

说数

在这里读懂中国消费

# 暖风吹热户外游

杨芊叶

枝头绿浓，脚下生风。在这个外出游玩的绝佳时节，人们走出家门、拥抱自然的热情持续高涨。从近期消费数据看，户外出游消费市场呈现出热度攀升、体验升级、地域扩容、人群多元的鲜明特征。

户外出游相关消费搜索热度持续攀升。3月中旬以来，自驾装备、露营桌椅、野餐套装、宠物配饰、防晒衣、徒步鞋、冲锋衣、户外背包等品类搜索量同比增速均超10倍，野餐垫、露营车也分别实现998%和851%的高速增长。从“去哪里”到“带什么”，春季出行的装备清单日益精细，消费者对户外出游品质的追求越来越高。

户外装备消费的持续走热，与我国超万亿元的户外经济大盘形成共振。攀岩、徒步、露营等户外项目带动相关装备消费快速增长，其中，淋浴袋成交额同比增长525%，户外仪表、登山攀岩装备增速超100%，户外餐车、露营灯也实现较快增长。这些高速增长品类指向一个共同趋势：户外消费正从

“将就”走向“讲究”，消费者不再满足于搭个帐篷凑合一晚，而是希望在户外也能享受热水淋浴、精致餐食、舒适照明等居家般的体验。

汽车自驾与骑行场景消费升级明显。自驾应急包、灭火贴、车载北斗定位器等安全装备成交额增速均超10倍，消费者在享受自驾乐趣的同时，安全意识和科技应用显著增强，自驾出行变得更加从容、更有保障。骑行类产品中，多人自行车成交额增速超10倍，BMX小轮车增长712%，旅行自行车增长260%。“全家骑行”“个性玩车”“长途骑行”等多元需求并存，自行车不再只是通勤工具，而是成为家庭聚会、社交活动和潮流运动的新载体。

从地域看，户外出游消费呈现出“主力稳、潜力大”的格局。广东、江苏、北京、山东、四川等省份的成交额占比领先，南方地区是户外消费的核心区域。从增长潜力看，辽宁以163%的同比增速领跑全国，黑龙江、甘肃、天津增速均超30%。东北、西北地区踏青消费快速升温，户外出行热正从东南沿海向内

陆和北方加速拓展，户外经济的区域版图持续扩大。

不同消费群体的特点同样值得关注。男性消费者是户外出游消费主力，成交额占比61.5%，偏好垂钓、冲浪潜水、骑行等运动；女性消费者更青睐游泳、轮滑滑板、跑步等项目，休闲与塑形并重。26岁至45岁中青年群体合计贡献近七成成交额，其中36岁至45岁群体占比最高，达37.0%，是家庭出行的主导者和品质消费的中坚力量。不同性别、不同年龄段消费者各有偏爱，共同构成一个层次丰富、活力充沛的户外出游市场。

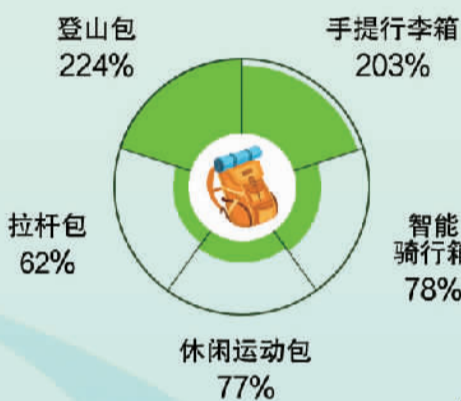
户外消费的火热，折射出当下人们对亲近自然、健康生活的深层渴望，户外出游正从小众爱好走向大众生活方式。一方面，相关企业应围绕安全、品质、细分场景持续深耕产品，满足消费者的多元需求；另一方面，地方政府应因地制宜，完善骑行步道、露营基地、停车场等配套设施，为户外出游提供便利，让“走出去”成为更多人的日常。

## 整体消费情况

▼ 攀岩露营类装备成交额同比增速TOP5



▼ 出行箱包类产品成交额同比增速TOP5



▼ 汽车自驾类用品成交额同比增速TOP5

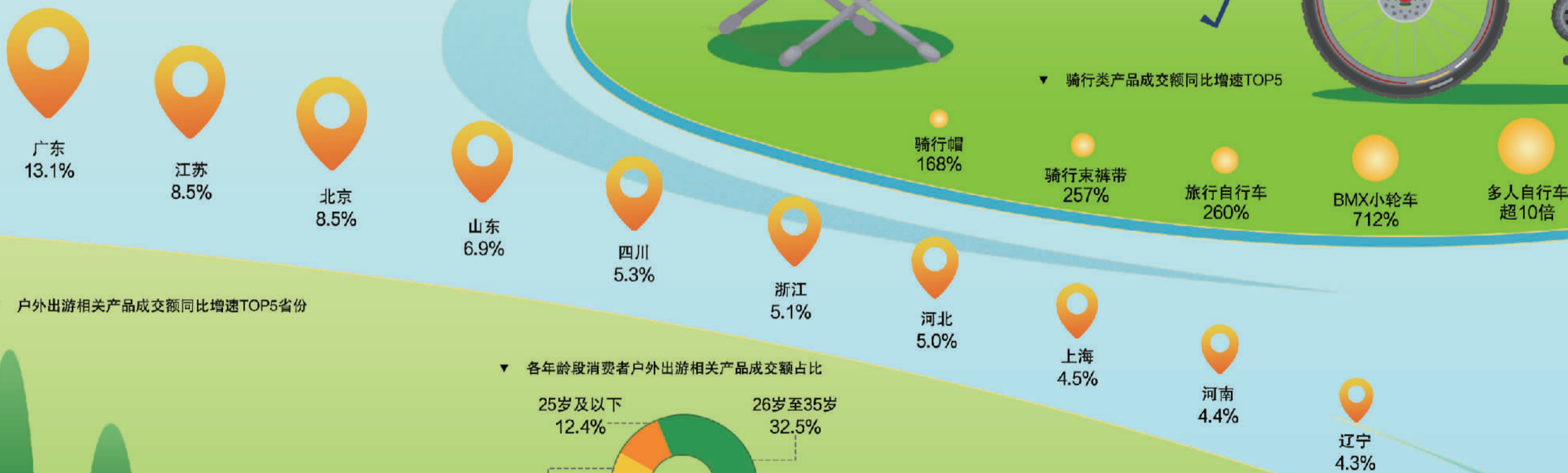


▼ 户外出游相关搜索词增速TOP10

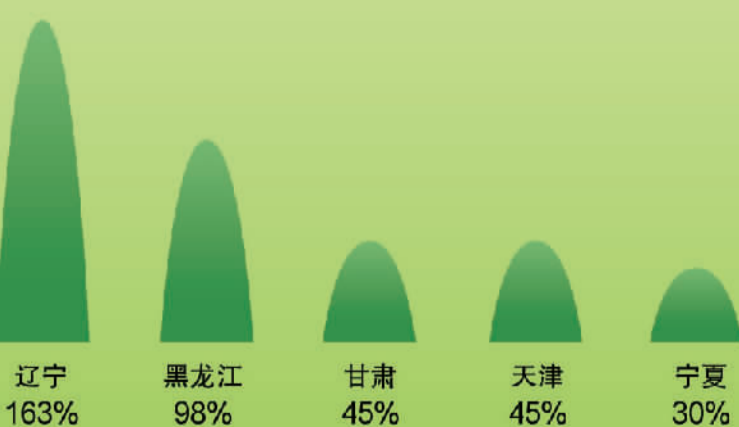


## 消费者特征

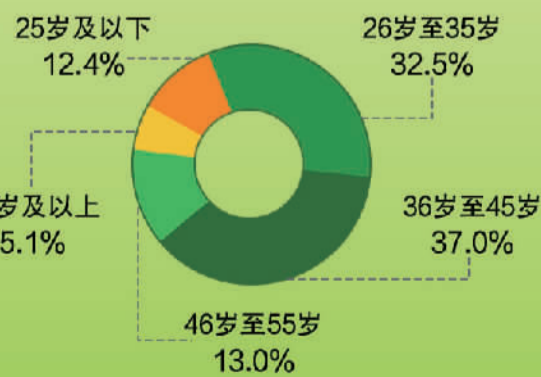
▼ 户外出游相关产品成交额占比TOP10省份



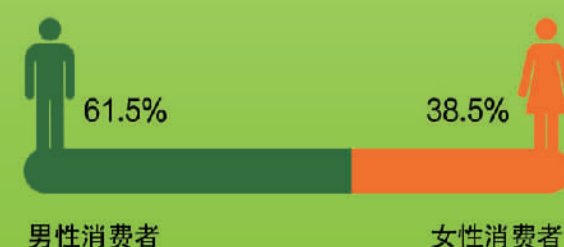
▼ 户外出游相关产品成交额同比增速TOP5省份



▼ 各年龄段消费者户外出游相关产品成交额占比



▼ 不同性别消费者户外出游相关产品成交额占比



▼ 骑行类产品成交额同比增速TOP5



▼ 男性消费者户外运动消费偏好指数TOP3



▼ 女性消费者户外运动消费偏好指数TOP3



更多内容 扫码观看

数据周期: 2026年3月14日至4月28日