

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

# 户外运动产品加速出圈

## 说数

□ 本期点评 陆飞

近年来，露营、骑行、飞盘等户外运动热度持续上升，特别是受社交平台影响，时不时就会有某项户外运动出圈走红。总体来看，健身运动场景正从室内加速向户外延伸，户外经济进入快速发展期。

从消费端看，户外运动兴起带旺了相关产品消费。其中，“露营热”让相关装备销量大增，并衍生出“露营+飞盘”“露营+骑行”等个性化玩法；骑行、钓鱼、轮滑等户外运动则更讲究休闲性，让过往强调专业性的户外运动更加亲民，成为人人皆可参与的大众运动。同时，随着越来越多年轻人参与户外运动项目，户外运动的社交属性逐渐“拉满”，兴趣社交成为影响消费者户外休闲消费决策的重要因素。

从供给端看，户外用品生产企业在变革中不断明确自身定位，产品迭代升级速度明显提升。例如，骑行运动场景从野外向“街头”拓展，实现了专业运动与休闲运动的有机结合，让整个骑行运动市场拥有了更多可能性。

从消费趋势看，电商和“互联网+”在户外运动市场中发挥着重要作用。户外运动消费的线上占比快速增长，线上消费、学习、交流已成为拉动户外运动消费的主要渠道。

在户外经济升温的当下，相关企业要加大对户外运动产品研发力度，使得户外产品愈发大众化、社交化，不断拓展、衍生更加细分的产品类型；同时要加快布局线上交流平台，促进不同爱好的群体间交流互动，推出针对线上课程，满足消费者不同场景下的消费需求。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)

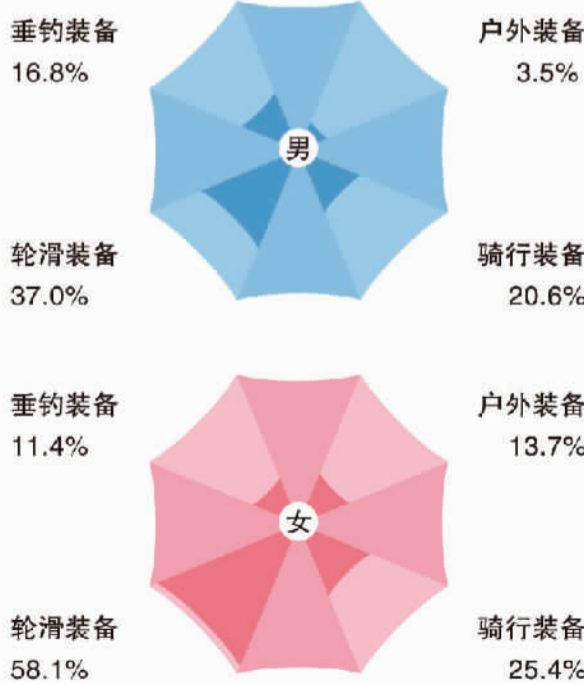


随着户外运动的兴起，一大批户外品牌迅速发展。但是，大部分户外品牌缺乏核心竞争力，产品同质化现象严重。因此，建议相关企业加快研发具有差异化竞争优势的产品，在不同区域不同领域中抢占先机。同时，相关企业还可以在个性化设计上下功夫，以更细致的产品打动消费者。

相比专业健身运动，户外运动能够让人们在亲近自然的同时，实现健身锻炼的目标，并在不同场景下实现“玩法”的多样化。相关企业要加快推动细分场景下的产品研发，从小众运动延伸至大众市场，将不同产品从专业运动拓展到日常使用场景，打造新的运动时尚单品。

## 3 地域及人群特征

不同性别消费者数量增长



数据周期: 2023年5月31日至6月5日

## 1 户外用品消费情况

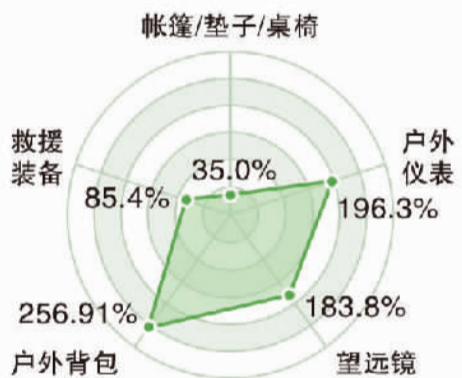
户外产品搜索热度指数

注:指数越高表明关注度越高

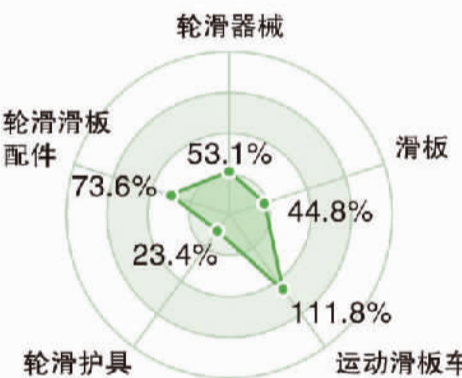


## 2 细分品类消费情况

户外装备成交额环比增长



轮滑装备成交额环比增长



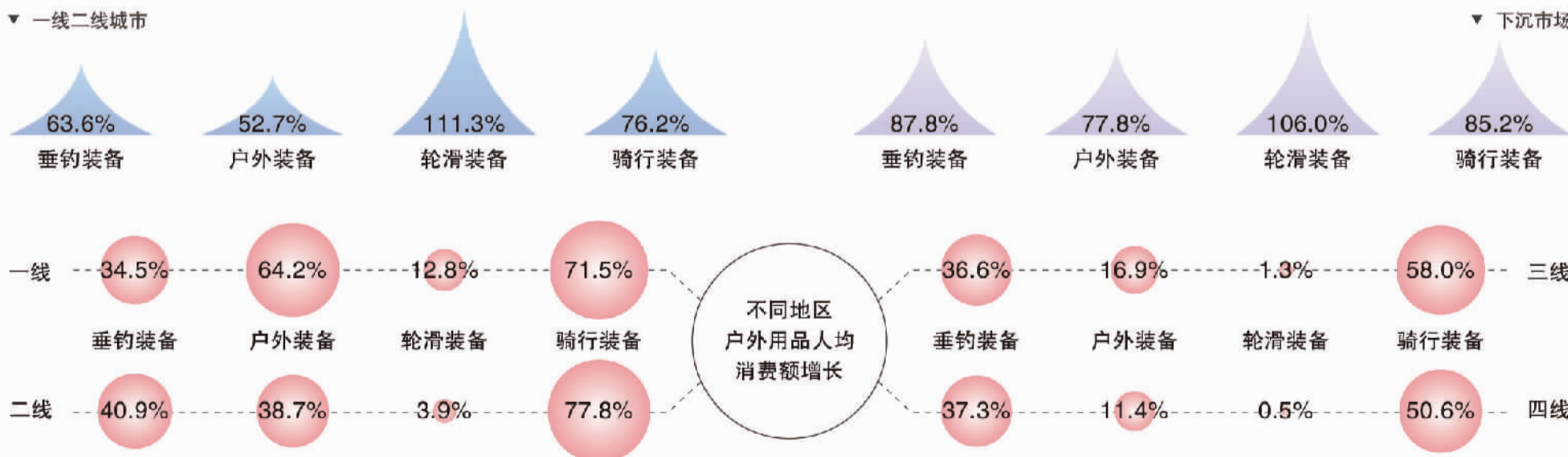
骑行装备成交额环比增长



垂钓装备成交额环比增长



不同地区户外用品成交额增长



各年龄段消费者数量增长

