

经济日报携手京东发布数据——

潮流装备吃香 户外体验升级

创新引领户外产业

李苑

说起户外运动装备，人们首先想到的是运动鞋、冲锋衣、运动背包等老几样，但随着科技的发展，消费者对户外运动相关产品的需求也发生了巨大变化，蓝牙耳机、智能手表等电子产品逐步走上“C”位，其配套设备如移动电源等也成为户外运动必不可少的装备。户外装备的种类、功能、形态随之升级，众多新产品应运而生。

一方面，户外运动产业规模持续扩大，更多新形式、新品类、新产品持续涌现，满足了消费者的细分需求，有助于产业发展实现良性循环；另一方面，户外运动产品升级态势明显，跨界创新合作、定制化生产等模式成为常态。

数据显示，我国目前有1.3亿户外运动爱好者，户外运动产业竞争力和发展潜力巨大。相关企业应及时抓住发展机遇，围绕创新做好文章。

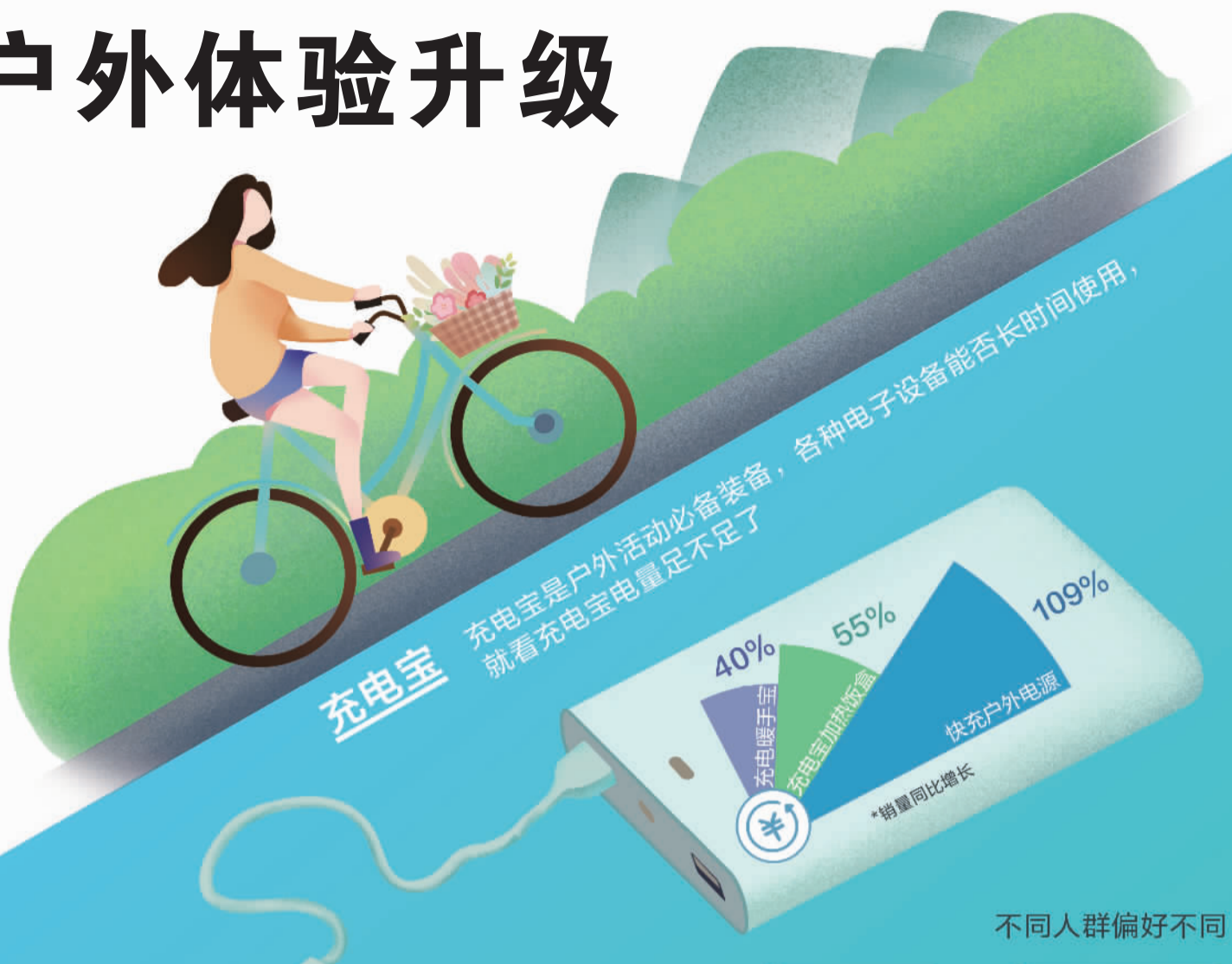
首先，加强技术创新，提高产品竞争力。针对日新月异的市

场需求，企业应积极升级产品功能、设计、外观，用创新产品满足甚至引导消费者，从而掌握竞争主动权。

其次，创新细分领域应用场景。要打开新的市场空间就需要拓展消费场景，深耕细分市场，实现供给与需求的精准匹配。

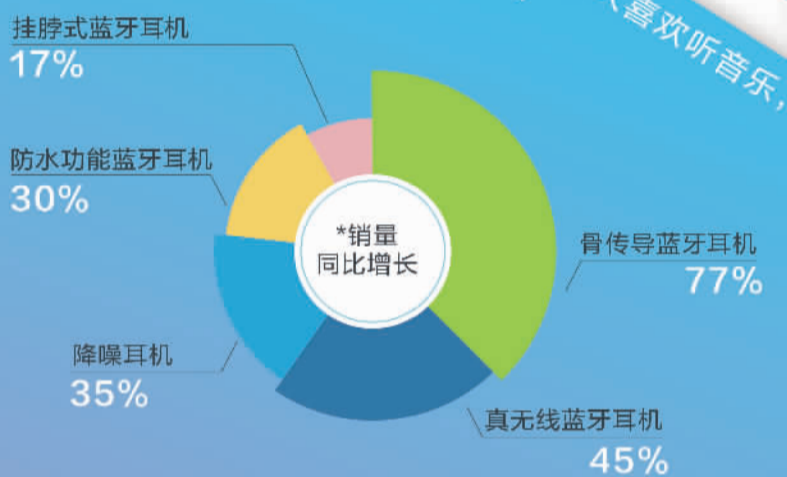
再次，深挖消费潜能，提供创新服务。企业在增强产业链、供应链稳定性和竞争力的同时，若能延伸服务范围，将有效激发新的消费需求，助其找到新的增长点。

说数



充电宝是户外活动必备装备，各种电子设备能否长时间使用，就看充电宝电量足不足了

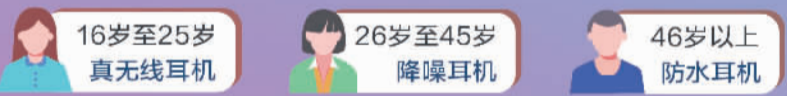
蓝牙耳机 在进行户外运动时，大多数人喜欢听音乐，因此，蓝牙耳机更受欢迎



不同省份偏好不同



不同人群偏好不同



其中，男性♂偏好骨传导耳机
女性♀偏好降噪耳机

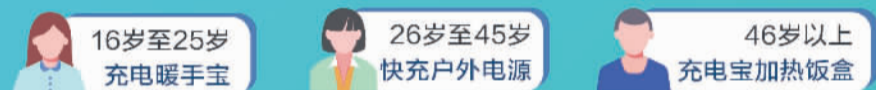
防水降噪、携带方便、科技含量……随着消费者的需求变化，拥有更多、更好、更强功能的蓝牙耳机将变得更受欢迎。未来，在耳机中添加更多实用功能，将成为企业破局的关键。同时，随着使用场景的多元化，“一人多副”耳机的情况越来越普遍，因此除了追求时尚和功能之外，耳机的舒适度也显得十分重要，这就要求企业打造更加“人性化”的产品。

2021年11月份至12月份
人均拥有5.5万毫安时
移动电源

人均购买了
1.2台蓝牙耳机

中老年摄影爱好者的
摄影器材消费
是其他年龄群的1.6倍

不同人群偏好不同



其中，男性♂偏好快充户外电源
女性♀偏好充电暖手宝

不同省份偏好不同



当前，国产品牌充电宝已经成为行业标杆，能够充分满足用户的各种需求。但是，标准不统一、品质良莠不齐等情况依然存在。这就要求相关企业要继续加大创新力度、不断升级技术水平、淘汰低端产能，生产更高品质、更环保的产品。

同时，电子产品更新换代快，充电宝又属于耐用型产品，因此，厂商需充分理解产品特性，更快洞察市场需求，打造更柔性化的产业模式。

不同人群偏好不同



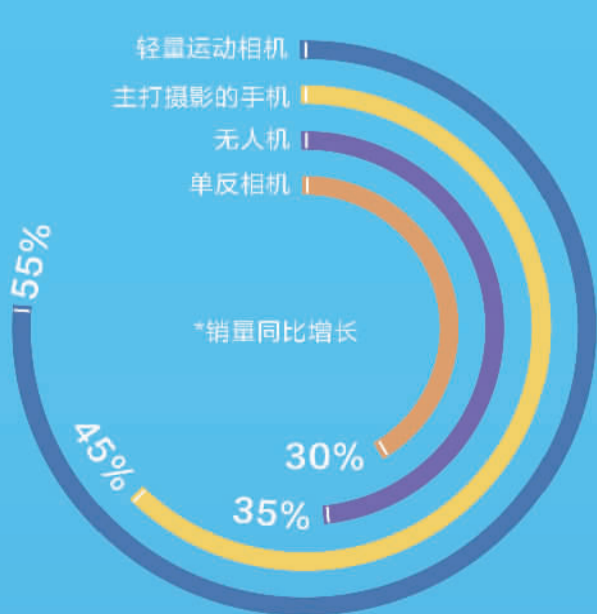
其中，男性♂偏好无人机
女性♀偏好摄影手机

不同省份偏好不同



摄影器材正朝着“生活场景化”“轻量化”方向发展，除了专业的“长枪短炮”，越来越多普通用户在出游、亲子、纪念性场合都有“美照”需求。同时，在高端专业器材仍为国外品牌主导的市场里，轻量化趋势也给中国新兴品牌带来了开拓市场的契机，满足生活场景摄影、激发海量“非专业用户”需求，成为国产品牌崛起和市场扩容“密码”。

摄影器材



户外活动时，除了“发烧友”会携带必不可少的“长枪短炮”，不同需求的消费者也可以购买适合自己的其他摄影器材



更多内容 扫码观看

数据周期：2021年11月份至12月份

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 林 蔚