灼鼎咨询
APEX & CONSULTING

中国户外电器行业

——行业研究报告

发布时间：2024年5月

APEX & CONSULTING

户外电器　户外出行　精致露营　电商消费

扫码关注「灼鼎咨询」公众号免费领取行业报告
行业研究 | 共创报告 | 战略咨询 | 竞品调研 | 薪酬调研 | 上市辅导 .....
商务合作请简要描述需求至合作邮箱 collaboration@apexandconsulting.com

引言

- 户外电器是指设计用于户外环境的电器设备或电子产品，具备防水、防尘、耐高温和抗震动等特性，广泛应用于露营、野外探险等场景。随着中国经济的快速增长和居民可支配收入的提高，消费者对高品质生活的追求不断增强，户外活动如徒步、露营、自驾游等成为流行趋势。此外，快速发展的新能源汽车行业和逐渐成熟的户外移动电源行业，为户外电器行业提供了坚实的发展基础和发展的新动力，进而直接促进了户外电器行业市场的增长。本报告旨在深入探讨中国户外电器行业的现状与未来发展趋势，并重点介绍行业内不同领域的代表企业。

- **中国户外电器行业发展背景**：户外电器行业的快速发展，与消费者户外出行需求增长息息相关，诸如徒步、露营、自驾游、户外探险等户外文化潮流的兴起，极大程度上刺激了户外电器行业的需求，同时也为增长疲软的家电行业市场提供了新的高增长赛道。众多品牌的涌入以及露营经济的持续发展，令初步兴起的户外电器市场竞争愈发激烈，国内品牌通过技术创新和营销策略正逐渐占据更多市场份额。
- **行业现状与趋势**：户外露营文化的兴起极大地刺激了户外电器产品的需求，当前消费者在户外场景下的需求已经逐渐从“解决问题”等刚需，向着休闲娱乐、社交互动等方向转变，功能集成、个性化定制、使用便利、智能化、网联化的户外电器产品愈发受到消费者的追捧。同时，随着短视频、直播等新兴电子商务模式的兴起，C端线上销售或将成为未来的主流，其凭借自身声量优势，或将逐渐改变户外电器行业销售格局，助推户外电器行业市场规模持续高增长。
- **重点企业介绍**：对行业内不同领域代表企业进行深入分析，包括户外电源代表企业——正浩EcoFlow、户外娱乐电器代表企业——MIFA，户外生活电器代表企业——ICECO。其中，英得尔实业（广东）股份有限公司作为户外电器行业内领先企业，旗下品牌ICECO深耕户外电器行业近20年，凭借过硬的技术水平和丰富的行业经验，在户外冰箱、户外热水器等高需求户外电器品类中的优势显著。综合研发实力、技术优势、生产经营实力、产品销售情况等因素分析，ICECO品牌户外电器专家形象稳固，报告详细描述了ICECO的信息，展现了其在中国户外电器行业的专业性和领导地位。

目录

1 行业背景概述

2 行业现状与趋势

3 重点企业分析

PART 01

行业背景概述

行业概览：户外电器行业定义

——户外场景下的电器设备&电子产品

- 户外电器是指设计用于户外环境中的各种电器设备或电子产品，通常具有防泼溅、防尘、耐高温、抗震动等特性，以适应户外环境的变化和挑战。随着户外移动电源和新能源汽车等相关行业不断成熟，户外电器的基本用电问题逐渐解决，使得越来越多类型的电器开始出现在户外场景中。

户外电器使用场景&分类

- 户外电器广泛应用于露营、野外探险、郊游、户外运动等场合，提升消费者在户外活动中的便利性与舒适性。
- 常见的户外电器包括户外冰箱、户外热水器、户外驱蚊器、户外风扇以及各种便携、防水防尘的小家电等。

基本需求

户外冰箱

户外热水器

户外驱蚊器

户外风扇

娱乐需求

户外K歌设备

露营灯

户外投影仪

咖啡机

电茶壶

电烤炉/火锅

1 使用环境

- 家用电器：设计用于室内环境，如客厅、厨房、卧室等。
- 户外电器：专门设计用于户外环境，如露营、野外探险、郊游、户外运动等。

2 设计标准

- 家用电器：通常不需要考虑防泼溅、防腐蚀、耐高温等户外环境因素。
- 户外电器：需要有更高的防泼溅、防腐蚀、耐高温等标准，以适应户外多变的天气条件。

3 安全要求

- 家用电器：安全要求可能更侧重于防止触电、火灾等室内安全问题。
- 户外电器：除了室内的安全要求外，还需要考虑户外可能遇到的额外风险，如雷击、动物干扰等。

4 耐用性

- 家用电器：可能使用更轻便、美观的材料，但不一定需要非常耐用。
- 户外电器：通常使用更耐用的材料，以抵抗户外环境的侵蚀。

5 功能特性

- 家用电器：功能设计主要针对室内使用，不需要过多考虑环境变化。
- 户外电器：可能具有户外特有的功能，如防泼溅、防风、防紫外线等。

6 能源供给

- 家用电器：存在一定续航需求，但大部分为220V插电使用。
- 户外电器：大部分产品有较高续航要求，且除12V/24V车载供电和220V供电外，还存在户外电源、太阳能、燃气等能源供给方式。

资料来源：灼鼎咨询分析整理

行业发展历程：户外电器行业发展历程回顾

——从“刚需”到“玩乐”，户外电器迎来发展新阶段

- 户外电器行业的发展历史可以追溯到电器技术的早期发展，但其真正成为一个独立的行业并受到广泛关注可以追溯到20世纪中期以后。随着科技的不断进步和消费者对便利性的需求增加，户外电器行业进入了现代化阶段，相关产品开始向着智能化、便携式、节能环保等方向发展。

中国户外电器发展历程

起步阶段（20世纪80-90年代）

- 随着中国经济的改革开放，户外活动开始逐渐流行，户外电器市场开始萌芽。
- 主要产品多为简单的手电筒、露营灯等基础照明和取暖设备。

成长阶段（21世纪初）

- 国内消费者对户外活动的兴趣增加，户外电器需求逐渐增长。
- 国内外品牌开始关注市场并推出针对性产品，产品种类和质量得到提升。

发展放量阶段（2010-2020年）

- 随着互联网的普及和电子商务的发展，户外电器市场迅速扩大。
- 国内品牌通过技术创新和营销策略逐渐占据更多市场份额，产品线更加丰富。

快速增长阶段（2021年至今）

- 从疫情封控开始，在旅游出行受限背景下，户外运动已逐渐从小众文化发展为新的文化潮流，户外电器需求快速增长。

资料来源：中国国家统计局发布的相关消费品市场统计数据，灼鼎咨询分析整理

行业背景：多因素共同助推行业发展

——经济快速增长诞生新需求，多因素共推行业蓬勃发展

- 随着中国经济飞速增长，居民可支配收入不断提高，消费者对于生活品质的追求和娱乐需求日益增强。这种消费升级推动了户外电器市场的发展，人们愿意为追求高质量的户外生活体验投入更多关注与资金。

户外活动的普及

- 近年来，人们越来越倾向于通过户外活动来放松身心，徒步、露营、自驾游等户外活动大受欢迎。这直接促进了户外电器产品的需求增长。

旅游产业的发展

- 旅游业作为国民经济的重要支柱产业之一，政策扶持和基础设施建设推动其快速发展。户外旅游作为旅游业的一个重要分支，也为户外电器市场带来了巨大的增长空间。

电子商务的兴起

- 互联网的普及和电子商务平台的发展，极大地方便了消费者购买户外电器。在线购物的便捷性和价格优势使得户外电器更加容易被广大消费者接受。

技术创新与产品多样化

- 科技的进步使得户外电器产品不断更新换代，功能更加多样化，性能更加优越。各类创新产品满足了消费者对于便捷性和实用性的需求。

国际品牌的影响

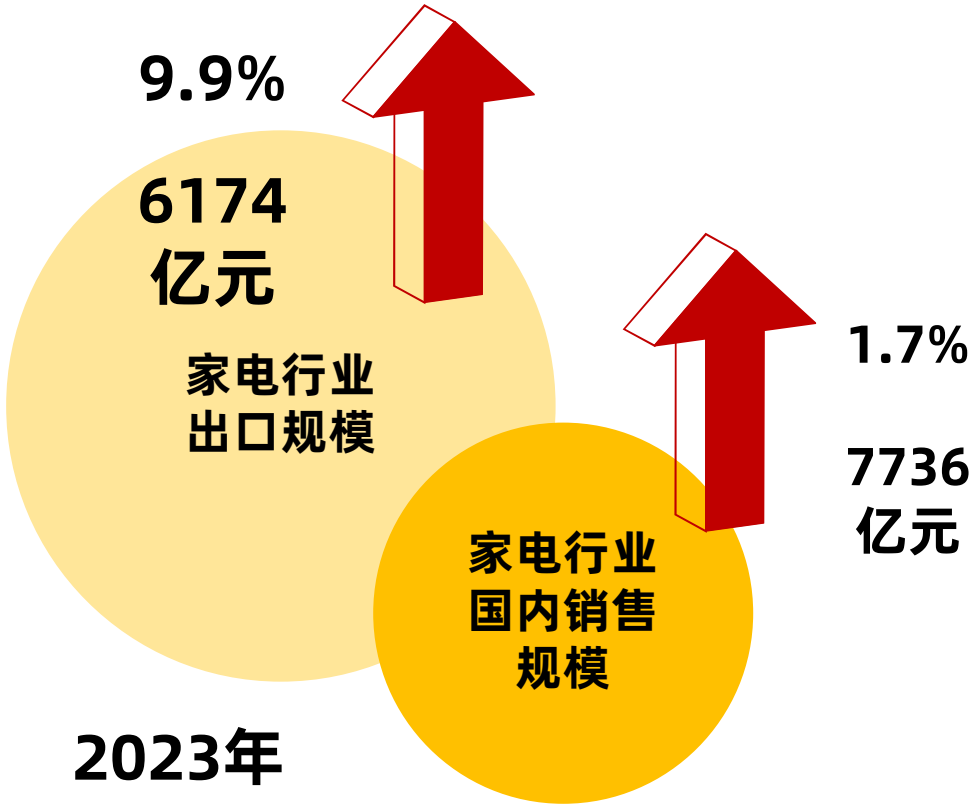
- 国际户外电器品牌的进入带来了先进的产品设计理念、严格的质量控制标准和成熟的市场营销策略，对中国本土户外电器产业的发展产生了积极影响。

资料来源：行业标准信息服务平台，灼鼎咨询分析整理

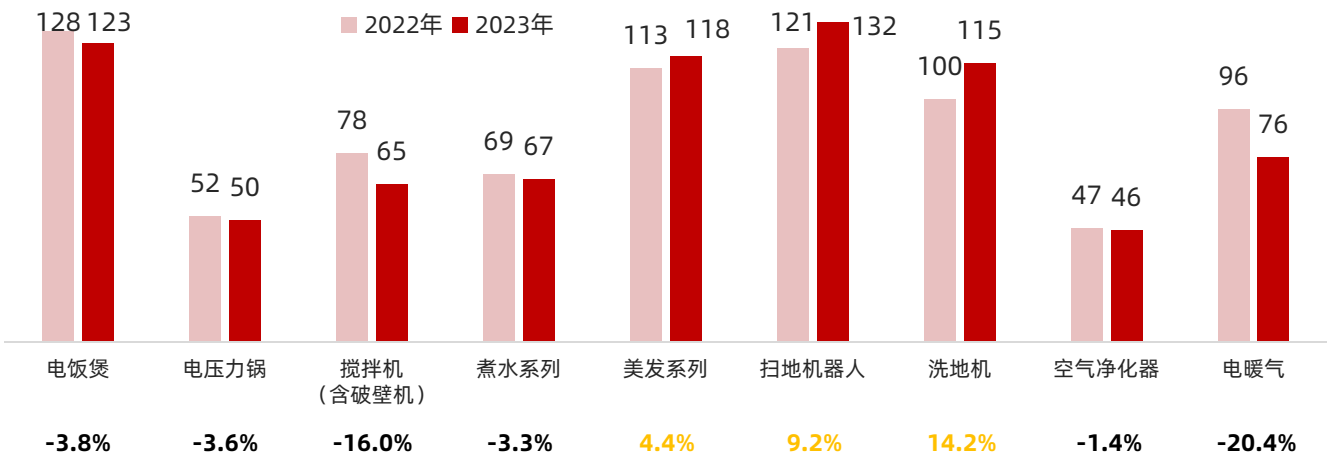
行业背景：家电行业亟需增长新动力

——家电行业增长有限，户外电器或成新增长点

- 家电作为成熟的消费品，在我国居民家庭中有着很高的保有量，当前我国家电行业市场需求已逐渐趋向饱和，在高基数背景下呈现需求不足的局面，2023年中国国内家电零售额达7736亿元，同比增长1.7%，对外出口规模达6147亿元，同比增长9.9%。在行业增长有限、市场竞争日益激烈背景下，处于起步阶段的户外电器行业凭借自身高增长空间和高增长需求优势，或将成为家电行业增长新动力。



2023年生活电器部分品类市场规模（亿元）



- 随着居民出行需求集中释放，消费者对居家场景的关注减少，叠加过去三年对生活电器需求的部分透支，2023年我国生活电器整体销售出现下滑，各品类增长情况不佳。
- 随着户外运动、露营等活动兴起，消费者对户外电器的关注程度和需求量逐渐爆发，相关市场迅速扩张。在激烈的行业竞争下，许多成熟家电厂商纷纷选择转向户外电器赛道，借助自身品牌体量和成熟技术，开拓户外电器这一高增长空间细分市场。

资料来源：全国家用电器工业信息中心，海关总署，灼鼎咨询分析整理

行业背景：户外运动市场快速增长

——中国户外运动发展为户外电器发展带来新机遇

- 中国户外运动产业在多个方面呈现出快速增长的趋势。在现代社会中，运动与日常生活的界限日益模糊，户外运动的概念也在不断扩展并日常化。随着户外运动细分市场的增加，为户外电器行业带来了新的机遇。
- 露营、越野、垂钓、骑行等活动已成为户外爱好者的“新宠”。户外旅游作为户外运动的延伸，已经成为一种提升生活品质、兼具娱乐和休闲属性的生活方式。户外电器正逐渐成为这种生活方式中不可或缺的一部分，满足了消费者对便捷、多功能和个性化的需求。

- 根据2023年10月发布的《中国户外运动产业发展报告（2022-2023）》，中国户外运动产业正在逐步恢复，并迎来历史性发展机遇。
- 截至2023年，中国户外运动产业总规模已达到1.2万亿。预计到2025年，中国户外运动总规模将超过3万亿。

中国户外运动产业总规模

- 户外运动在体育产业占比**60%**
- 户外运动参与人数**超过4亿人**

- 户外生活的概念体现在个体与大自然的连接。强调与自然的和谐相处、积极体验自然环填以及实现身体、心灵和社会的平衡。
- 受各种户外活动的爆发性增长、市场规模扩大、设施建设增加、教育普及以及赛事发展成熟等因素影响，我国户外运动的受众人群呈现全年龄向大众化、轻量化的特点，消费能力强，且各平台传据影响力逐步扩大。

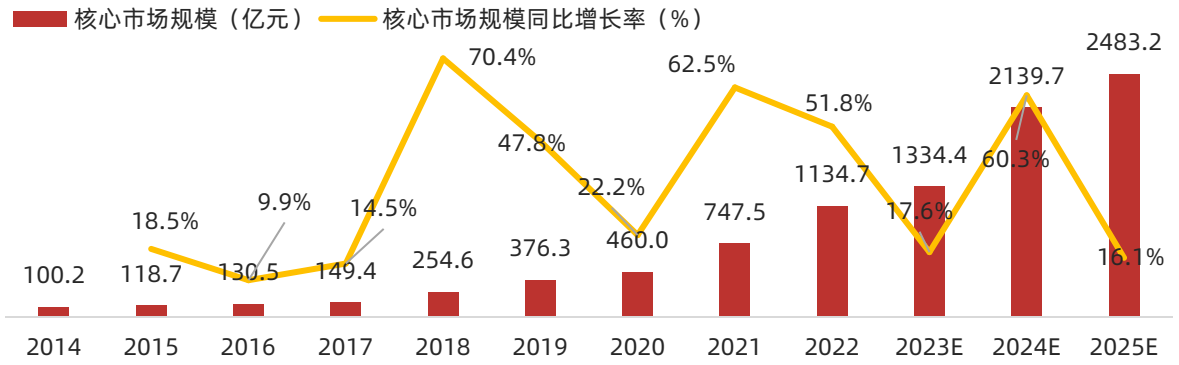
资料来源：国家体育总局，国家发展改革委，灼鼎咨询分析整理

行业背景：户外及露营需求增长

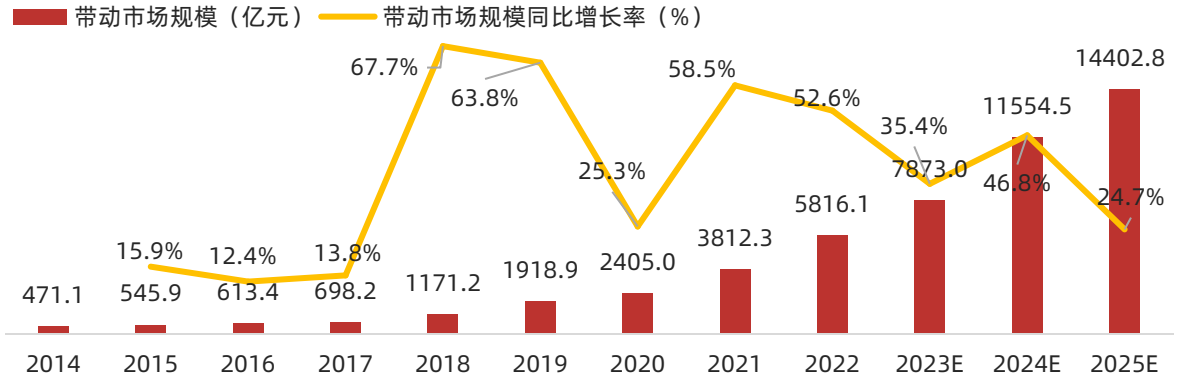
——露营文化兴起，户外电器市场遇见新机遇

- 随着消费者户外活动兴趣和意识的提升，野营、露营、徒步旅行等户外活动逐渐成为新消费场景，驱动了户外电器产品市场需求的持续增长。尤其是露营文化的兴起，多样化户外电器需求涌现，在新兴旅游业态和国家相关政策的大力支持下，预计至2025年，中国露营经济核心市场规模可达2483.2亿元，带动市场规模或将接近1.5万亿水平。

2014-2025年中国露营经济核心市场规模



2014-2025年中国露营经济带动市场规模



户外活动与露营相关政策汇总

发布时间	发布机构	政策/会议	相关内容
2022年11月	文化和旅游部等十四部门	《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》	优化规划露营地布局，扩大露营服务供给，提升营地服务品质，推动露营旅游休闲全产业链发展，鼓励各地用好相关政策，支持经营性营地项目建设。
2022年10月	国家体育总局、国家发展改革委等八部门	《户外运动产业发展规划（2022年-2025年）》	明确提出了优化露营产品供给，鼓励开放郊野公园提供露营服务，在城市郊野、农村地区等建设更多露营基地。推动露营基地完善配套服务设施，开展多种户外运动项目等。
2022年3月	中共中央办公厅、国务院办公厅	《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》	完善户外运动配套设施。加强冰雪、山地等户外运动营地及登山道、徒步道、骑行道等设施建设。
2022年1月	文化和旅游部、国家发展改革委、国家体育总局	《京张体育文化旅游带建设规划》	发展草原生态运动区。包括张北县，与沽源县、康保县、尚义县等联动发展。充分发挥草原天路品牌影响力，以张北中都草原、尚义运动草原、河北黄土湾国家草原自然公园等为支撑，大力发展草原运动、自驾车房车旅游、低空旅游、避暑度假等业态。
2021年12月	国务院	《“十四五”旅游业发展规划》	推进绿道、骑行道、游憩道、郊野公园等建设，提升游客体验，为城乡居民“微度假”、“微旅游”创造条件。推进自驾车旅居车旅游，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，推出一批自驾车旅居车营地和旅游驿站。
2021年10月	国家体育总局	《“十四五”体育发展规划》	研究建立国家步道体系，鼓励社会力量参与建设1万个户外运动营地；积极推动可利用的水域、空域、森林、草原等自然资源向户外运动开放，选取部分区域开展试点等。
2021年6月	文化和旅游部	《十四五文化和旅游发展规划》	推动自驾车旅居车营地和线路建设；认定一批高等级自驾车旅居车营地，推广自驾游精品线路，支持营地合理设置与自驾车旅居车相配套的服务设施。

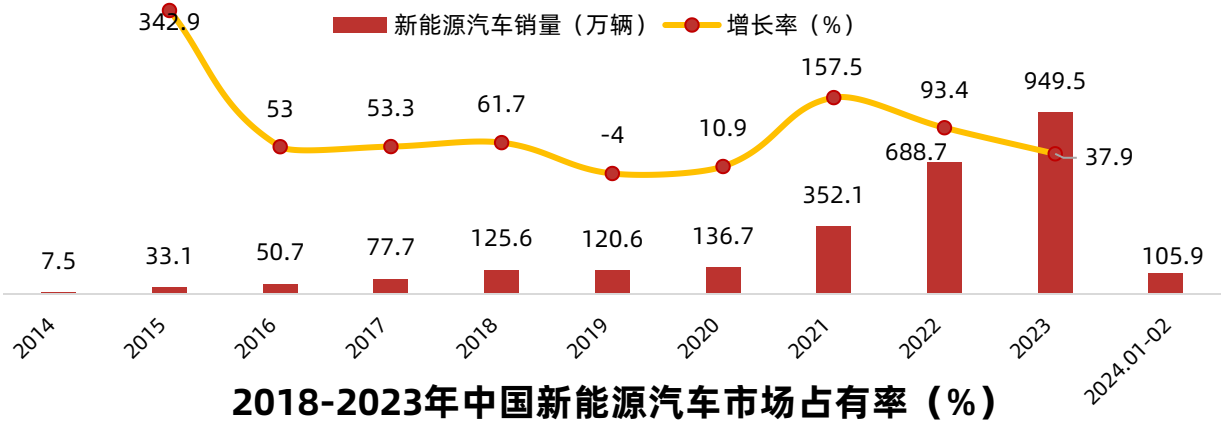
资料来源：艾媒数据中心，政府官网，灼鼎咨询分析整理

行业背景：汽车后市场需求增长

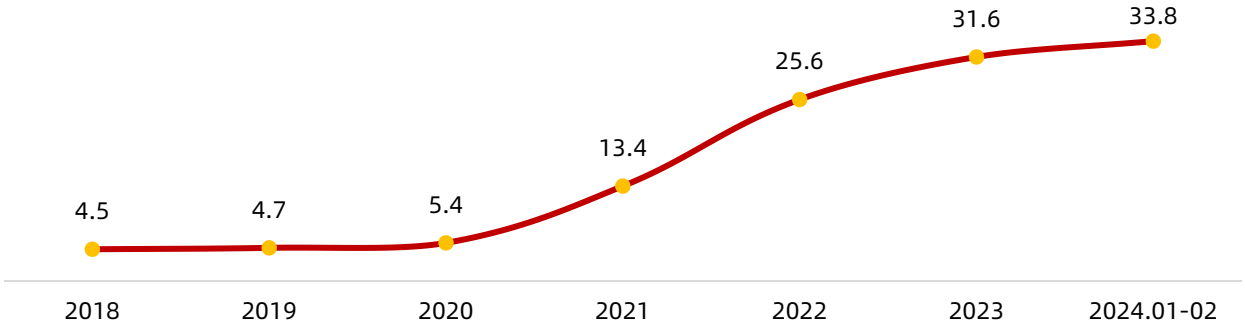
——汽车后市场需求持续增长，新能源崛起带动技术革新

- 中国汽车保有量的稳步上升为汽车后市场迎来多元化发展提供了基础，其中新能源汽车起着异常重要的拉动作用。对于消费者而言，汽车也不再是简简单单的代步工具，正从以往单纯“以车为中心”的出行工具转变成“以人为中心”的“移动第三空间”。截至2022年中国汽车后市场行业规模达到1.21万亿元，未来中国汽车后市场行业规模有望实现进一步扩大。

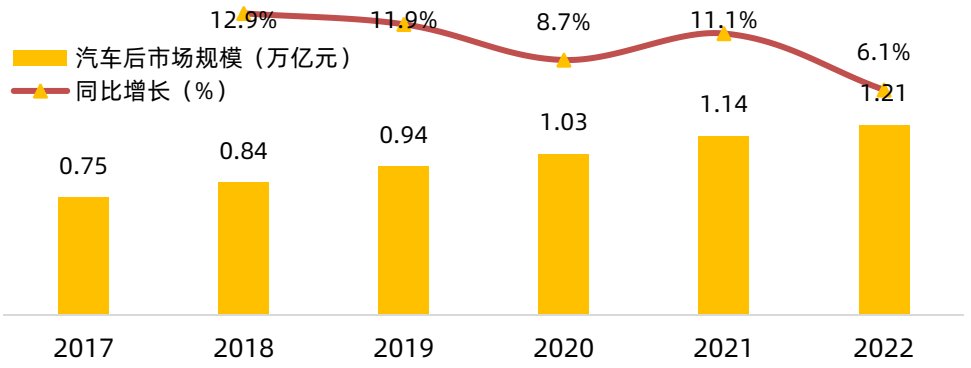
2013-2023年中国新能源汽车销量及其增长率变化情况



2018-2023年中国新能源汽车市场占有率（%）



2017-2022年中国汽车后市场规模变化情况



新能源崛起带动行业技术革新

- 相较于传统燃油车通过内燃机发电等方式供电，新能源汽车在电池容量、电压水平、线束标准等方面存在较大优势，这与户外电器的供电与用电需求高度契合，也为消费者提供了更多的户外电器使用选项，侧面带动了行业市场的技术革新。

资料来源：中国汽车工业协会，乘联会，灼鼎咨询分析整理

行业背景：户外移动电源解决“后顾之忧”

——户外移动电源解决基本用电问题，为户外电器行业发展筑基

- 随着电池与储能技术地不断成熟，户外移动电源行业已逐渐从充电时间过长、设计过于工业风的“大型充电宝”阶段，迈向户外休闲场景“刚需”阶段，该品类市场也逐渐进入更多普通消费者的视野。作为重要的“能源”供应站，户外电源高效便利地解决了消费者在露营场景下的高电力需求问题，同时也为户外电器行业提供了坚实的发展基础。

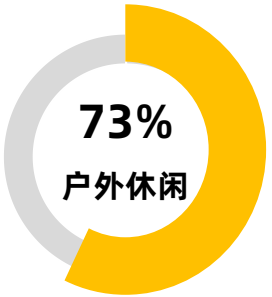
户外电源定义

- 户外移动电源，又称为户外便携电源、便携式储能电源，一种内置锂离子电池的小型储能设备，可以提供稳定交流/直流电压输出的电源系统，具有大容量、大功率、安全便携等特点。
- 其电池容量一般在100Wh-2000Wh，配有 AC 输入，DC 输入，AC 输出，USB /Type-C 输出等多种接口，适用于户外出游、户外作业，应急救灾、医疗抢险等多种场景。

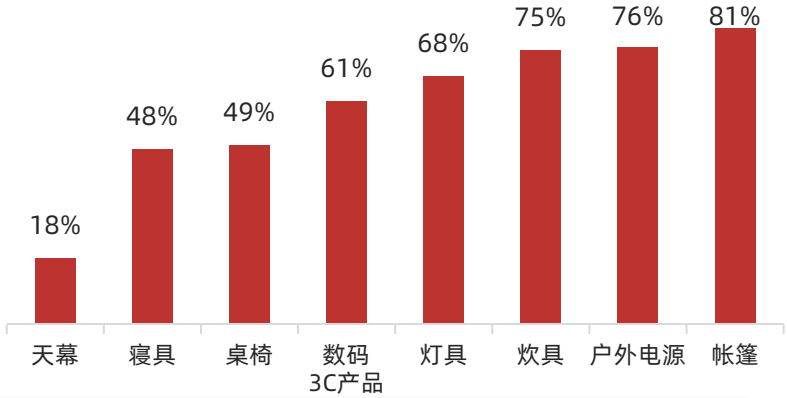
主要应用场景

- 户外活动
- 家庭应急
- 户外作业
- 抢险救灾

消费者使用户外电源场景



消费者进行户外休闲活动时倾向带上的装备



- 户外电器本质上是以电能为能源工作的便携式电器，相较于太阳能、燃气等辅助补能方式，户外移动电源可以为其提供最为直接的能源供给，高效还原用电设备的基础使用场景。
- 户外移动电源行业的成熟解决了户外电器的最基本用电问题，进而推动了户外电器行业产品的多样化和普及性，助力户外电器行业规模持续增长。

资料来源：CBNData，灼鼎咨询分析整理

PART 02

行业现状与趋势

行业市场概览：高需求品类

——高品质生活需求助力部分品类优先成熟

- 在户外电器广泛的细分品类中，消费者对满足其在户外活动中“衣食住行”等方面直接需求的品类需求度最高，以ICECO为代表的成熟户外电器企业选择优先扩展诸如户外冰箱、户外热水器等品类市场，凭借自身技术实力与行业经验占据行业头部地位。

满足多场景需求

- **需求解决**：与户外驱蚊器、户外风扇等小家电相比，户外冰箱和户外热水器解决的是食物保鲜、洗澡洗漱等衣食住行方面直接需求。
- **多场景适配**：户外冰箱与户外热水器的适用场景较为丰富，从食物保鲜与冷藏，到户外洗澡洗漱，甚至临时充当洗车机，多场景需求均可得到有效满足。

提升户外活动体验

提升生活品质

保鲜　速热
冷藏　沐浴
凉爽　洗漱

- 无论是与家人朋友一起露营、野炊，还是在户外露天聚会中享受美食美酒，都离不开户外冰箱和户外热水器等便利的户外电器产品的支持，为户外活动增添了更多的乐趣和美好回忆。

产品功能成熟

需求稳定且广泛　行业标准建立
针对性产品诞生早　上下游配套完善
市场细分明确　……

户外冰箱

户外热水器

- **便携性**：多为轻便、紧凑设计，方便携带与移动，满足多场景使用需求。
- **大容量**：储存空间大，满足户外活动中对食物/饮料的储存需求和用水需求。
- **环境适应性强**：良好的防水防尘设计，在户外场景和恶劣工况下的表现良好。
- **多能源供给**：能源供给方式多样，除12/24V车载供电外，可支持太阳能、燃气等方式供能，提供多种选择全方位保障使用。

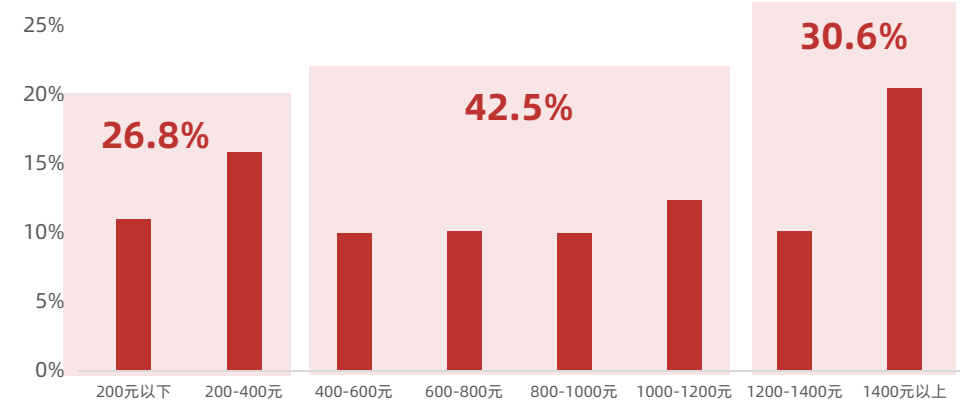
资料来源：灼鼎咨询分析整理

行业市场概览：户外电器市场情况

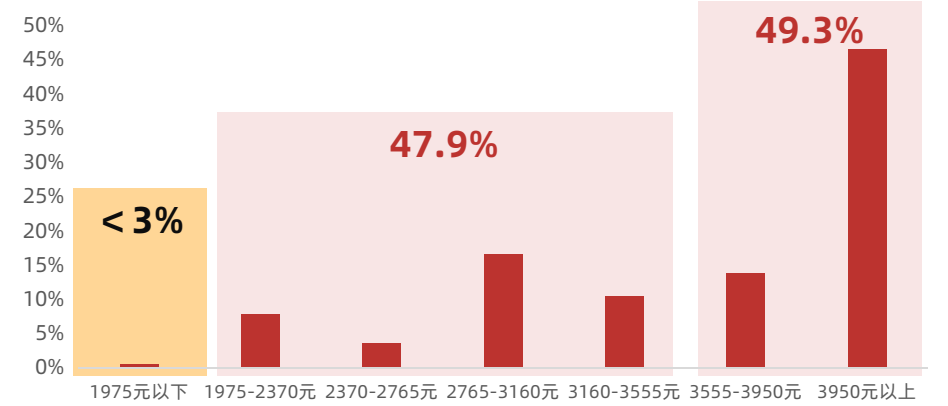
——行业市场竞争激烈，“品质”助力差异化竞争

- 中国户外电器行业市场竞争态势较为激烈，丰富的品类和较低的准入门槛加剧了品牌间的竞争。随着消费者购物习惯改变，产品信息透明度高、销售渠道多样化、促销和营销策略灵活的C端线上销售在中国户外电器行业市场中具有较高的重要性和占比。

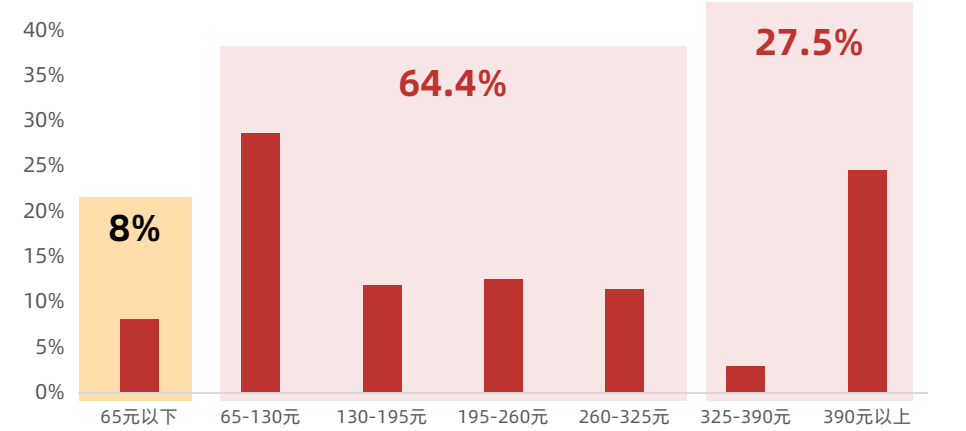
2023年户外冰箱品类线上销售额分布情况



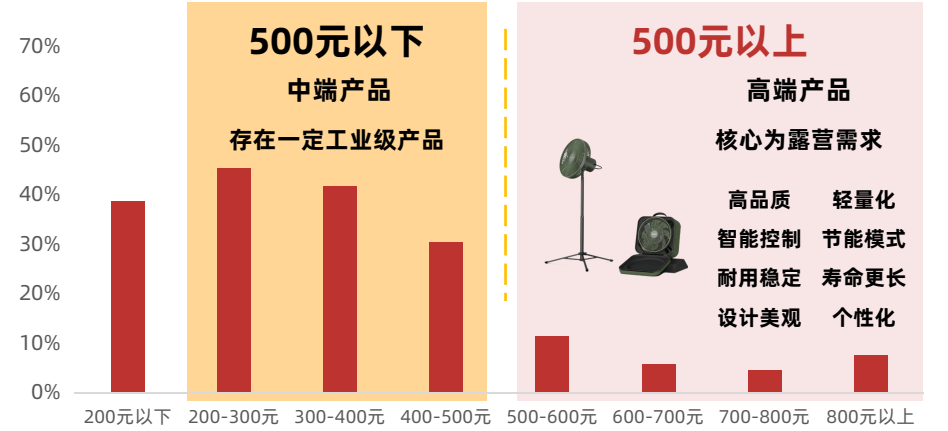
2023年户外热水器品类线上销售额分布情况



2023年户外驱蚊器品类线上销售额分布情况



2023年户外风扇品类线上销售额分布情况



资料来源：魔镜数据，灼鼎咨询分析整理

价格分布

- **户外冰箱**：户外冰箱品类销售额分布较为均衡，各价位段产品均有不错的市场表现，其中1200元以上高价位区间占比超30%，消费者为**“高价高质”**产品付费意愿较高。
- **户外热水器**：户外热水器品类市场**低端产品**市场表现较差，其中1975元以下产品销售额占比不足3%，而3555元以上**高端产品**占据了**接近一半**的市场，**消费者为高品质产品买单的意愿较高**。
- **户外驱蚊器**：作为户外场景下的刚需之一，消费者对**优质驱蚊类产品的购买意愿更加强烈**，**中腰部产品**市场表现较好，随着户外需求不断增长，或将推动325元以上**高端产品**占据更大的市场份额。
- **户外风扇**：户外风扇品类市场**“两极分化”**现象明显，**中端产品商用**场景较多，多以**工业级产品**形式实现**“平替”**，而高端产品主要应用于**露营**等场景，伴随消费者多样化、个性化需求增长，**高端产品或将抢占更多市场份额**。

发展趋势洞察 01：

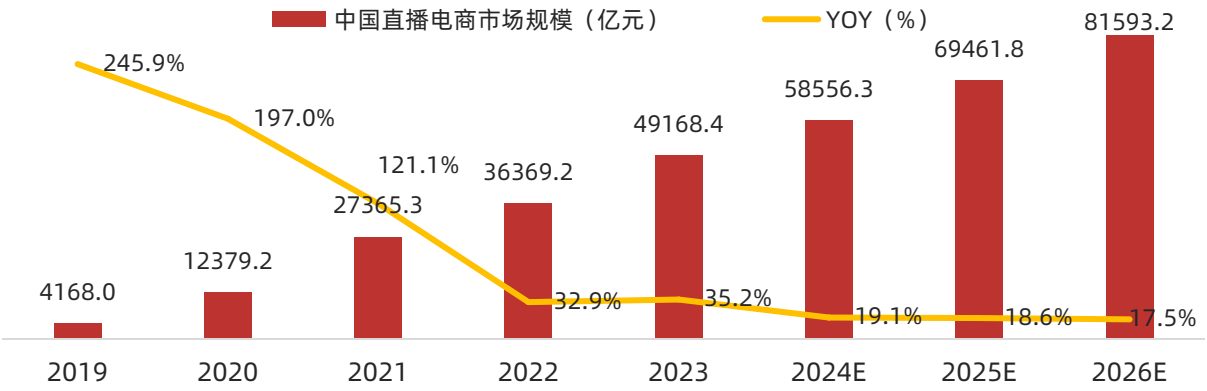
——C端需求带来增长新动力，短视频平台声量&带货并举

- 随着电子商务的不断发展，诸如短视频与直播等新兴渠道在为线上销售带来变革的同时，也为中国户外电器市场带来了新的增长动力。以抖音为代表的短视频电商平台GMV增长趋势亮眼，未来有望凭借短视频自身声量天赋，通过直播带货形式助推户外电器行业市场持续高增长。

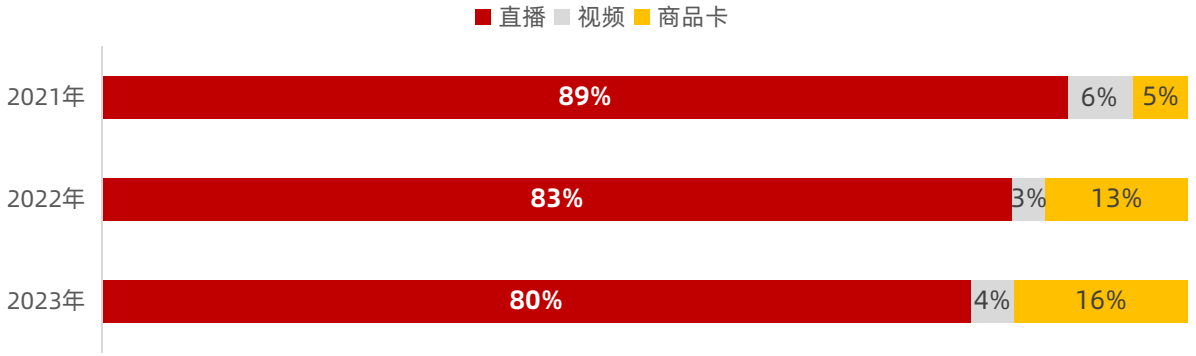
2023年中国电商TOP10GMV规模及增长情况

公司名称	2023年GMV（亿元）	同比增长
阿里巴巴	71854	-3%
拼多多	40451	31%
京东	35394	2%
字节电商	22000	47%
快手电商	11947	33%
SHEIN	3000	43%
美团电商	2550	35%
唯品会	1922	13%
京东到家	785	24%
得物	779	15%

2019-2026年中国直播电商市场规模及预测



2021-2023年抖音各销售渠道GMV占比分析



资料来源：CNNIC，Mob研究院，公司财报，海豚智库，新茅榜，艾瑞咨询，飞瓜数据，灼鼎咨询分析整理

发展趋势洞察 02：

——消费者需求多样化，功能集成、个性化定制、使用便利或成新趋势

- 户外露营文化的兴起极大地刺激了户外电器产品的需求，当前消费者在户外场景下的需求已经逐渐从“解决问题”等刚需，向着休闲娱乐、社交互动等方向转变，新的消费场景和消费趋势会进一步催生强针对性户外电器的出现，也会带动已有家电品类新功能的诞生。

个性化定制和用户体验

- **个性化需求增加**：随着消费者对个性化的追求，未来的户外电器产品更加注重产品的个性化定制，满足不同用户的需求。
- **用户体验优化**：产品设计和功能优化将更加注重用户体验，包括人机交互界面的设计、产品的易用性和舒适性等方面的改进。

多功能性和融合发展

- **产品多功能化**：未来的产品可能会具备更多功能，例如，一款户外电器可能集成了照明、娱乐、通讯等多种功能，满足用户在户外活动中的各种需求。
- **IP联名**：不同类型的户外电器产品可能会实现跨界融合，通过与消费品、奢饰品、文创等进行IP联名，在满足消费者个性化需求的同时，创造市场话题与热度，提升产品销量和市场竞争力。

使用与能源供给便利

- **使用便利**：户外电器涵盖了较多诸如露营、野外探险、郊游等娱乐出行场景，消费者在增强体验的需求下对便携式、易于携带和操作简单的户外电器的需求日益增加。
- **多方式能源供给**：相对恶劣的使用环境导致户外电器存在续航短、不便携带、功能不足、运行不稳定等痛点，多数情况下会面临电力供应有限的情况，因此产品设计或将偏向电池、外接电源、燃气、太阳能等多能源供给冗余。

资料来源：灼鼎咨询分析整理

发展趋势洞察 03：

——“智能化”浪潮已至，户外电器发展机遇来临

- 智能化将是户外电器产品发展的主要方向，通过与互联网连接，用户可以实现远程控制和监控，提升使用体验，并为厂商提供个性化服务的机会。同时，产品可以关注节能环保，采用高效能源利用技术和可再生能源，如太阳能板等发电装置。

智能化和互联网化

- **智能功能增加：** 未来，智能化将成为户外电器产品的主要发展方向。例如，户外电器可能配备智能导航系统、健康监测功能等，同时可能具备远程控制、语音助手等智能功能。
- **互联网连接：** 通过与互联网连接，用户可以远程控制和监控户外电器产品，实现更加便捷的使用体验。同时，互联网连接也有助于产品厂商收集用户数据，提供个性化的服务和定制化的产品。

远程操控　能源管理　数据反馈

自动化操作　安全保护　智能互联

政策支持	中国制定了一系列如《节能法》、《环境保护法》等促进节能环保的政策法规，鼓励企业开展节能环保技术研发和应用。
财政补贴	政府对于符合节能环保标准的企业提供财政补贴，用以支持其投资节能环保设备、技术改造和项目建设。
税收优惠	对于符合节能环保标准的企业，政府给予税收优惠政策，如减免或减按税率征收企业所得税等。
绿色金融支持	政府鼓励金融机构开展绿色金融业务，为节能环保企业提供贷款、融资、债券发行等金融支持。
技术创新奖励	政府设立了节能环保技术创新奖励基金，对于取得重大技术创新成果和应用的企业给予奖励和支持

节能环保和可持续发展

- **节能技术应用：** 未来的户外电器产品将更加注重节能和环保，采用更加高效的能源利用技术和材料，降低能源消耗和环境污染。
- **可再生能源应用：** 太阳能、风能等可再生能源的应用将成为未来的趋势，户外电器产品可能会采用太阳能板、风力发电装置等，以实现自给自足和绿色环保。

资料来源：灼鼎咨询分析整理

PART 03

重点企业分析

重点企业分析：户外生活电器——ICECO

——公司情况概述

- ICECO为英得尔实业（广东）股份有限公司旗下子品牌，母公司成立于2005年6月，是一家专注研发与生产车载冰箱的行业领先面向全球的专业制造商。首期园区占地面积88亩，建筑面积超10万平方米，拥有行业领先的专业实验室及智能生产线。公司分为前装定制、零售品牌、OEM/ODM三大板块业务。

- 企业文化：**英得尔**秉承“**认真、努力、规范、合作、创新**”的企业文化，让每一位客户满意是每一位英得尔人的奋斗目标。
- 企业使命：让**汽车**生活更美好。
- 企业愿景：使**车载冰箱**成为**汽车标配。**

2005
成立于广东中山

2007-2010
获得ISO9001、ISO14001、IATF16949体系认证

2013
获得国家高新技术企业认定、BSCI商业社会标准认证

2014
签约福建奔驰(第一个乘用车前装项目）

2015
广东省工程技术研究中心、中山市市级企业技术中心

2017
荣获福建奔驰优秀供应商大奖

2018-2019
明星彭于晏为品牌代言；T20获得美国IDEA大奖与德国红点奖

2020
英得尔主导起草《车载冰箱》行业标准

2021
自主建设实验室，获得INTERTEK、DEKRATMP认可；签约高合(第一个新能源乘用车项目）；签约理想(第一个全系标配的新能源汽车项目）

2022
签约捷豹路虎(第一个海外乘用车项目）；签约日本丰田(第一个日系乘用车项目）；启动一期工改，新建办公楼与3万平方厂房，单班年产能超150万台；荣获小鹏汽车第一届“鹏翼杯”铜翼奖

2023
收购英国本地服务商Goldfinch公司，成立英国子公司；荣获理想汽车“技术贡献奖”

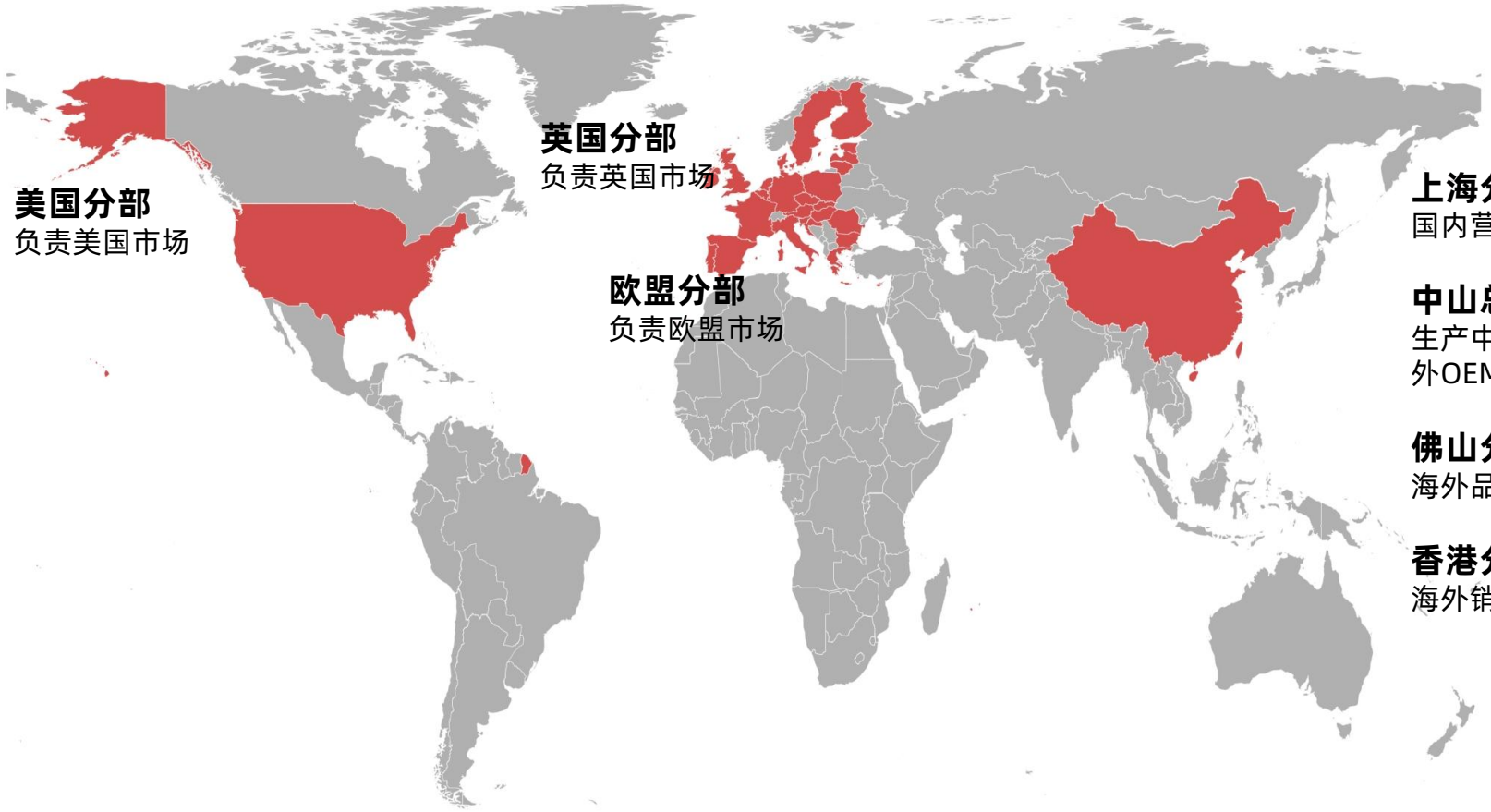
2024
荣获一汽解放2023年度“供应保障奖”、哪吒汽车“优秀合作奖”；荣获中山火炬高新区2023年十亿元企业突破奖

资料来源：公司官网，灼鼎咨询分析整理

重点企业分析：户外生活电器——ICECO

——公司生产经营情况

- ICECO隶属于英得尔实业（广东）股份有限公司，专注户外电器产品的研发、生产与销售19年，总部位于广东中山，分别在上海、佛山、香港、英国、美国等国家或地区设立分部，拓展全球业务。



上海分部
国内营销中心、创新中心

中山总部
生产中心、技术中心、海外OEM销售中心

佛山分部
海外品牌中心

香港分部
海外销售中心

资料来源：公司官网，灼鼎咨询分析整理

重点企业分析：户外生活电器——ICECO

——品牌产品介绍

- ICECO品牌在户外冰箱、户外热水器、户外驱蚊器和户外风扇等户外电器方面，以其创新技术和可靠品质，提升了消费者的户外生活体验，推动了户外电器市场的多样化和智能化发展。

户外冰箱

J20 露营冰箱

- 高端铝镁材质，有质感的精致露营。
- 小于32分贝，车/帐睡眠不打扰。

APL55F35/45/60/75/90 越野冰箱

- **全金属机身**：耐颠簸耐高温，适合极限环境。
- **60h高效保温**：高密超微孔高压材料，极度保温体验。

✓ 以其耐用性和高效的冷却性能，为户外活动提供了保鲜解决方案。

✓ 无论是露营、野餐还是海滩度假，都能确保食物和饮料的新鲜和安全。

户外驱蚊器

- 可定时三档驱蚊16～36平方米。
- 13400mAh大容量，续航8小时。

✓ 采用环保和安全的配方，有效驱赶蚊虫，保护用户免受虫咬困扰，提升户外休闲时光的舒适度。

户外热水器

- **极速加热**：10秒出热水，畅快淋浴体验。
- **家庭式淋浴**：6200W热负荷，大流速恒温供水。
- **高效节能**：230g普通气罐可用50分钟，供4人洗澡。

✓ 专注于节能和即热技术，为用户提供快速、稳定的热水供应，同时降低能耗，满足户外环境对环保和效率的要求。

户外风扇

- 大角度摇头落地扇，可抬高至1.5m
- 18000mAh大容量，续航可达20h
- 低档位噪音小于30dB，睡眠无扰
- APP定时开关，远程调节风速

✓ 以其便携性和强大的风力，为用户提供凉爽的户外体验，无论是在炎热的夏季还是室内通风不良的环境中，都能带来舒适的凉风。

资料来源：公司官网，灼鼎咨询分析整理

重点企业分析：户外生活电器——ICECO

——品牌影响力

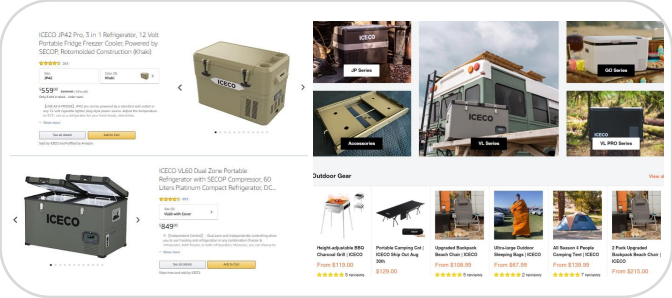
- ICECO品牌在中国市场凭借高品质户外电器产品积累了庞大的用户群体，通过与户外领域达人的合作策略有效提升了品牌知名度和信任度，同时其在海外市场的布局进一步巩固了其**户外电器专家**形象，使其成为户外爱好者和专业人士的首选。

- 亚马逊高端市场占比**50%**
- 产品数量**200+**
- 畅销国家数量高达**66个**
- 专利数量达至**263项**

多个平台布局

ICECO品牌通过在多个社交媒体平台上的策略性布局，不仅增强了品牌的市场影响力，而且通过与年轻消费者的互动，为品牌的长期发展和国际化战略奠定了坚实的基础。

海外市场进军



品牌声量

ICECO品牌通过与户外领域的知名达人和意见领袖合作，有效地扩大了其品牌影响力。这些达人通过社交媒体和户外活动分享使用ICECO产品的体验，吸引更多消费者的关注，提升品牌的知名度和信任度。

- ICECO作为英得尔旗下的户外电器品牌，在中国及海外市场深耕多年，积累了大量的忠实用户。通过提供高品质的户外电器产品，如户外冰箱、户外热水器等，ICECO赢得了良好的口碑和显著的市场份额，成为户外爱好者在户外活动和冒险活动中的首选品牌。

资料来源：公司官网，灼鼎咨询分析整理

重点企业分析：户外电源——正浩EcoFlow

——公司情况概述

- 深圳市正浩创新科技股份有限公司成立于2017年，正浩EcoFlow以“注力未来”为愿景，致力于创造便携可持续的新能源解决方案，为全球用户开拓清洁普惠的电力新生态，当前已成长为移动储能与清洁能源行业的全球先行者。同时，正浩EcoFlow还致力于构建“发电+储电+用电”生态，在空间上覆盖家庭空间、移动空间与户外空间，在流程上从发电、储电延伸到用电领域，不断研发创新清洁能源产品与技术，为全球用户打开新的未来。

2017年

品牌创始人王雷开始创业，正浩EcoFlow正式在深圳诞生，并亮相美国CES发布第一款产品RIVER。

2018年

先后完成了Pre-A轮和A轮融资，并且在创新中国(Demo China）中崭露头角，携带其移动储能方案获得当年全国总冠军。

2019年

正式推出了第一款DELTA产品，其快充功率达到当时各厂商同级别产品充电功率的10-20倍，能够1小时充满80%，1.6小时完成充电。

2020年

荣获“国家高新技术企业”，正式进入中国市场，半年跻身中国户外电源TOP品牌睿RIVER再次刷新Makuake历史销量纪录。

2021年

获得超过1亿美元融资，入选知名创新企业榜单MIC50，以及21世纪全国创新公司50强，同时还跻身全球知名众筹平台KickStarter全球科技类项目TOP1。

2022年

入选为最受德国消费者欢迎产品、2022谷歌x凯度Brandz中国全球化品牌50强；同时荣获红点、iF设计奖。 在618电商促销季中，正浩为天猫、京东、抖音三大电商平台户外电源品类销售额TOP1。

2023年至今

持续丰富用电生态，发布岚Wave户外移动空调、户外移动冰箱凌GLACIER等产品，布局新能源用电生态。

资料来源：公司官网，灼鼎咨询分析整理

重点企业分析：户外电源——正浩EcoFlow

——品牌营销

- 正浩EcoFlow在2017年面世后，选择先在海外市场布局，依靠众筹平台收集了大量用户反馈，凭借平台推荐取得了不错的口碑。体量达到一定程度后，为了在维系老用户的同时，获取更多新用户，正浩EcoFlow针对不同社交媒体的特点，定制了不同的营销策略。

- Prime Day两日销售额：**1.95亿**
- 全球产品用户**200W+**
- 畅销国家数量高达**105个**
- 专利数量达至**1619项**

渠道：海内外并举，线上线下并行

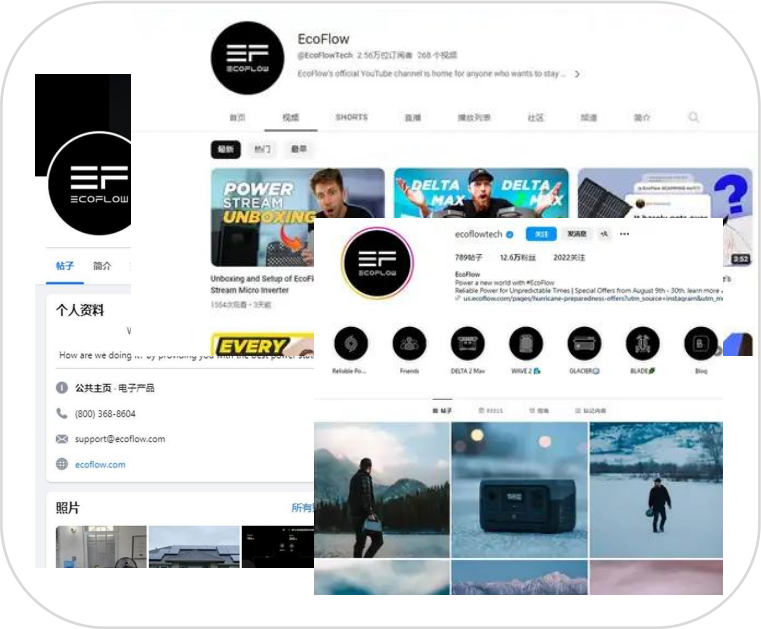
- 应对不同市场区域用户不同的用电需求，正浩EcoFlow采用不同的市场策略。以渠道为例，在海外和国内市场均会入驻主流线上平台，覆盖大部分用户群。
- 线下渠道则会根据不同地区的市场特点，选择重点渠道，比如海外会与Walmart、Costco等商超合作，从而覆盖家庭群体；国内则会选择三夫、迪卡侬等户外集合店合作，帮助覆盖户外用户群体。

线下渠道

线上渠道

社媒布局：因地制宜

- YouTube以长视频内容为主，用户中不乏许多科技发烧友。因此，正浩EcoFlow在该平台的营销风格更为理性。侧重介绍产品参数和功能，强化用户对产品的了解。
- Instagram以图片、短视频等内容为主，总体风格偏轻松，正浩EcoFlow在该平台主打感性营销，呈现山、海、等户外场景的美景为主。



- 正浩EcoFlow通过精心策划的海外网红营销策略成功地提高了其在全球市场上的知名度和市场份额。其对目标受众的深入了解，以及与合适的网红和平台的成功合作，使其在这一高度竞争的市场环境中脱颖而出。而其持续的分析和策略调整确保了其营销努力始终与市场需求保持同步。

资料来源：公司官网，Morketing Global，印马MCN，灼鼎咨询分析整理

重点企业分析：户外娱乐电器——MIFA

——公司情况概述

- MIFA是深圳摩科创新科技有限公司旗下子品牌，其母公司成立于2013年12月，是一家专注研发与生产户外音响的智能设备制造商。摩科创新采用的是双品牌、双定位营销策略——国内市场“不见不散”，全球市场“MIFA”，进而强势推进品牌的转型变革，企业年销售额达4亿人民币。从2015年开始MIFA就已着手布局全球品牌化运营，主营更是被欧美用户所喜好。

营销成长路径

以超细分市场为切入点

- MIFA将露营灯和音响合为一体，把自然环境中的朦胧灯光来作为传播的主要素材，**营造视觉和听觉的双重氛围感。**
- **主打差异化，采用更受露营圈欢迎的战术机能风**，凭借低调的深色调，打造出复古、科技之外的风格，激发人们的购买欲。

抓住小红书露营风口单点突破

- MIFA 一开始就把这款产品的**营销和销售重心都放在了小红书，**趁着户外露营大火，集中力量在有核心客群的小红书露营圈里做地毯轰炸式宣发
- **官号沉淀优质 PUGC 内容（即专家生产内容），**展示品牌调性的窗口，短时间内营造出露营博主“人手一个”的现象，提高用户对品牌的信任。

核心产品序列

WildRod 户外蓝牙音箱

- 电子分频技术与DSP深度音效算法处理，三频表现更干净。
- Micro SD卡支持FLAC、APE无损格式TYPE-C1-3A自适应快速充电。

WildCamping 露营灯音箱

- 拥有真正的IP67级的防水防尘性能，以及-15°C~+45°C工作环境。
- ACTIONS DSP音效算法，确保360°环绕音效。

WildBox 户外蓝牙音箱

- 拥有真正的IP67级的防水防尘性能。
- 领先的蓝牙5.3版本和广播功能，可以同时链接100台以上音箱。

品牌理念

- **极客精神**：用技术手段、创新能力和源源不断的想象力不断将更新更好的生活方式、娱乐方式推向高潮、推向顶点。
- **极限挑战**：借助于现代高科技手段，最大限度地发挥自我身心潜能，向自身挑战的娱乐体育运动。
- **企业愿景**：品牌致力于锻造基于音乐、运动、科技的黄金三角产品，演绎的是现代人依靠技术创新能力，挑战自我身心潜能，追求自由奔放的生活态度。

资料来源：公司官网，刀法研究院，灼鼎咨询分析整理

法律声明

- **版权声明**

本报告为灼鼎咨询制作，其版权归属灼鼎咨询，任何机构和个人引用或转载本报告时需注明来源为灼鼎咨询，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。

- **免责条款**

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。

灼鼎咨询

灼鼎咨询
APEX & CONSULTING

——立足业内领先的企业管理咨询平台，致力于为客户提供专业服务：

行业研究

立足专业分析，挖掘细分领域前沿动态，深入研判市场环境、产业链结构、市场空间与竞争格局等，预测行业发展前景、技术发展方向。

共建报告

立足公司特色业务与产品，深入剖析行业发展现状与动态热点，开辟新的企业品牌推广路径，进一步夯实领先地位、塑造企业品牌专业形象。

战略咨询

对内全面了解企业管理与经营运作模式，对外对标竞对商业模式、洞察行业市场动态，全方位形势研判，为企业选提供专业咨询支持。

上市咨询

提供全流程专业上市辅导，入驻企业全面改善各环节问题，协助准备融资及上市相关文件，助力企业实现上市目标。

商业尽职调查

全面调研与分析，了解目标投资公司运营生产情况与市场行业格局、准确研判目标公司投资价值，输出调查分析报告。

商务合作：请简要描述需求至合作邮箱 collaboration@apexandconsulting.com

APEX & CONSULTING

扫码关注

灼鼎咨询

- 服务于各领域数百家企业，具有丰富且专业的行业经验
- 与全球数百家第三方机构建立合作，积累详实的行业数据
- 专家网络覆盖全球数十万名行业专家，全面覆盖各类领域