销量也逐渐走高。
- 苏宁易购发布的五一消费数据显示，4月30日-5月4日，露营相关的家电消费高涨，**烧烤炉**销量同比上涨131.1%，多功能料理锅同比上涨670.7%。
- 京东数据则显示，在小家电销量整体降温的情况下，与露营紧密关联的便携式小家电逆势增长——便携式**电风扇**、**小电锅**等便携式小家电销量增长达2倍，其他如烧水壶、煮蛋器、多功能锅、便携式智能家用投影仪等在露营时**容易携带**的电子产品销量也大幅上涨。

# 帐篷天幕 线上数据一览

数据时间：2024年4月

统计平台：天猫&淘宝&京东&抖音

注：受销售平台限制及关键词查找不精确等因素影响，统计数据与实际销售结果会存在出入，数据统计结果仅供参考。



## 2 数据概览

- 对于精致露营、房车露营等在互联网平台比较火热的露营方式而言，一些露营装备和设备是露营时必不可少的，常用到主流的主要有车载冰箱、营地手推车和帐篷天幕等。这些户外装备在给予人们便捷的同时，也提高人们户外体验。本章数据一览以帐篷和天幕销售数据为重点统计对象，分类统计方式略有不同。

### 车载冰箱



### 营地手推车



### 帐篷和天幕



- 2024年4月帐篷和天幕的线上销售整体呈上升趋势。在销售额部分，抖音平台的销售额增速较为明显；而销量部分，淘天的增速相对于另外两个平台则更为亮眼。三个平台的商品均价差距并不大，但就商品数量而言，淘天则领先于另外两个平台。

## 淘天

销售额

3.7 亿

-19.5% 同比

销量

185.5 万

36.3% 同比

商品均价

199.1 元

商品数

34300



## 京东

销售额

1.7 亿

-1.2% 同比

销量

78.9 万

9.9% 同比

商品均价

218.7 元

商品数

15100



## 抖音

销售额

1.3 亿

36.1% 同比

销量

63.5 万

20.1% 同比

商品均价

206.2 元

商品数

1020



## 2 帐篷和天幕品牌

- 帐篷和天幕线上渠道呈现明显的断层。骆驼位居行业龙头，销售额与销量远超第二名，其月度销售额已超过7800万元。原始人与探险者位列第二梯队，月度销售额超过了4000万，销量方面的数据也保持较高水平。第三梯队中，牧高笛以及Sevenmoons虽销量排名相对较低，但高单价使得它们的销售额都超过了2000万。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (件)
骆驼	7804.4	1
原始人	4862.4	2
探险者	4421.4	3
牧高笛	2945.9	4
Sevenmoons	2164.8	5

### 淘天



品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
原始人	3441.2	13.4
骆驼	2922.4	5.9
探险者	2861.8	10.5

### 京东



品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
骆驼	3185.3	9.1
牧高笛	1680.3	4.3
探险者	1476.1	4.5

### 抖音



品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
Sevenmoons	2164.8	4.9
骆驼	1696.6	5.7
吉普	1078.5	3.4

资料来源：魔镜洞察，洞见研报分析整理，统计时间：2024年4月。

- 帐篷天幕淘天数据档次划分明显。原始人以3441.2万元的销售额位居榜首，销量远超其他品牌。此外，连同骆驼、探险者两个品牌销售额均超过2800万，月销量也都突破5万，而位于第二档的Naturehike、牧高笛两个品牌销量则不足1500万，同时这两个品牌的销量也远不及第一档的品牌，仅略高于3万。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
原始人	3441.2	13.4
骆驼	2922.4	5.9
探险者	2861.8	10.5
Naturehike	1228.8	3.1
牧高笛	1177.9	2.2

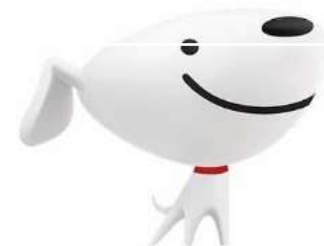
商品标题	销售额 (万元)	销量 (件)	品牌
网红三角帐篷户外露营天台星空房火锅烧烤露天酒吧露台防雨营地	1168.7	13765	axeman
网红三角帐篷户外露营天台星空房火锅烧烤露天酒吧露台防雨营地	1136.2	37383	原始人
探险者帐篷户外折叠便携式野营过夜防雨加厚露营装备全套自动野外	882.5	42560	探险者
原始人露营帐篷户外折叠便携式野营过夜防雨加厚装备全套自动速开	600.1	26874	原始人
帐篷户外折叠便携式野营过夜黑胶天幕二合一自动露营野餐全套装备	507.7	12067	原始人



- 帐篷和天幕的京东数据呈现明显的断层。骆驼以3185.3万元的销售额位居榜首，销售额和销量均远超其他品牌。第二梯队的牧高笛、探险者销售额处于1400~1700万，仅约为骆驼的50%，第三梯队京东京造、原始人两品牌的销售额则不足1000万，其中原始人虽然销量更低，但借助高单价，与京东京造销售额的差距并不显著。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (件)
骆驼	3185.3	1
牧高笛	1680.3	2
探险者	1476.1	3
京东京造	830.7	4
原始人	726.9	5

商品标题	销售额 (万元)	销量 (件)	品牌
智汇帐篷户外 帐篷天幕二合一 一体室外超大露营帐篷5-8人 全自动速开装备 二合一	170.7	5893	智汇
骆驼【逍遥】弹压帐篷户外涂 银防雨防晒便携式折叠全自动 野外帐篷A027	130.2	2934	骆驼
京东京造 公园速开帐篷大门 厅户外露营自动弹压收纳3-4 人大空间防晒米白色	126.2	5282	京东京造
牧高笛 (MOBIGARDEN) 全 自动帐篷 户外露营速开帐篷 天幕三合一零动155 NX23561016 米白	125.2	2788	Mobi garden
探险者 (TAN XIAN ZHE) 天 幕帐篷户外露营帐篷全自动速 开便捷天幕二合一防晒家庭野 营装备 3-5人	100.1	4406	探险者



- 相较于淘天和京东数据，帐篷和天幕的抖音数据中，各大品牌的销售规模略有下降，Sevenmoons以2164.8万的销售额位居榜首，其余品牌销售额均低于2000万元。其中太力比较特殊，其月销量仅仅为3000多，但是销售额仍旧突破500万。原始人品牌销量比太力高出约3.6万，但销售额的领先程度不足200万。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)	销量 (万件)	销量 (万件)
Sevenmoons	2164.8	1	4.9	2
骆驼	1696.6	2	5.7	1
吉普	1078.5	3	3.4	4
原始人	746.6	4	3.9	3
太力	575.9	5	0.3	28

商品标题	销售额 (万元)	销量 (件)	品牌
2024帐篷户外全自动便携式折叠野外露营防风防水加厚【HE-Y】	1720.7	27326	Sevenmoons
可口可乐车载冰箱车家两用迷你小冰箱办公室宿舍冷藏箱家用制冷	1075.2	29871	骆驼
JEEP/吉普黑胶帐篷户外天幕帐篷二合一全自动防雨野餐露营便携式	622.4	18477	吉普
CAMEL/骆驼[雨幕]大型黑胶天幕8-10人户外露营天幕防风防水防晒	334.1	17604	骆驼
太力户外3-8人自动充气帐篷带大天幕防水6.76m <sup>2</sup> 超大家庭露营防风	315.7	1389	太力



专业免费的行业研究数据库, **3500000+**报告, 覆盖各行业研究报告、行业报告、咨询报告、上市公司研报、招股书、蓝白皮书等, 采用智能搜索引擎、自然语言处理等技术, 并根据市场需求创建了web端和微信小程序端两种模式为金融投资人员、企业高管、咨询顾问、行业研究员、市场分析师提供便捷、全面、专业的信息检索服务!

智能收藏



标星等级



WORD/PPT下载



随手笔记



专项订阅



### 洞察行业机遇, 适配企业发展

综合分析企业发展环境, 洞察投资机遇  
全面了解企业运营模式, 筛选目标领域  
密切关注市场行情动态, 制定投资计划  
研究竞争对手商业模式, 协助战略决策



战略  
咨询

共建  
报告

### 挖掘行业信息, 助力品牌推广

联合企业发布行业白皮书, 研究行业前景  
剖析行业发展现状与动态, 探索潜力赛道  
提供品牌推广路径与方案, 夯实领先地位  
立足公司特色业务产品, 凸显品牌专业度



洞见研报致力于建立全球行业专家网络平台，通过线上线下的会议、专家访谈等形式，快速灵活为各类基金公司和投资机构提供高价值、高定制化的行业知识服务，分享与传递专业意见，赋能客户决策。**洞见专家团持续招募中，有偿分享，高效联结！**填写问卷申请加入我们的专家网络，欢迎分享给您的好友、同事！

### 专业度 + 影响力

不限地区

不限岗位

不限行业

不限层级

加入洞见专家团，与我们一起

——洞见趋势，研判未来



扫码  
报名

作为AI赋能的零售洞察公司，从2012年起，魔镜洞察核心团队就开始为品牌提供市场和消费者洞察服务。十余年来，魔镜洞察一直利用机器学习和AI算法，帮助品牌从海量的市场信息中提取高增长的、有投资价值的新机会。我们的研究覆盖了整个线上零售市场的各个细分行业和海量消费品牌。

通过saas系统和行业市场洞察，我们服务于**500+中国品牌**，见证他们从成长到成熟。

### 九大产品矩阵，多维度洞察市场

数字化产品矩阵，多维一体赋能企业洞察线上商业的外部环境，支撑品牌创新与孵化闭环

魔镜分析+

魔镜MMI

增长雷达

电商聆听

社交聆听

魔镜Oversea

股票洞察

魔镜价控

地域洞察

本报告为洞见研报制作，其版权归属洞见研报，任何机构和个人引用或转载本报告时需注明来源为洞见研报，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。任何未注明出处的引用、转载和其他相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。对任何有悖原意的曲解、恶意解读、删节和修改等行为所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任，并保留追究相关责任的权力。

本报告基于已公开的信息编制，但本公司对该信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，该等意见、评估及预测在出具日外无需通知即可随时更改。本公司将来可能根据不同假设、研究方法、即时动态信息和市场表现，发表与本报告不一致的意见、观点及预测，本公司没有义务向本报告所有接受者进行更新。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载观点、结论和建议仅供参考使用，不作为投资建议，对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。

# 洞见趋势 研判未来



APP (安卓&IOS)



微信小程序



微信公众号

——扫描二维码解锁百篇免费报告——