

武汉户外玩家用 AI 自研高端帐篷

实现弯道超车征服海外市场

国庆假日以来,“帐篷大军”刷屏全网、风靡全国,年轻人用帐篷重新定义旅游方式,引领消费潮流。

在武汉,一位资深户外玩家创办了一家高端帐篷企业,从设计到销售全面引入AI技术。他卖得怎么样? 10月11日,记者走进这家位于东西湖区将军路的帐篷研发工厂进行探访。



充气帐快捷搭建、帐内空间非常大。



在帐篷工厂里,销售人员通过直播开展营销。 记者李纪婷 摄

户外玩家自造智能户外新物种

43岁的张帆,曾是蓝天救援队成员、武汉“无所WEY聚”车友会会长,也是一位拥有二十多年经验的户外玩家。从徒步、登雪山,到因膝盖磨损转向自驾与摩旅,他用过无数帐篷,却始终觉得“不够好用”。

“设计帐篷的人不露营,露营的人难以改变帐篷的设计。”张帆多次向品牌方反馈改进意见,却石沉大海。摩旅时的住宿问题尤其让他困扰:轻便帐篷不防风防雨,搭建麻烦;住车里又要费时清空行李。市面上竟找不到一款既便携又能快速搭建、舒适居住的帐篷。

“既然买不到合适的,那就自己造。”2023年,土木专业出身的张帆拿起纸笔,开始设计理想中的帐篷,并引入AI辅助分析市场趋势、优化色彩与结构,打造智能化产品体验。“我不是在设计帐篷,是在建造一个轻便实用的‘家’。”

去年10月,他创立玛尔斯户外科技有限公司,品牌名“Mars”源自他的英文名,也寓意战神与火星,象征“站起来的勇气与探索精神”。今年2月,Mars Tent研发厂房在东西湖区将军路正式落地。

张帆摒弃传统撑杆帐,推出首款充气帐MARS 03,精准解决摩旅与自驾痛点。这款帐篷收纳小巧、空间宽敞达1.5米宽,

既是舒适内帐,也是骑士的移动庇护所。其核心创新在于气柱结构,实现“一充即开、一收即走”,彻底解放双手。

自研“火星棉”压胶技术不申请专利

创业之路并非坦途。张帆交的第一笔“学费”高达几十万元,源自他对美国考杜拉(CORDURA)面料的执着尝试。这种以耐磨著称的尼龙多用于军用装备,从未被用于制作帐篷。他不惜重金定制、染色、做防水处理,甚至升级工厂设备。

然而成品却暴露致命缺陷:遇水膨胀。10平方米的帐篷雨天可胀至10.5平方米,篷面松弛窝水,重量激增;天晴收缩后则紧绷皱褶。“这让我明白,材料不能只看名气,必须匹配使用场景。”张帆将这个昂贵的“失败品”摆放在厂里展出,作为警示。

这次挫折推动他深入材料研发。他引入AI建模与数据驱动方法,锁定潜力纤维与结构组合,并长期驻扎苏州供应链,潜心研究面料特性。最终,团队自研出独家“火星棉”与压胶技术。

他展示了两块黑色面料:普通黑胶牛津布水珠直接滑落;而自研面料外观如棉布,却能瞬间吸附扩散水珠,内部不结冷凝水。“传统棉布根本无法压胶,我们投入二三十万元,最终攻克了这一难题。”这项技术如可口可乐配方,绝不申请专利。

就连帐篷“心脏”——气柱材料,他也实现突破。新一代TPU材料可在零下25℃~30℃严寒中保持韧性,告别旧料脆裂问题。“这好比国产新能源车的弯道超车。海外撑杆帐篷有79年积累,难以超越。但充气帐篷是全新赛道,我们以内骨骼(气柱)对抗外骨骼(帐杆),实现颠覆。”

记者在现场体验了TITAN12,利用充气泵仅用3分多钟搭建完成,帐内空间宽敞,不仅能轻松容纳两个四单元的IGT桌、六把椅子和一个超大壁炉,还能连接其他空间与配件。设计细节尤为出色:上翻15公分的澡盆式地布,可作为卧室使用,搭配超大TPU观景窗,共同为户外生活创造了更丰富的玩法。

武汉充气帐篷“弯道超车”收获海外订单

国内反响不俗,张帆也早早布局全球,主攻户外文化成熟的日韩市场。

去年首次参加日本名古屋户外展,MARS08与TITAN20等系列帐篷一亮相便引起关注。布展期间,展会尚未正式开始,已有客户现场下单买走。更令张帆印象深刻的是日本客户展现出的专业素养:他们不仅仔细触摸面料、审视做工细节,更在最后郑重向他表示:“感谢您为世界设计了一款好产品。”

首个样品获确认后,日方当即下达千顶订单。张帆看到中国制造的国际价值,也为品牌出海奠定基础。团队加快迭代,推出7款不同规格帐篷,构建覆盖多场景的产品矩阵。从1—2人轻量帐、家庭帐到多人聚会帐,产品更可模块化互联,灵活组合为“三室一厅”的集成空间。

销售方面,团队积极拥抱“AI+消费”趋势,通过抖音、小红书等平台开展智能营销,利用AI优化直播内容与客户服务,打造精准、个性化的消费体验。

订单纷至沓来,品牌影响力迅速辐射至韩国、泰国、澳大利亚、德国、丹麦等国。近期,菲律宾、马来西亚等东南亚国家及吉尔吉斯斯坦也首次下单拿样。

目前,Mars Tent国内订单量已突破万顶,海外订单占总销量一半。从日本专业认可到全球积极反响,持续向好的市场反馈坚定了张帆的品牌化出海路径:坚持不做代工,专注发展品牌代理,以自主设计与产品品质作为国际竞争核心。

如今,Mars Tent已组建十余人的研发团队。张帆敏锐指出,充气帐篷正如中国新能源汽车,是中国品牌实现“弯道超车”的绝佳赛道。

“传统撑杆帐篷领域,欧美日品牌有近80年积累,难以超越。但在充气领域,大家几乎同时起步。我们凭借对用户需求的深刻理解和快速迭代的创新材料,已经跑在前面。”

记者徐丹