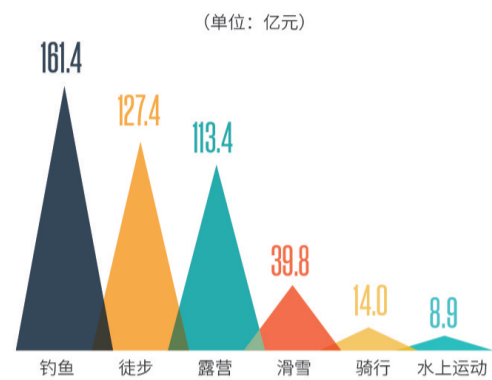


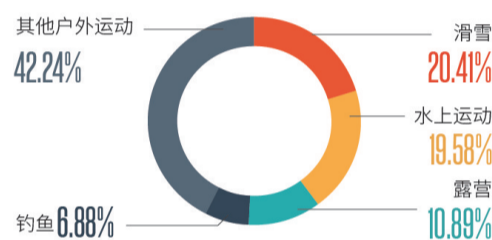
户外运动参与率最高的项目 TOP10



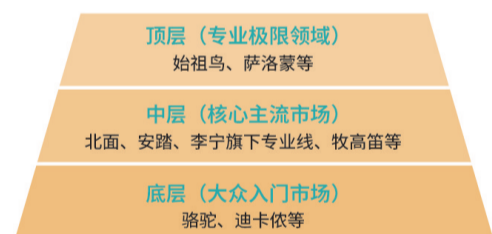
户外项目销售额最多的是钓鱼



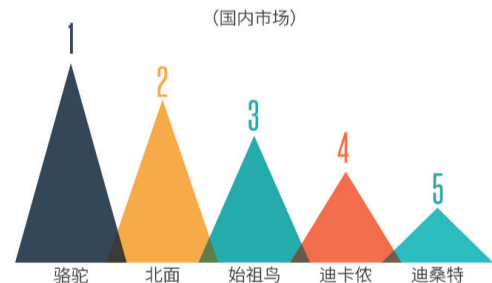
户外装备市场细分占比



户外品牌形成清晰层级结构



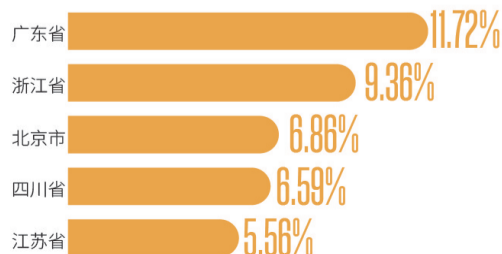
户外品牌销售额 TOP5



消费者了解户外用品的渠道



广东省人数最多



03: 我国户外鞋服赛道竞争分散 社交媒体传播种草带动消费

根据 Statista 公开数据,预计到 2025 年,全球户外运动用品消费者渗透率预计达到 20%,电商市场规模将增长至 2485 亿美元。目前我国户外运动渗透率仅为 28%,与海外超 50% 的渗透率相比有较大上升空间。

2024 年,国内线上主流电商平台户外消费市场规模达 1053.3 亿元,同比增长 25.7%,整体趋势向好。服装类、装备类产品是消费者主要需求,合计占比超 70%。对比近两年不同品类销售占比,服装类占比大幅提升,增长 10.9%。数据显示,线上渠道占总销售额的四成,逐年提升。分品类看,软壳硬壳冲锋衣、越野跑鞋增速最快,近翻倍增长。

2024 年中国运动鞋服市场规模达 5425 亿元,同比增长 10%。从竞争格局来看,户外服饰赛道玩家非常分散。前十名品牌合计市占率仅 27.2%,最高的骆驼也只占了 5.5%。

数据还显示,户外装备细分市场占比中,滑雪 20.41%、水上运动 19.58%、露营 10.89%、钓鱼运动 6.88%、其他户外运动(包括航空运动、攀岩、登山、城市漫步等)42.23%。

户外消费赛道的崛起,社交媒体、兴趣电商的传播种草功不可没。根据小红书数据,徒步、骑行、露营、钓鱼、潜水冲浪、滑雪等这六项户外活动在小红书笔记发布量累计已近 700 万篇。

美团、大众点评数据显示,2024 年“徒步”相关搜索量同比增幅近 100%,笔记攻略数量增幅超 190%;“徒步一日游”“爬山徒步”等关键词增幅均超过 400%。

抖音平台运动内容日活跃用户超 6.5 亿,体育内容创作者超 1.2 亿,形成立体化兴趣社群和互动生态,成为行业增长新引擎,运动服、户外用品、健身装备 2024 年 10 月至 2025 年 3 月电商销售额同比增速分别为 56%、51%、40%。

04: 超九成人认同户外活动要环保 潜水跑步攀岩者最关注可持续

户外消费项目存在性别差异,中青年是户外运动主力军,20-44 岁的中青年占比超 90%。

在一份调查中看到,税后年收入超过 20 万元、年户外消费超过 5000 元、年龄在 30-39 岁之间、婚恋情况为单身的人群均在总样本中占据四成左右,一定程度上反映了户外消费者的普遍特征。

一至三线城市 95% 的消费者选购运动鞋服时首要关注功能性,对比往年,消费者对服饰“三防(防晒、防水、防风)”、运动鞋“防滑、轻盈、防水”的需求增长。

有 61% 消费者购买服饰时更偏爱本土品牌,认为本土品牌是“质量和价值观的体现”;而偏好国际品牌的消费者,更看重其“社会地位和个性表达”。

户外爱好者往往把大自然作为自己的游乐场,亲近自然、保护自然的意识油然而生。调查结果显示,89% 受访者认为“户外的人有更强的环保意识”,95% 受访者认为“户外生活需向可持续发展”。

无独有偶,2024 年国际登山联合会(UITAA)的报告显示,全球 23 个国家的 5000 名户外爱好者中,92% 的人认为“保护自然是参与户外活动的基本前提”。可持续消费成为户外爱好者开展户外活动、保护自然的第一步。

因此,使用简约包装、强调耐用、提供修补或二手置换选项的品牌开始脱颖而出。但另一方面,可持续产品、可持续信息的市场供给并不充分,打着“可回收”“回收材料”“零碳”等可持续标签“漂绿”的事件更是层出不穷。

户外生活与可持续价值观紧紧绑定,在生态保护、低碳、淘汰有害化学品、回收再生、环境信息公开等可持续发展方向上,户外运动品牌不断发力,甚至打造出了专门的“可持续”标签。

具备以下特征的受访者在户外消费时最积极选择关注“可持续”产品:潜水跑步攀岩爱好者、年收入在 20 万-50 万元、年户外消费 10000-14999 元、50-59 岁、已婚。

在不同户外方式的受访者中,潜水、跑步、攀岩的户外爱好者在户外消费时选择关注“可持续”的占比最高,分别达到 24.00%、23.80% 和 23.44%;相反,露营、滑雪和徒步的户外爱好者在户外消费时选择关注“可持续”的占比最低,分别仅为 18.60%、18.24% 和 17.02%。

数据来源

英敏特《2025 中国运动和户外消费者报告》、《2025 中国运动和户外服饰报告》、巨量引擎 x 第一财经商业数据中心 CBNDATA《2025 运动户外圈层人群洞察白皮书》、北京体育大学体育休闲与旅游学院 x 美团研究院《2024 户外运动线上消费发展报告》、国信证券研究所《2025 运动户外消费专题研究报告》、魔镜洞察《户外运动研究报告》、南方周末绿色研究中心《户外休闲行业趋势调研报告》、思瀚产业研究院《2024 年中国户外装备行业市场前景预测报告》、《2024 春夏淘宝天猫运动户外行业趋势白皮书》、GOIF 2024 中国消费者调研、欧睿数据、小红书

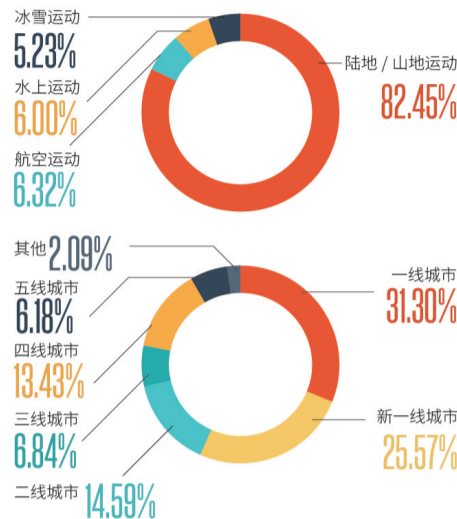


(请点击“数据”频道)

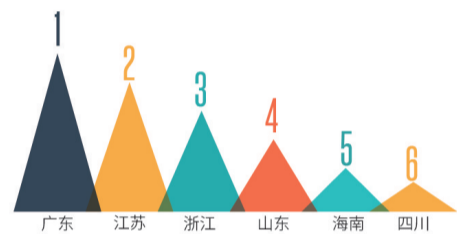
2024 年国内户外运动线上消费人次约 2 亿

消费总额超 3000 亿元
商家达 2.7 万家

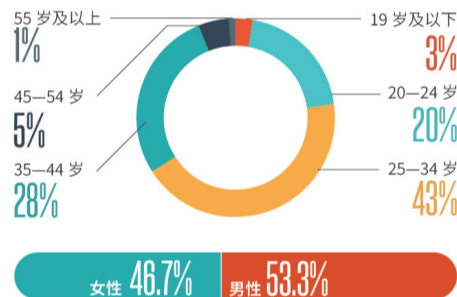
户外运动商家画像



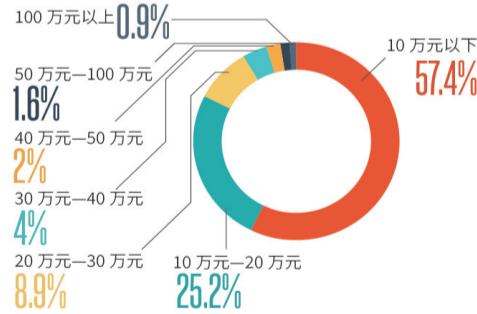
分布省份 TOP6



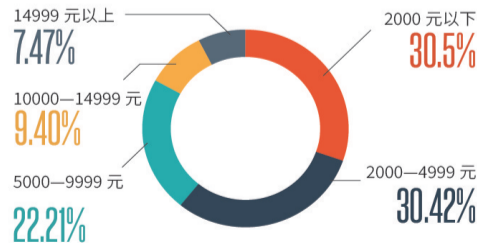
户外消费者画像



近六成年收入 10 万以下



约四成年户外消费 5000 元起



滑雪年人均消费最高

