

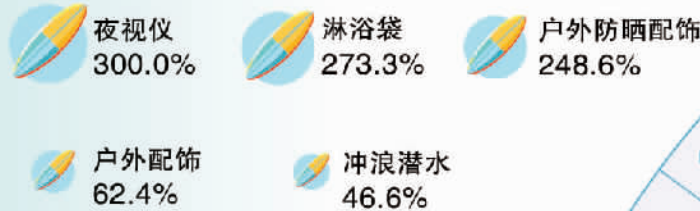
在这里读懂中国消费

户外消费迎来新增长

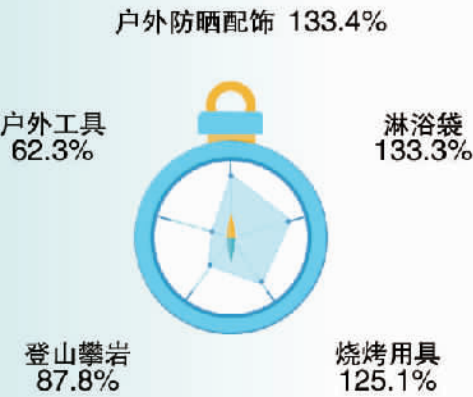


消费者特征

女性消费者户外装备销量环比增速TOP5



男性消费者户外装备销量环比增速TOP5



帐篷/垫子类产品销售量环比增长84.4%，户外工具、露营桌椅、户外照明等关键词热度快速上升，反映出用户对户外场景布置、实用工具和夜间照明等细分场景的关注度持续提升。

总体消费情况

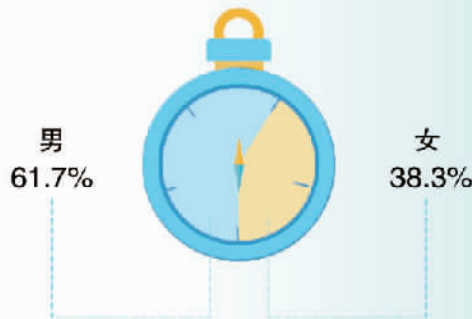


运动户外装备销量占比TOP10
户外装备销量环比增速TOP5

各年龄段消费者户外装备销量占比

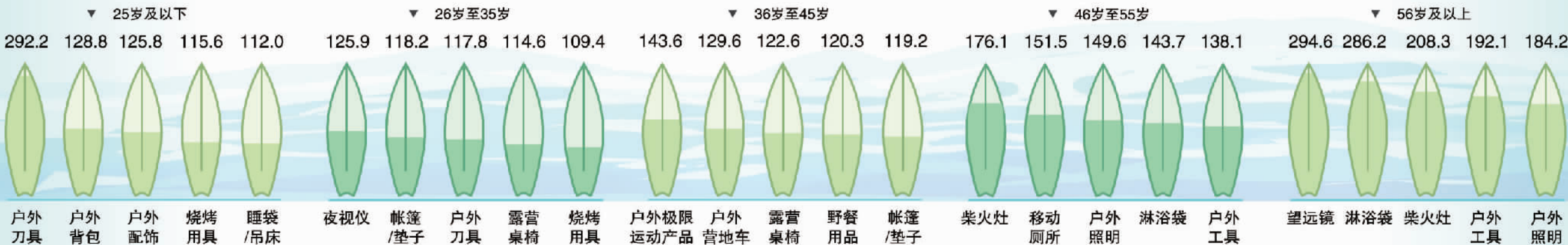


不同性别消费者户外装备销量占比

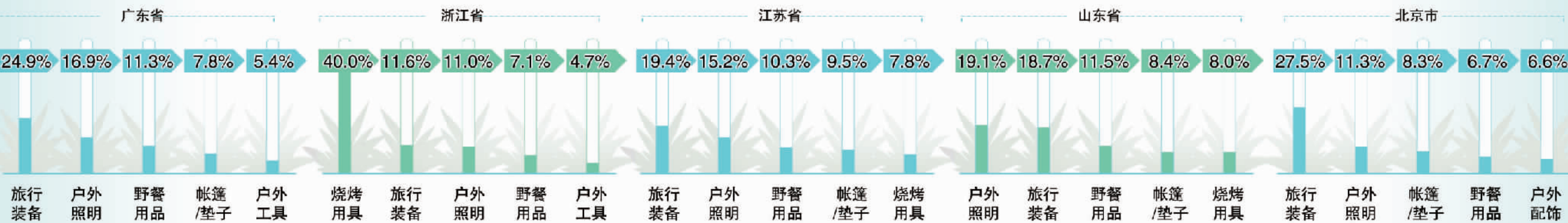


不同年龄段消费者展现出差异化偏好。年轻人青睐户外刀具、夜视仪、户外配饰等个性化专业化装备；中年群体偏好舒适型与家庭友好型户外产品，如帐篷、露营桌椅、营地车等。

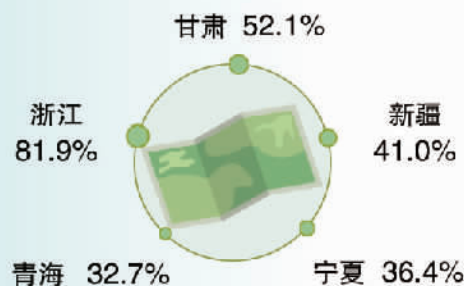
各年龄段消费者户外装备偏好指数TOP5



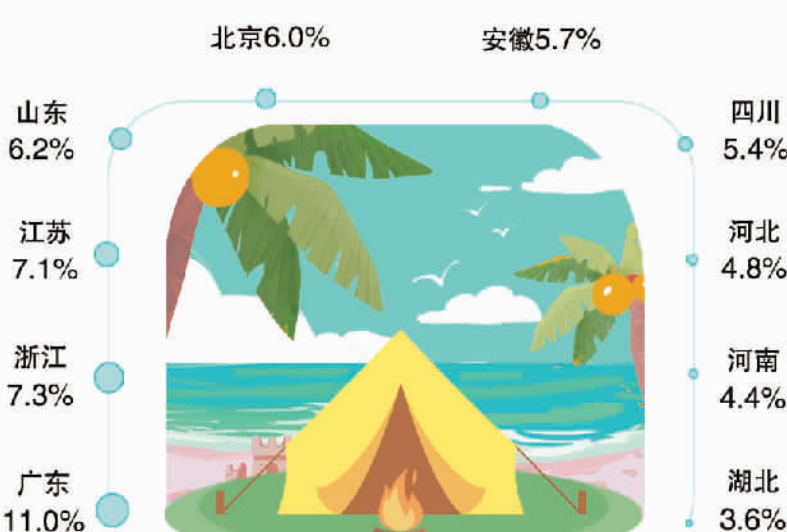
主要省份户外装备销量占比TOP5



户外装备销量环比增速TOP5省份



户外装备销量占比TOP10省份



说数

郭旭

春末夏初，正是户外出行好时节。消费者短途旅行、周边露营、城市漫游等活动热情持续升温，带动户外消费迎来新一轮增长。户外消费市场正呈现出多元、个性的趋势，为夏日经济注入蓬勃活力。

运动户外装备类产品整体销量稳步增长。其中，旅行装备销量占比达18.2%，位列运动户外品类第一名；户外照明、野餐用品、烧烤用具、帐篷垫子等品类也很受欢迎。淋浴袋、户外防晒配饰的销量环比增幅均超过140%，登山攀岩、烧烤、冲浪类产品的销量也实现两位数增长。

从消费者结构看，26岁至35岁人群为户外装备的核心消费群体，销量占比达35.7%，“80后”和“90后”消费者合计贡献了超六成的户外装备销量。男性用户占比超六成，功能性与探索型装备增长迅速。女性用户青睐购买旅行装备以及兼具美

观与实用的户外配饰，展现出女性消费者在精致露营、自拍防晒等场景中的消费意愿。

从地域看，广东、浙江、江苏、山东、北京位列成交额前5名。其中，广东消费者偏好购买旅行装备、户外照明、野餐用品；浙江消费者最爱购买烧烤用具，展现出“社交式露营”特点。此外，浙江、甘肃、新疆、宁夏、青海等地用户的户外消费热情快速升温，表明短途出行热潮正逐步向更广阔的新兴目的地扩展。

“说走就走”的短途户外出行已不再局限于装备齐全、预算充足的专业玩家，而是成为大众化、轻量化、场景细分的新型生活方式。随着政策支持不断加码，户外运动设施会越来越完善，个性化的户外运动产品会不断涌现，不断满足消费者多样化需求。



数据周期：
2025年4月1日
至4月20日