

国内外户外经济同迎黄金时代

融媒记者一线感受市场热度



三五好友围坐在一起谈天说地,肉串在炭火的烘烤中滋滋作响,蓝天白云下的帐篷天幕撑起了“诗与远方”……芳菲四月,草木萌发,眼下正是踏青出游、露营野餐的最佳时节,人们纷纷走出家门,亲近自然,以休闲体验为主的户外活动成为当下火热的消费场景。

持续升温的户外经济,也让户外用品迎来产销两旺的春天。连日来,记者走访我市多家户外用品企业,在企业一线感受户外经济的市场热度。



①②③我市户外用品企业火力全开抢订单

与知名品牌和IP“牵手”

“这款月亮椅真的很舒服,45度人体工程学设计,久坐也不会累……”4月17日,在浙江原始人品牌管理有限公司(以下简称“原始人公司”)直播间,主播正熟练地对着镜头展示月亮椅和其他几款产品,吸引不少网友纷纷下单。

“今年一季度,我们的销售量比去年同期增长近20%,算是取得‘开门红’。”原始人公司销售总监倪登攀告诉记者,4月、5月以及国庆节前后都是户外用品的销售旺季。连日来,该公司在

国内各电商平台的销售额不断攀升,来自全国各地的订单纷至沓来。

订单旺盛的背后,很大一部分得益于原始人公司多年来在设计研发上不断投入资源,持续拓展产品矩阵,寻求差异化竞争。

记者注意到,在原始人公司样品间内,各式各样的户外用品琳琅满目,从品类上看既有帐篷、天幕等露营装备,也有登山杖、登山扣等登山装备,还有桨板、陆冲板等水上运动产品。而单从露营装备来看,既有复古精致的露营

灯,也有围炉煮茶的小火炉;既有轻量便捷的克米特椅,也有组装简易的蛋卷桌……

“仅椅子我们就有二三十款,SKU超70个。去年一年我们共推出将近150个新品,目前仍有30多个新品正在推进中。”倪登攀介绍,一方面,户外经济持续火热,各种新型装备应运而生,从单一品种向多款式、多层次发展。对此,原始人公司注重产品种类更新,横向延伸产品线,不断扩大产品品类,以满足不同消费者的多元需求。另一方

面,伴随着户外经济的发展,消费者的需求也在不断迭代,譬如追求便捷化、轻量化。对此,该公司纵向迭代更新产品,在原有产品基础上不断优化升级,进一步提升产品性能。

此外,记者还了解到,原始人公司与知名品牌或IP合作,推出联名款产品,借助品牌或IP流量打开市场。去年,该公司与公牛集团合作,推出联名款移动电源,市场反响不错。今年,该公司又与芭比“牵手”,其联名产品计划于5月初上市。

海外客户远道而来

在国内户外市场订单激增的同时,国外市场也表现亮眼。

连日来,浙江索普实业有限公司(以下简称“索普公司”)营销部经理郭芬格外忙碌,她忙着接待三位从美国而来的老客户,并向他们推介一款刚落地的新产品。在经过为期数天的考察后,这三位老客户一口气下了价值几十万美金的订单。

忙碌同样也体现在生产端。4月16日,记者在索普公司生产车间

门口看到,一箱箱沙滩椅正在装车发货,准备发往英国。生产车间内则是一派热火朝天的景象,工人们正在加紧赶制出口订单,随着一道道工序依次流转,一台台露营车逐渐成形。

“户外用品的销售季节性非常明显,去年10月到今年4月底都是帐篷等夏季产品的旺季,等到月底我们的夏季产品基本就结束生产和出运了。下一阶段,我们马上就要开始生

产滑雪车、雪橇等冬季户外用品。”郭芬向记者介绍,索普公司深耕户外市场二十多年,产品涵盖庭院、沙滩、露营、冬季等几大系列,主要出口欧美等地区,并入驻当地各大商超,在海外消费群体中积攒下一定口碑。

“户外运动在国外起步较早,市场相对稳定,对欧美等地区来说,户外运动已经成为一种生活方式。”郭芬说,近年来,索普公司以科技创新赋能提

质增效,不断在产品的功能、结构、材质上推陈出新,并与专业设计机构、国外设计师合作,在外观设计上注入更多海外消费者喜爱的元素,进一步提升市场份额。

当前,索普公司正在加紧筹备广交会二期、三期的参展工作,计划在展会上展出几款新产品,进一步打响品牌、抢抓商机。

融媒记者 张曼欣 李一正



践行“浙风十礼” 争做文明市民

文明 健康 有你 有我 公益 广告



永康市融媒体中心 宣