

2023年浙江泰普森市场销售情况

北京研精毕智信息咨询有限公司

2024年6月

户外家具是指在开放或半开放性户外空间中，为方便人们健康、舒适、高效的公共性户外活动而设置的一系列相对于室内家具而言的用具，主要包括沙发、椅、凳、床榻、吊床、遮阳伞等，已被广泛应用于别墅、酒店、餐厅、公园、广场等户外领域，融入到人们生活的方方面面。从用途上来说，户外家具可以分为城市公共户外用具、庭院户外休闲用具、商业场所户外用具、便携户外用具等四大类。在国内主要是城市和商业场所户外用具，在国外庭院户外休闲用具则是主流。随着人们对户外生活方式的追求和休闲旅游的增加，户外家具市场规模不断扩大。

消费升级

社会经济的发展 and 人们生活水平的提高，使得户外休闲娱乐的需求不断增加。消费者对舒适、耐用和美观的户外家具需求增加，推动了户外家具市场的发展。

环保意识提高

随着环保意识的提升，消费者更加关注家居产品的环保性能和可持续发展性。这推动了户外家具行业逐步向环保方向发展，使用环保材料和工艺以减少对环境的影响。

设计风格多样

对生活品质的要求提高，使得户外家具的设计风格也变得更加多样化。从简单朴素的设计到现代风格的仿真韧皮家具，甚至设计独特的藤编家具和金属家具，为消费者提供了更多的选择。

户外家具特点

耐用性

多样性
室内外融合

功能美学展观

户外家具行业上游主要是木材、金属、塑料、布料等，原材料的供应直接关系到中游户外家具产品的生产与制作，影响其制作成本、产品质量、外观与耐用性。由于我国户外家具起步较晚，行业尚处于发展阶段，中游生产制造企业众多，市场竞争激烈，市场集中度较低。随着数字化转型的深入推进，制造业转型升级战略不断推进，行业集中度有望进一步提升，也有望进一步向高端化、智能化转变。在下游，户外家具应用场景主要是家庭领域、旅游休闲场所、商业与家居卖场等。



资料来源：研精毕智市场调研整理；<http://www.yjbzr.com>

全球市场规模

户外家具作为家具市场的一个细分领域，人们对户外休闲活动重视度不断提高，对其更加青睐，随着人们生活品质的提高，户外家具市场规模也呈现出较为稳定的增长态势。虽然户外家具销量受到疫情冲击出现下滑，但随着疫情的缓和，下游订单情况有所好转，同时在疫情催生的“宅经济”的快速发展下，户外家具也有望得到全新的发展机遇。



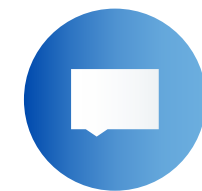
从区域分布来看，全球户外家具市场主要集中在北美、欧洲等国家，这些地区是全球最大的户外家具市场，发展历史较为悠久，气候适宜，且人们都有着户外运动与社交习惯与需求。因此，这些地区的市场需求更大，其中北美市场占据着主要地位。



除了北美、欧洲两个传统市场以外，亚太地区的户外家具行业逐渐展现出一定的发展潜力。在城镇化持续推进以及人们收入水平的提高下，人们逐渐对户外休闲运动产生一定的兴趣，从而带动行业需求的增加。随着亚太地区旅游业的强劲发展，一些旅游国家对户外家具的需求也在迅速提升。

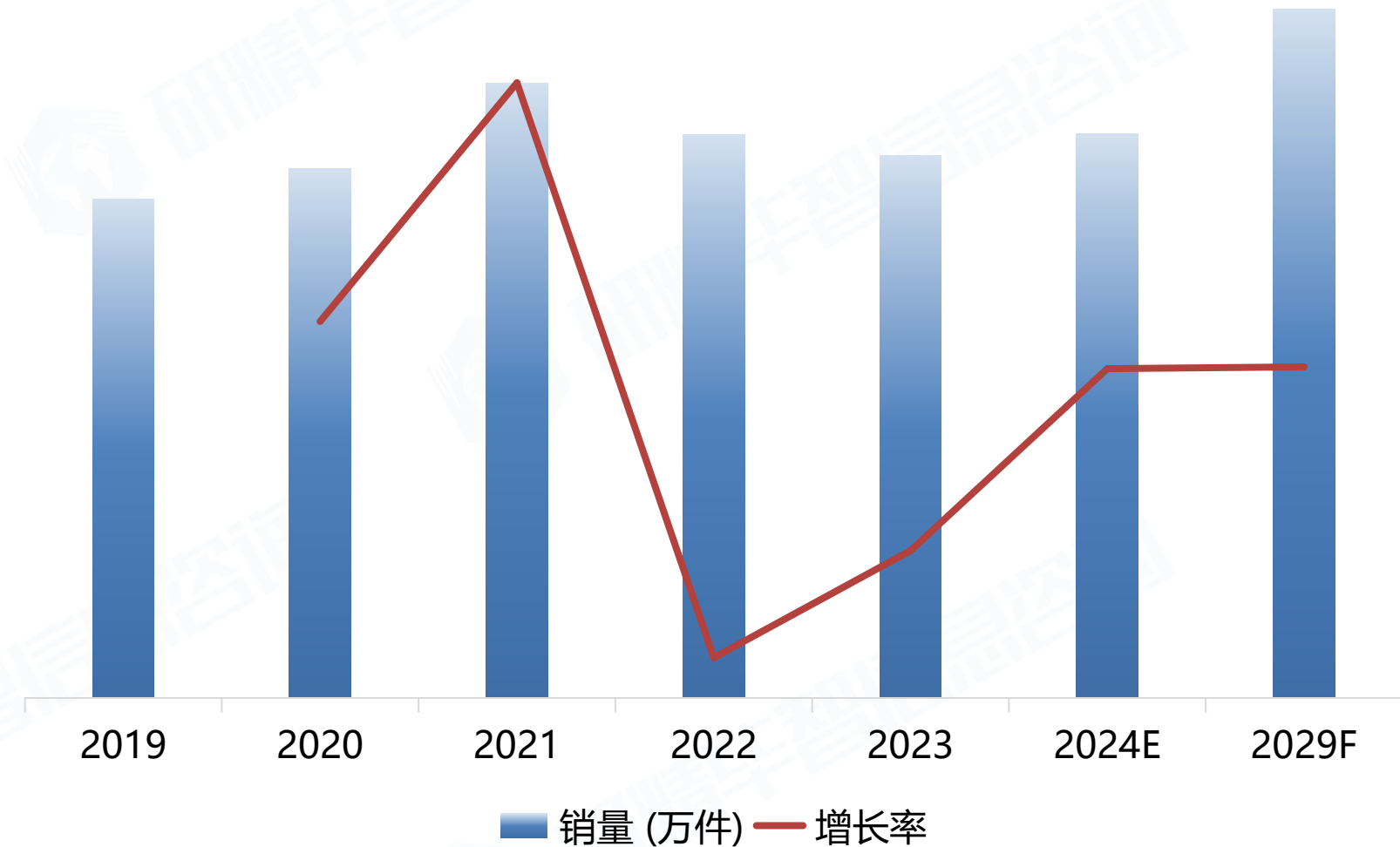


消费者越来越重视户外空间的打造，户外家具也会因此收益。随着人们消费需求的升级，越来越重视户外家具的美观，使用频率增加，个性化、时尚化、智能化的户外家具产品也逐渐受到消费者青睐与选择。



全球户外家具下游销售渠道分为线上销售和线下销售，“互联网+”的发展使得线上销售逐渐成企业销售的主要渠道，近年来随着电子商务的快速发展和疫情封锁等影响，线上销售占比也在逐年增加。

图：全球户外家具销量及增长率（2019-2029年）



中国市场规模

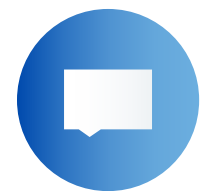
中国户外家具行业起步较晚，但是在居民收入水平的提高、露营旅游等休闲户外娱乐的发展，户外家具行业市场有望得到迅速发展，2023年，中国国内户外家具行业销售额达到41亿元，预计到2029年，中国户外家具行业销售额达到78亿元，且其市场规模仍将保持持续增长。



总体来看，我国户外家具行业渗透率并不高，但随着消费观念转变、经济发展等因素推动，行业发展依然具备一定的潜力。从生产制造来看，中国已成为全球最大的户外家具生产国和出口国，国内生产制造企业主要分布在东部沿海地区，如广东省、浙江省与江苏省等。



市场集中度低。我国户外家具行业准入门槛较低，企业众多，市场竞争较为激烈，行业集中度较低。原因在于国内户外家具行业起步较晚，再加上受到居住条件限制，普及度低，行业内的很多企业经营方式为OEM、ODM，生产中低端产品企业占多数，具有品牌优势、全链条设计、生产、制造、销售的龙头企业较少。

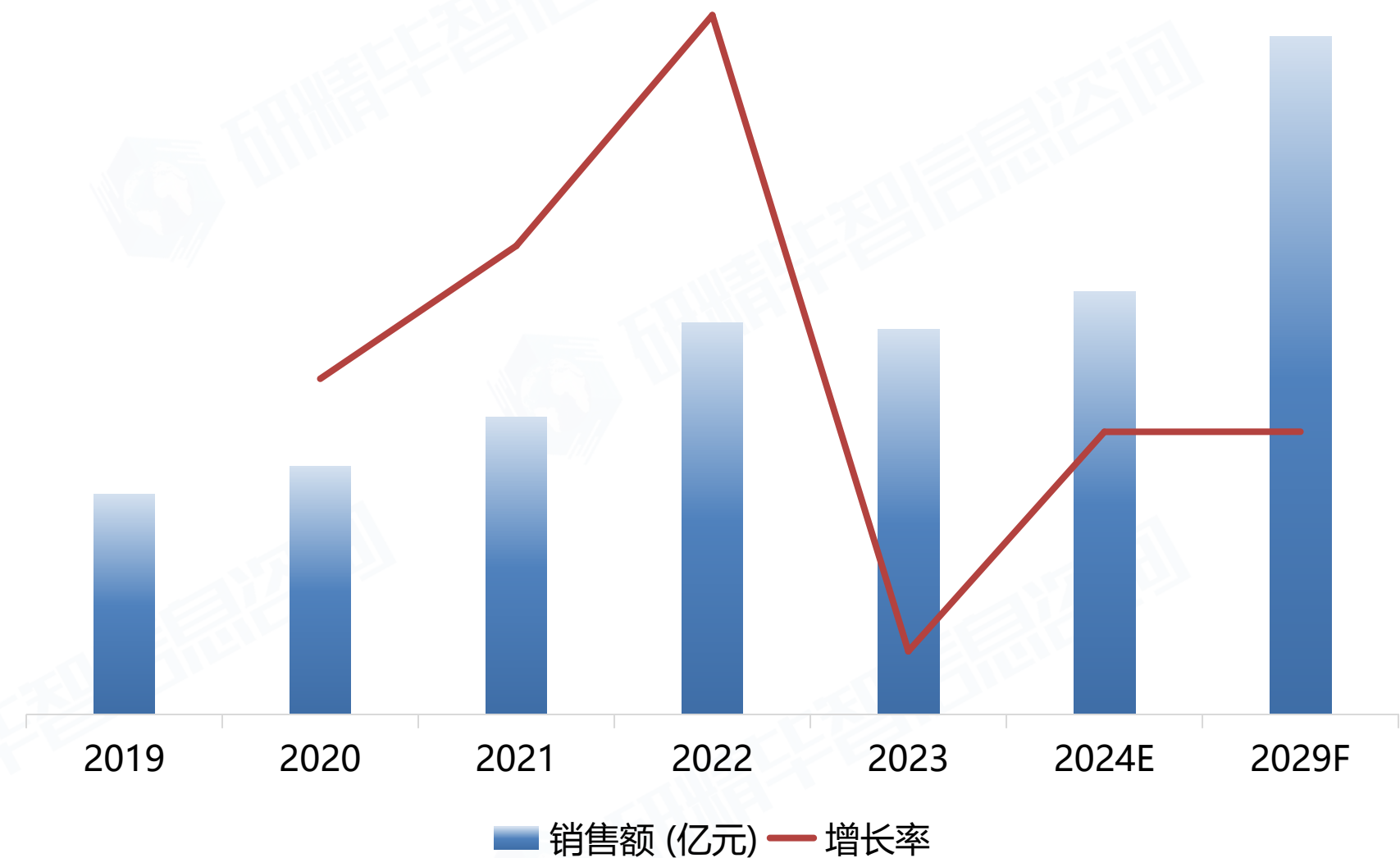


随着消费者需求的不断变化和升级，以及对户外家具的环保性与安全性的要求不断提高，也促使上游制造商企业采用更加绿色、环保、可持续性的材料。同时，随着数字化转型的深入推进，有望加快行业转型升级，打破行业内产品的同质化现象，推动行业整体向高端化、智能化方向发展。



下游销售渠道日趋多元化。传统的户外家具产品销售主要集中在线下的大型商超、家具专卖店等，以间接销售方式为主，但随着互联网、电子商务的普及，线上销售渠道也逐渐成为客户了解、购买产品的主要方式。近年来，跨境电商快速发展，中国作为户外家具的生产大国，跨境电商的快速发展也将有利于国内企业开拓海外市场，参与国际竞争。

图：中国户外家具销量及增长率 (2019-2029年)

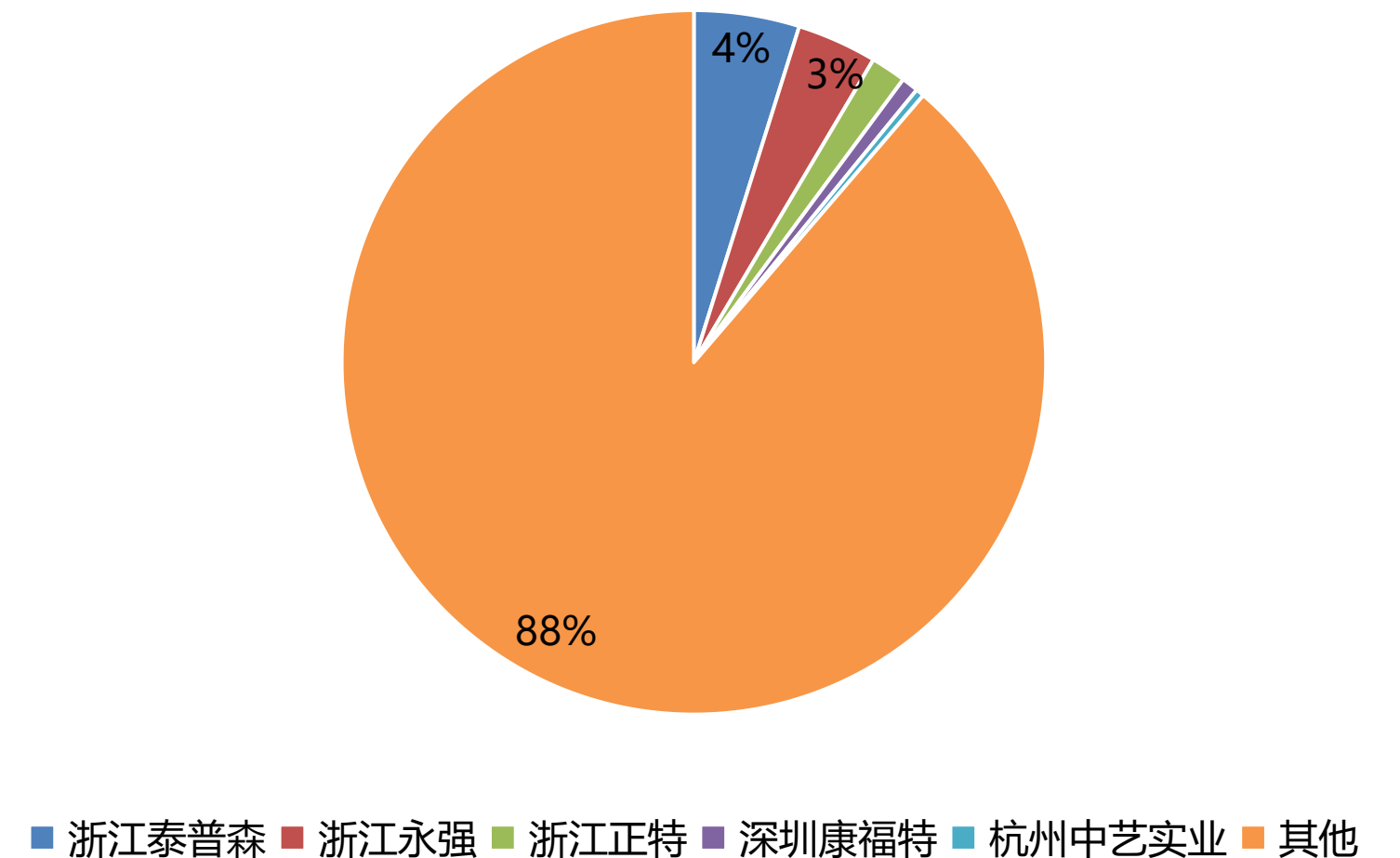


资料来源：研精毕智市场调研整理；<http://www.yjbzr.com>

中国竞争格局

- 从全球竞争格局来看，欧美地区户外家具行业起步较早，且产业发展都较为成熟，并在此过程中积累了一定的市场竞争优势、技术优势和品牌优势，比如Trex、Brown Jordan等，中高端的户外家具产品也往往集中在这些企业。而我国户外家具市场竞争激烈，缺少行业龙头企业，且国内企业大多依靠出口获得收入，国内品牌影响力有待提升，导致中低端品牌、产品多，而高端产品不足。**国内占据主要市场份额的企业有浙江泰普森、浙江永强、浙江正特、深圳康福特与杭州艺实业。**
- 国内家具生产制造企业多分布在东南沿海地区，如广东省、浙江省、江苏省等，内陆地区则相对较少。这些地区能够成为国内家具生产制造的重要基地主要得益于拥有丰富的人力资源、优越的地理位置，以及完善的物流体系，逐渐形成了完整的家具产业链和配套服务。
- 我国户外家具行业企业的销售主要瞄准的是国外出口市场，原因在于国内户外家具行业尚处于发展阶段，需求虽然潜力足但仍有一部分消费并未得到完全释放。因此，企业大多聚焦于出口市场，瞄准成熟切更大的国际市场。目前，我国已发展成为户外休闲家具及用品的制造中心，2023年我国户外休闲家具产品的出口量达到1亿件，主要销往欧美等发达国家和地区，其中美国占比最高。

图：2023年中国户外家具头部企业市场占有率



资料来源：研精毕智市场调研整理；<http://www.yjbzr.com>

是国内最早从事户外休闲家具及用品的设计、研发、制造和销售的企业之一。一直从事户外休闲家具业务的经营，并以海外市场为核心，主要销售地区为欧美国家。公司产品广泛应用于家庭庭院和露台、餐馆、酒吧、海滩、公园及酒店等众多户外休闲家具应用场所，主要通过大型超市、专业零售商店、大型家具商场、花园中心及品牌连锁店进行终端销售。

主营业务

户外休闲家具及用品研发设计、生产、销售。

商业动态

2024年3月，泰普森集团在东南亚的又一重要战略布局——泰普森（越南）休闲用品有限公司，在同奈省举行了盛大的开业典礼。

2024年4月，泰普森集团旗下“我飞户外”品牌与京东运动户外联合承办“Hi 春天，去露营”。

主要产品



零重力躺椅



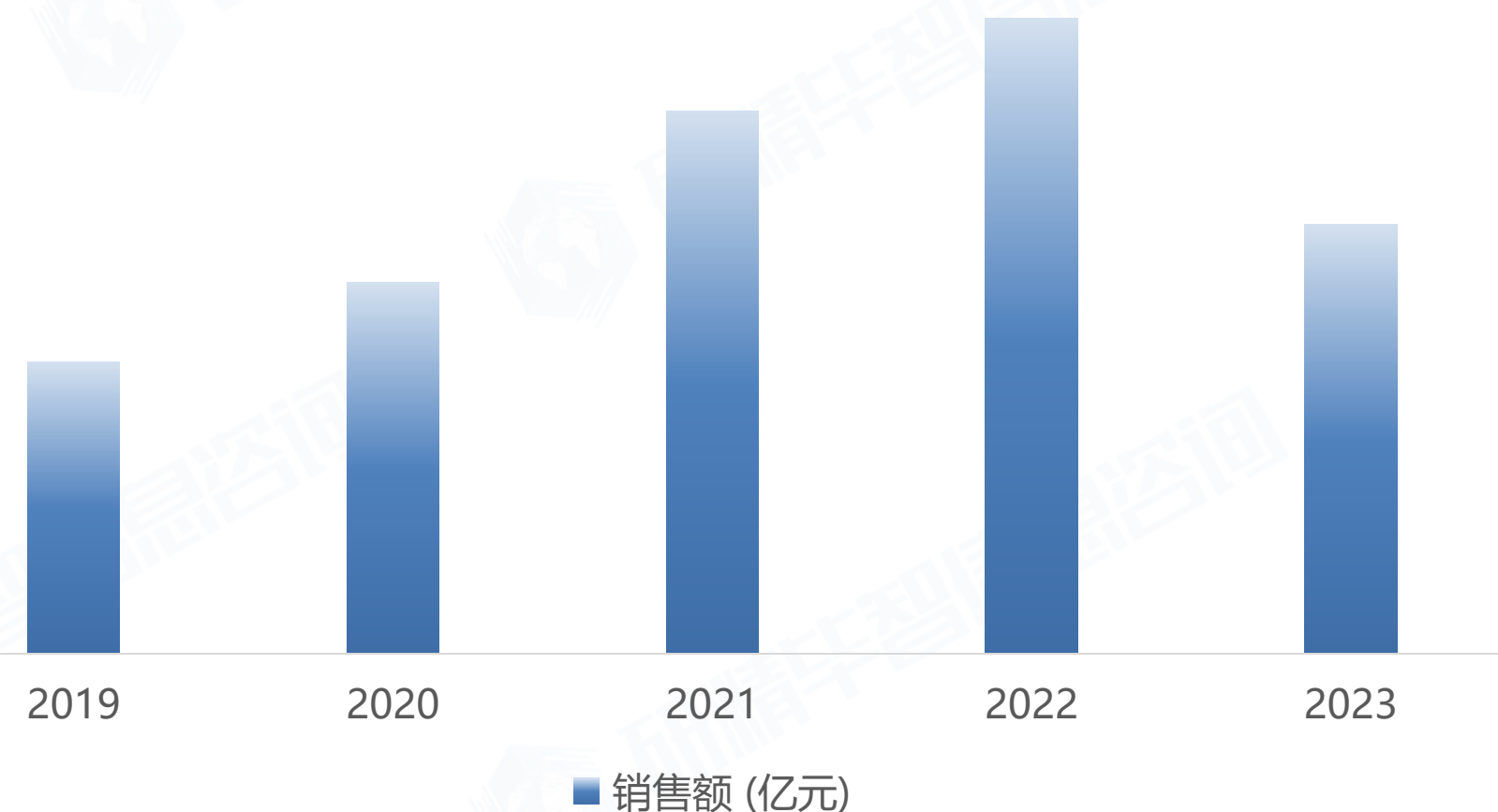
露营帐篷



钓鱼椅

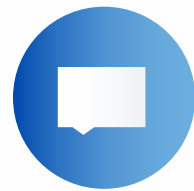


浙江泰普森户外家具销售额 (2019-2023年)



中国市场地位

浙江泰普森总销售额从2019年的6.5亿元增长至2023年的9.3亿元，其生产的户外家具产品畅销欧美及亚洲等60多个国家和地区。该企业从2020年开始发力国内市场，外销收入占比达到20%。浙江泰普森一直从事户外休闲家具业务的经营，并以海外市场为核心，主要销售地区为欧美国家。公司产品广泛应用于家庭庭院和露台、餐馆、酒吧、海滩、公园及酒店等众多户外休闲家具应用场所，主要通过大型超市、专业零售商店、大型家具商场、花园中心及品牌连锁店进行终端销售。



注重产品创新，提高产品竞争硬实力。浙江泰普森目前已经构建了露营家具、露营帐篷、户外背包、渔具装备、花园家具、军品、应急救援七大产品体系，这种丰富的产品体系线使得泰普森能够满足不同消费者的多样化需求。



专注技术研发，提高科技竞争力。泰普森拥有国内外专利技术600多项，专注于基础材料研究，跨界产品开发等，牵头或参与了多个国家标准和行业标准的制定。同时大量引进自动生产设备与智能悬挂系统，实施精益化生产与信息智能化的“两化融合”，向着工业4.0的目标迈进。

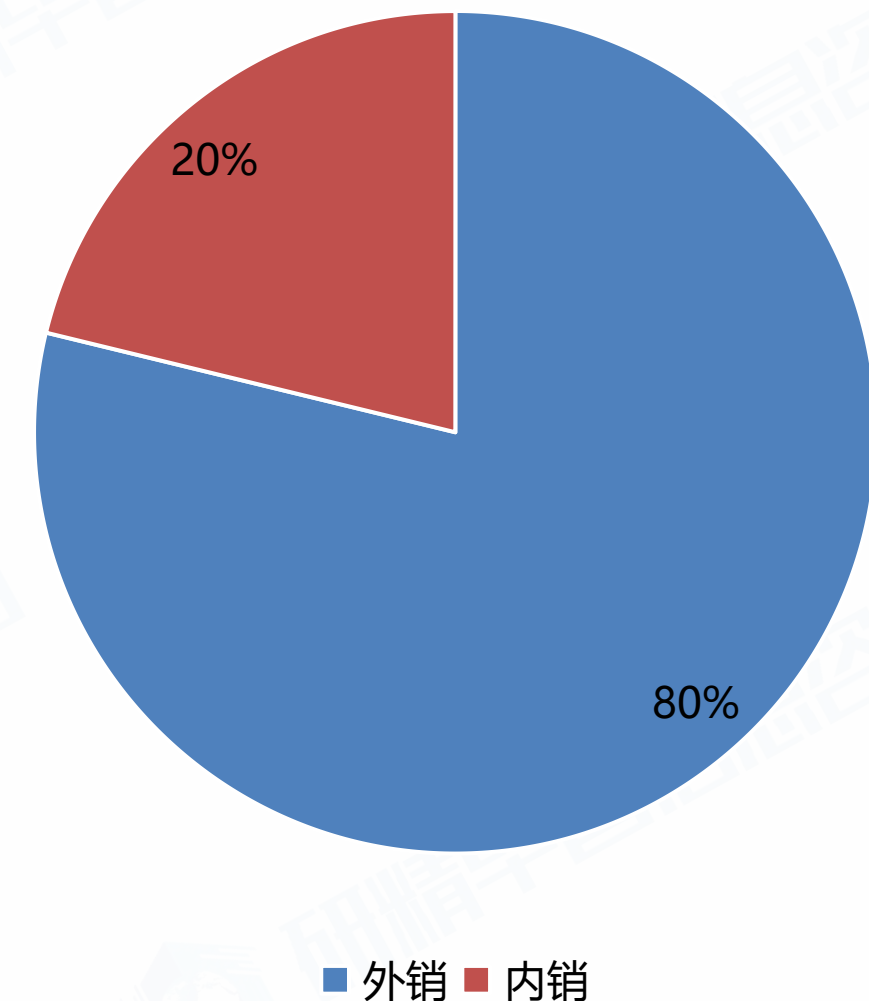


全球市场布局，提高国际竞争力。浙江泰普森按照“全球设计中心在欧洲，全球制造在中国，全球消费在美国”战略进行全球布局，并在美国、德国、荷兰、英国等国家都有成立销售公司，形成了以“西域国际”为核心的海外销售网络。顺应数字化趋势，泰普森组建跨境电商团队，突破跨境电商“红海”，成为公司外贸发展的新引擎。



注重品牌建设，提高品牌竞争力。其“TQC”、“Portal”等品牌已成为欧洲知名的户外品牌，而“Westfield Outdoor”则跻身中国驰名商标的行列，并在全球范围内享有较高的知名度和美誉度，从而能够获取更多的消费者群体。

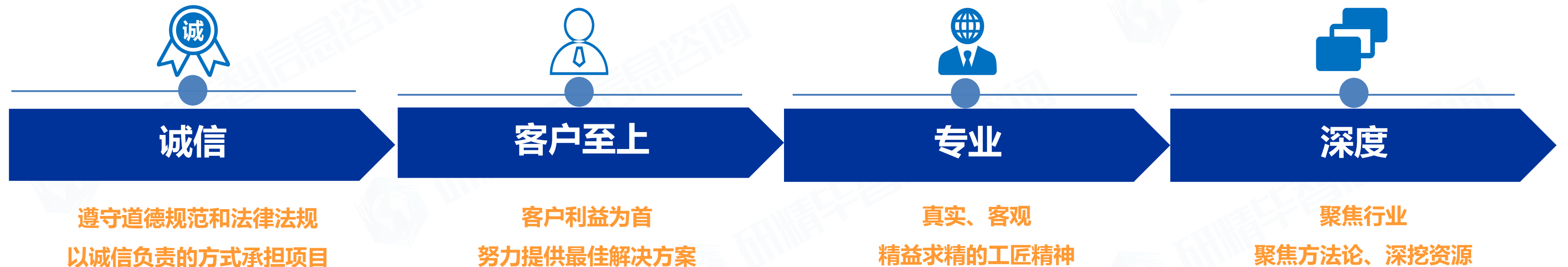
图：2023年浙江泰普森主要户外家具出口产品占比



北京研精毕智信息咨询有限公司（简称“北京研精毕智”，英文“XYZResearch”）

CCTV中视购物官方合作品牌，国内领先的行业和企业研究服务提供商

- **研精毕智市场调研（北京研精毕智）**的核心目标是助力企业实现商业决策的智能化与高效化，致力于推动企业运营效率的提升、新增长点的挖掘以及持续增长的保障，为企业提供权威而精准的市场洞察。
- 我们打造了一站式的研究服务体系，包括深度**企业研究**、**用户研究**、**行业研究**、**个性化数据定制**、**定期市场动态监测报告**，以及由业内权威专家组成**专家库**服务。依托先进的研究方法论、丰富的行业案例和庞大的数据支持，研精毕智市场调研确保每一次服务都能为企业带来实际的商业价值和战略优势。
- 北京研精毕智不仅是企业决策的智囊团，更是推动行业产业持续健康发展的强大引擎。我们始终坚持以客户为中心，以创新为驱动，以专业为基石，助力企业决胜未来市场。



200+

定制研究类报告
/年

2000+

常规类行业研究报告
/年

30万+

权威专家资源
累计

3600万+

国内电话样本+企业样本库

8000万+

海外样本库

案头研究

- 企业年报以及IPO资料
- 企业产品手册
- 行业出版刊物
- 行业报告、白皮书
- 专业杂志、政府工作报告
- 国家权威部门、统计局发布数据
- 券商研究报告

专访

- 分销商
- 供应商
- 产品上下游行业资深人士
- 相关企业的高管
- 相关领域的专家学者
- 学校或科研单位教授
- 协会成员或专家

付费数据

- 工商数据
- 税务数据
- 海关进出口数据
- 专利文献
- 公司自有数据库
- 行业权威论文
- 数据平台，魔镜/Wind/Statista/海关数据等

行业研究

- 行业现状
- 行业发展周期
- 细分产品市场
- 市场容量测算
- 产品细分应用领域
- 渠道分析
- 产业链
- 竞争格局
- 下游客户或用户研究
- 行业或企业数据定制
- 反垄断调研数据定制
- 用户研究（包括问卷调研）

企业研究

- 组织架构
- 经营情况研究
- 工商数据
- 税务数据
- 产品策略
- 营销策略
- 市场策略
- 生产布局
- 研发能力
- 供应商梳理
- 客户结构
- 人力资源

专家库

- 相关专家招募
- 专家访谈
- 政策咨询
- 行业准入咨询
- 投融资咨询
- 企业背调
- 圆桌会议
- 专家演讲

动态监测

- 行业月度动态监测
- 行业季度动态监测
- 企业月度动态监测
- 企业季度动态监测
- 政策法规监测
- 企业经营状况监测

关注“研精毕智市场调研”微信端，每天免费阅读最新热门行业报告



服务号



订阅号



Email: info@xyz-research.com



Tel: 010-53322951



孟经理: 18480655925



官网: <https://www.yjbzr.com>

详情请咨询



专业咨询顾问

“北京研精毕智”凭借深厚的行业研究积累，现拥有数万份细分行业研究报告，广泛覆盖超过2万个细分行业/赛道，涵盖数十万非上市企业的精准细分市场数据。我们热忱欢迎各界合作伙伴洽谈合作，共同挖掘行业价值，助力企业发展。



分析师声明

负责本研究报告的分析师在本报告中所采用的数据均来自合规渠道，报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

公司声明

本报告的著作权归北京精毕智信息咨询有限公司(简称为“研精毕智”)所有。本报告是研精毕智研究与统计成果，所载的观点、结论和建议仅代表行业基本状况，仅为市场及客户提供基本参考。

本报告调研方法主要是桌面研究、行业访谈等，结合公司内部逻辑算法，通过定量和定性分析分析，客观阐述行业的现状，科学预测行业未来的发展趋势。

我们力求报告内容客观、公正，但受到调研方法及调查资料收集范围的局限，本报告所述的观点、数据并不一定完全准确。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式篡改、复制和发布。如引用、转载需注明出处，且不得对本报告进行有悖原意的引用和修改。

本研究报告仅供北京研精毕智信息咨询有限公司客户和经本公司授权机构的客户使用，未经授权私自刊载的机构以及其阅读和使用者应慎重使用报告，本公司不承担由此所产生的相关风险和责任。