

中国户外装备行业现状深度研究与发展前景预测 报告（2025-2032年）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国户外装备行业现状深度研究与发展前景预测报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202511/770417.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、户外装备是户外产业重要组成部分，占据37%的市场份额

户外装备是户外产业重要组成部分，主要指为保障户外活动安全、顺利开展而准备的所有用品和物资。有数据显示，2024年在我国户外产业市场中，户外装备占比达到了37%左右。

注：这里户外产业数据引用的是专业户外产业数据

数据来源：公开数据，观研天下整理

二、户外运动正从“小众爱好”迈向“全民生活方式”，为户外装备市场带来广阔发展空间

户外装备行业是伴随着户外运动兴起而发展的一个行业，它专注于为参与各种探险旅游及户外活动的人群提供必要的设备。因此，户外装备的发展主要受户外运动发展影响。

户外运动是一组在自然环境举行的带有探险或体验探险的运动项目群。其中包括徒步，登山、攀岩、悬崖速降、皮划艇、潜水、帆船、定向运动等项目。

近年来，随着经济社会持续发展与居民生活水平稳步提升，人们对健康品质的追求愈发强烈，愈发青睐贴近自然的休闲运动方式。我国户外运动已逐步褪去“小众”标签，并走向生活化、全民化，冰雪运动、路跑、骑行、越野、钓鱼、露营、潜水冲浪等项目，正成为越来越多人的新生活选择。这场“户外热”精准呼应了现代人对健康、自然与多元体验的核心需求，加之政策层面的积极推动，户外运动产业已然崛起为极具潜力的新经济增长点。

数据显示，2011-2024年我国户外用品市场规模从110亿元增长至1504亿元，预计2025年有望达到1825亿元。在此背景下，我国户外装备市场也迎来了广阔发展空间。

数据来源：公开数据，观研天下整理

三、行业发展快速，我国户外装备市场规模不断增长

在全民户外热潮下，我国户外装备也迎来了发展机会。数据显示，2023年，我国户外装备市场规模达到了872亿元。预计到2028年，我国户外装备市场规模将进一步攀升至1113亿元，展现出蓬勃的发展态势。这一增长主要得益于以下几大因素：一是人口红利与年轻化趋势，90后、00后成为户外消费的主力军；二是技术创新推动产品迭代，如可穿戴传感、环保材料和模块化设计将提升用户体验并降低使用门槛；三是政策支持与公共设施完善，国家对生态旅游、乡村振兴的投入将进一步激活区域性户外需求。

数据来源：公开数据，观研天下整理

四、我国户外装备丰富多样，目前滑雪装备、水上运动装备占比相对较大

我国户外运动细分项目丰富多样，包括露营、滑雪、水上运动、钓鱼、攀岩等。基于此，我国户外装备也逐渐丰富多样。按运动类型可分为露营装备、骑行装备、徒步旅行装备、钓鱼

装备、滑雪装备、水上活动装备等六大类别，按功能和用途主要分为基础装备（帐篷、背包、睡袋）、技术装备（登山绳、冰镐、冰爪、岩石锥）及辅助工具（炉头、导航仪器、净水设备、急救包）三大类别。

资料来源：公开资料，观研天下整理

当前，得益于冬奥会遗产的持续释放与政策的精准扶持，以及居民对亲水休闲方式的追捧与产品的多元化创新，我国户外装备市场呈现“冰雪+水域”双核心驱动格局。有数据显示，2023年在我国户外装备市场上，滑雪装备与水上运动装备分别以20.4%、19.6%的占比领跑，露营装备（10.9%）与钓鱼运动装备（6.9%）紧随其后，形成多元化的细分市场结构。

数据来源：公开数据，观研天下整理

五、目前我国户外装备需求正呈现出专业化与大众化并行、智能化与轻量化同驱、场景细分化与个性化凸显的鲜明特征

随着我国户外运动向冰雪、水域、露营等多元场景拓展，户外装备需求也呈现多元化。当前，我国户外装备需求正呈现出专业化与大众化并行、智能化与轻量化同驱、场景化与个性化凸显的鲜明特征，不同群体、不同场景下的需求差异显著，且新兴需求不断涌现，具体可分为以下几方面：

我国户外装备需求正呈现出专业化与大众化并行、智能化与轻量化同驱、场景化与个性化凸显的鲜明特征 需求特征 相关情况 专业运动装备需求向高性能、高端化升级 随着户外运动爱好者专业度提升，以及赛事氛围带动，专业级户外装备的需求占比不断提升。在滑雪领域，消费者不再满足基础雪具，对搭载传感器的智能滑雪镜、碳纤维轻量化滑雪板等高端装备需求旺盛，这类装备能帮助使用者精准把控动作和速度；水上运动方面，带GPS定位的救生衣、抗腐蚀的专业冲浪板等产品受青睐，满足了冲浪、皮划艇等运动的安全与专业需求。户外服饰上，具备防风、防水、排湿等核心性能的冲锋衣成热门，北面的DRYVENT、凯乐石的Filtartec等面料技术的产品，因硬核性能稳居销量前列，同时男士防晒衣等功能性服饰销量增幅显著。 大众户外装备需求聚焦轻量化与多功能 大众户外场景中，轻量化成为核心需求之一，尤其露营领域表现突出。搬家式露营的繁琐让不少新人劝退，超68%的新手露营者将装备重量列为选购首要考量，单人帐重量控制在1公斤左右、双人帐2公斤以内的轻量化帐篷，以及仅200克出头的充气防潮垫备受青睐。同时多功能集成化需求明显，具备3种以上跨界功能的单品销售额占比达41%，比如能集成温控、照明与安防系统的智能帐篷，可收纳进折叠锅的气罐炉头组合等，既减少装备携带量，又适配多场景使用。

细分场景需求持续扩容，新兴品类爆发式增长 不同细分场景的个性化需求推动各类小众装备崛起。一是家庭亲子场景：儿童睡袋、折叠餐车，以及儿童防晒衣、速干衣裤等成为刚需，家长还青睐注重整体搭配的亲子户外装，且选购时格外看重童装材料的安全性与舒适度。二是宠物户外场景：这一赛道增速达50%，宠物帐篷、便携食盆等品类成为宠物主人的新需

求。三是单人户外场景：Solo露营的兴起让口袋炉、小型轻量化睡袋等适配单人使用的装备，在社媒平台成为热门搜索相关的产品。智能与环保装备需求快速渗透 户外电源与太阳能板结合的“零碳出行”装备、能提供安全预警的智能登山扣等产品，都契合了消费者对户外安全与便捷的需求。同时环保需求倒逼装备迭代，响应“双碳”目标，可降解面料、再生聚酯纤维在装备中的应用占比已提升至35%，可降解浮力设备、生物基面料制成的户外服饰等，也逐渐获得消费者认可。地域需求呈现差异化，适配本地户外场景 不同地区因户外资源差异，形成了针对性的装备需求。一线城市聚焦高端智能装备，客单价超2000元，适配城市周边精致露营、室内冰雪运动等场景；南方地区受气候与场馆建设影响，水上运动装备、室内滑雪装备需求旺盛；而北方户外冰雪资源丰富，滑雪板、雪服等冰雪装备在冬季是消费热门。此外，乡村户外营地的增多，也带动了适合乡村地形的徒步装备、便携露营装备在下沉市场的需求增长。

资料来源：公开资料，观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国户外装备行业现状深度研究与发展前景预测报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布 | | | 的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业发展概述

第一节 | | 户外装备 | | | | | | | 行业发展情况概述

一、 | | 户外装备 | | | | | | | 行业相关定义

二、 | | 户外装备 | | | | | | | 特点分析

三、 | | 户外装备 | | | | | | | 行业基本情况介绍

四、 | | 户外装备 | | | | | | | 行业经营模式

- (1) 生产模式
- (2) 采购模式
- (3) 销售/服务模式

五、	户外装备	行业需求主体分析
第二节 中国	户外装备	行业生命周期分析
一、	户外装备	行业生命周期理论概述
二、	户外装备	行业所属的生命周期分析
第三节	户外装备	行业经济指标分析
一、	户外装备	行业的赢利性分析
二、	户外装备	行业的经济周期分析
三、	户外装备	行业附加值的提升空间分析
第二章 中国	户外装备	行业监管分析
第一节 中国	户外装备	行业监管制度分析
一、		行业主要监管体制
二、		行业准入制度
第二节 中国	户外装备	行业政策法规
一、		行业主要政策法规
二、		主要行业标准分析
第三节 国内监管与政策对	户外装备	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章 2020-2024年中国	户外装备	行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对	户外装备	行业的影响分析
一、		中国宏观经济环境
二、		中国宏观经济环境对 户外装备 行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对	户外装备	行业的影响分析
第三节 中国对外贸易环境与对	户外装备	行业的影响分析
第四节 中国	户外装备	行业投资环境分析
第五节 中国	户外装备	行业技术环境分析
第六节 中国	户外装备	行业进入壁垒分析
一、	户外装备	行业资金壁垒分析
二、	户外装备	行业技术壁垒分析
三、	户外装备	行业人才壁垒分析
四、	户外装备	行业品牌壁垒分析
五、	户外装备	行业其他壁垒分析
第七节 中国	户外装备	行业风险分析

一、	户外装备							行业宏观环境风险
二、	户外装备							行业技术风险
三、	户外装备							行业竞争风险
四、	户外装备							行业其他风险
第四章	2020-2024年全球	户外装备						行业发展现状分析
第一节	全球	户外装备						行业发展历程回顾
第二节	全球	户外装备						行业市场规模与区域分布情况
第三节	亚洲	户外装备						行业地区市场分析
一、	亚洲	户外装备						行业市场现状分析
二、	亚洲	户外装备						行业市场规模与市场需求分析
三、	亚洲	户外装备						行业市场前景分析
第四节	北美	户外装备						行业地区市场分析
一、	北美	户外装备						行业市场现状分析
二、	北美	户外装备						行业市场规模与市场需求分析
三、	北美	户外装备						行业市场前景分析
第五节	欧洲	户外装备						行业地区市场分析
一、	欧洲	户外装备						行业市场现状分析
二、	欧洲	户外装备						行业市场规模与市场需求分析
三、	欧洲	户外装备						行业市场前景分析
第六节	2025-2032年全球	户外装备						行业分布趋势预测
第七节	2025-2032年全球	户外装备						行业市场规模预测
【第三部分 国内现状与企业案例】								
第五章	中国	户外装备						行业运行情况
第一节	中国	户外装备						行业发展状况情况介绍
一、	行业发展历程回顾							
二、	行业创新情况分析							
三、	行业发展特点分析							
第二节	中国	户外装备						行业市场规模分析
一、	影响中国	户外装备						行业市场规模的因素
二、	中国	户外装备						行业市场规模
三、	中国	户外装备						行业市场规模解析
第三节	中国	户外装备						行业供应情况分析
一、	中国	户外装备						行业供应规模
二、	中国	户外装备						行业供应特点
第四节	中国	户外装备						行业需求情况分析

- 一、中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业需求规模
- 二、中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业需求特点
- 第五节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业供需平衡分析
- 第六节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业存在的问题与解决策略分析
- 第六章 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业产业链及细分市场分析
- 第一节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业产业链综述
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、产业链运行机制
 - 三、| | 户外装备 | | | | | | | 行业产业链图解
- 第二节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业产业链环节分析
 - 一、上游产业发展现状
 - 二、上游产业对 | 户外装备 | | | | | | | 行业的影响分析
 - 三、下游产业发展现状
 - 四、下游产业对 | 户外装备 | | | | | | | 行业的影响分析
- 第三节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二
- 第七章 2020-2024年中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场竞争分析
- 第一节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业竞争现状分析
 - 一、中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业竞争格局分析
 - 二、中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业主要品牌分析
- 第二节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业集中度分析
 - 一、中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场集中度分析
- 第三节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分布特征
 - 二、企业规模分 布 | | | 特征
 - 三、企业所有制分布特征
- 第八章 2020-2024年中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业模型分析
- 第一节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业竞争结构分析（波特五力模型）
 - 一、波特五力模型原理
 - 二、供应商议价能力
 - 三、购买者议价能力
 - 四、新进入者威胁
 - 五、替代品威胁

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业区域市场现状分析

第一节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业区域市场规模分析

一、影响 | 户外装备 | | | | | | | 行业区域市场分布 | | | 的因素

二、中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业区域市场分布 | | |

第二节 中国华东地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场分析

(1) 华东地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模

(2) 华东地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场现状

(3) 华东地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场分析

(1) 华中地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模

(2) 华中地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场现状

(3) 华中地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场分析

(1) 华南地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模

(2) 华南地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场现状

(3) 华南地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模预测

第五节 华北地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场分析

(1) 华北地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模

(2) 华北地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场现状

(3) 华北地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场分析

(1) 东北地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模

(2) 东北地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场现状

(3) 东北地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场分析

(1) 西南地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模

(2) 西南地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场现状

(3) 西南地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场分析

(1) 西北地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模

(2) 西北地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场现状

(3) 西北地区 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模区域分布 | | | 预测

第十二章 | 户外装备 | | | | | | | 行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- 1) 主要经济指标情况
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业偿债能力分析
 - (4) 企业运营能力分析
 - (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业偿债能力分析
 - (4) 企业运营能力分析
 - (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业未来发展前景分析

- 一、中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场机会分析
- 二、中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业投资增速预测

第二节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业规模发展预测

- 一、中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模预测
- 二、中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业市场规模增速预测
- 三、中国 | 户外装备 | | | | | | | 行业产值规模预测

四、中国		户外装备						行业产值增速预测
五、中国		户外装备						行业供需情况预测
第四节 中国		户外装备						行业盈利走势预测
第十四章 中国		户外装备						行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国		户外装备						行业研究综述
一、行业投资价值								
二、行业风险评估								
第二节 中国		户外装备						行业进入策略分析
一、目标客户群体								
二、细分市场选择								
三、区域市场的选择								
第三节		户外装备						行业品牌营销策略分析
一、		户外装备						行业产品策略
二、		户外装备						行业定价策略
三、		户外装备						行业渠道策略
四、		户外装备						行业推广策略
第四节 观研天下分析师投资建议								

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202511/770417.html>