

经济日报携手京东发布数据——

户外运动消费成为市场新宠



小众运动因何

近年来，随着消费升级，户外运动成为人们的新宠，“小而美”的小众运动生意，迈出了探索的第一步。

这些小众运动之所以能够快速“出圈”，主要得益于其低门槛和社交属性。大部分户外运动项目对场地需求不苛刻，器材也较为简单，更适应非专业人士的休闲运动需求。同时，这类新兴户外运动往往适合多人参与，在挥洒汗水的同时，人们的社交需求也能得到满足。

伴随消费群体扩容及消费诉求升级，小众户外运动市场正迎来高速发展良机，并为整个运动行业带来更多红利。

一方面，越来越多消费者涌入新兴运动市场，嗅觉灵敏的商家也加快了入局脚步。目前，市场上涌现出一批聚焦不同细分项目的专业品牌，为产业升级注入了新活力。

值得注意的是，在专业性之外，消费者对相关产品的颜值、品质等也有了更高要求，如契合不同场景的穿搭，融合流行文化与IP的装备。这些新消费需求，为更多品牌跨界入局提供了新契机。

另一方面，随着社交功能进一步拓展，新兴户外运动正逐步成为一个流量入口，形成了包含传统户外用品、食品饮料、娱乐互动、配套服务等在内的生态系统，并延伸出多元化、多维度消费场景。因此，相关企业要做好定位，找准与新兴户外运动的结合点，形成场景联动，加深客群黏性，而非单纯“蹭热度”。

此外，在市场高速发展的同时，政府引导也十分重要。对于这些新兴户外运动，需将其引至规范化发展路径上，防止其野蛮生长。

虽然露营、飞盘等小众运动项目让人“上瘾”，但主要消费者仍局限于一二线城市的年轻群体。随着户外运动产业快速发展及相关标准日益完善，小众运动将吸引更多参与者，带来更大市场价值，从而形成行业发展正向循环。

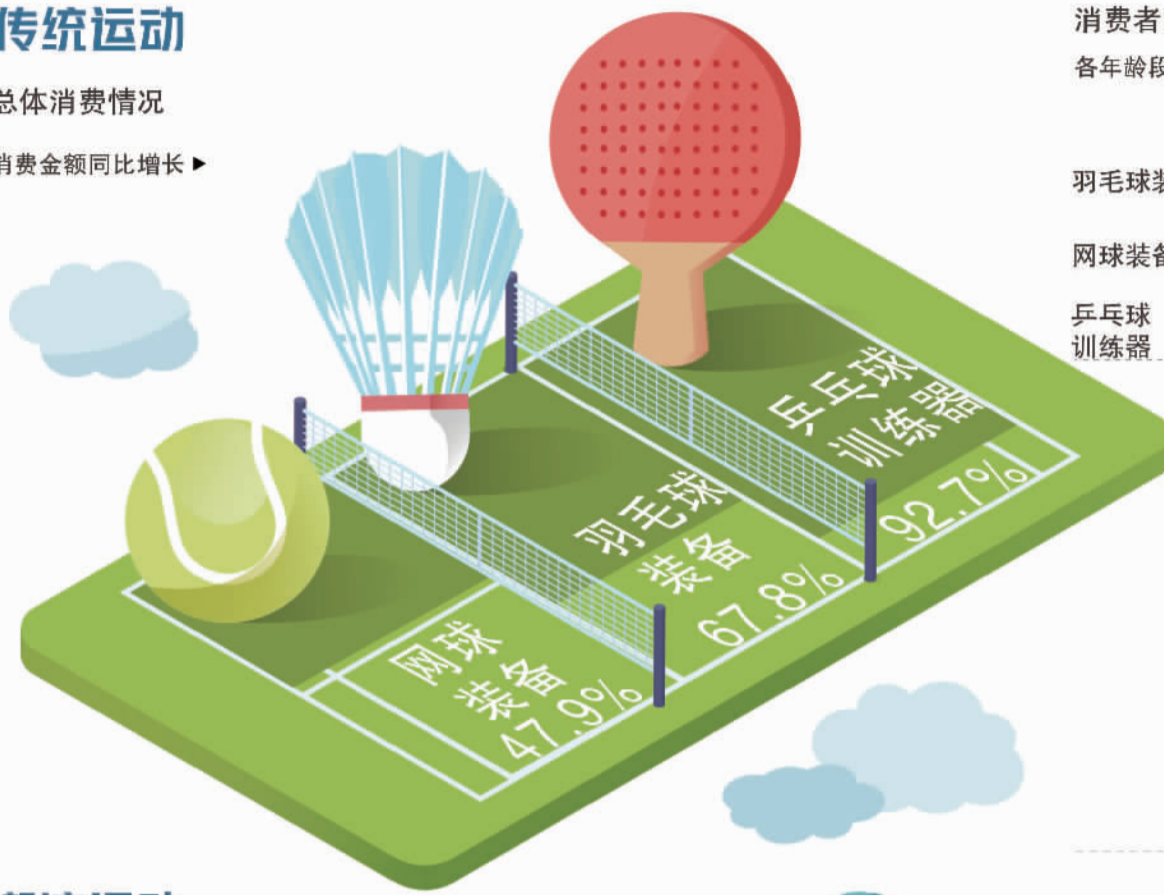
(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

说数

传统运动

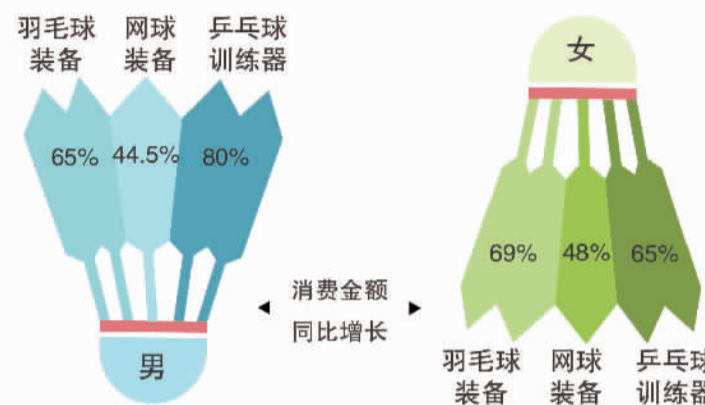
总体消费情况

消费金额同比增长



消费者画像

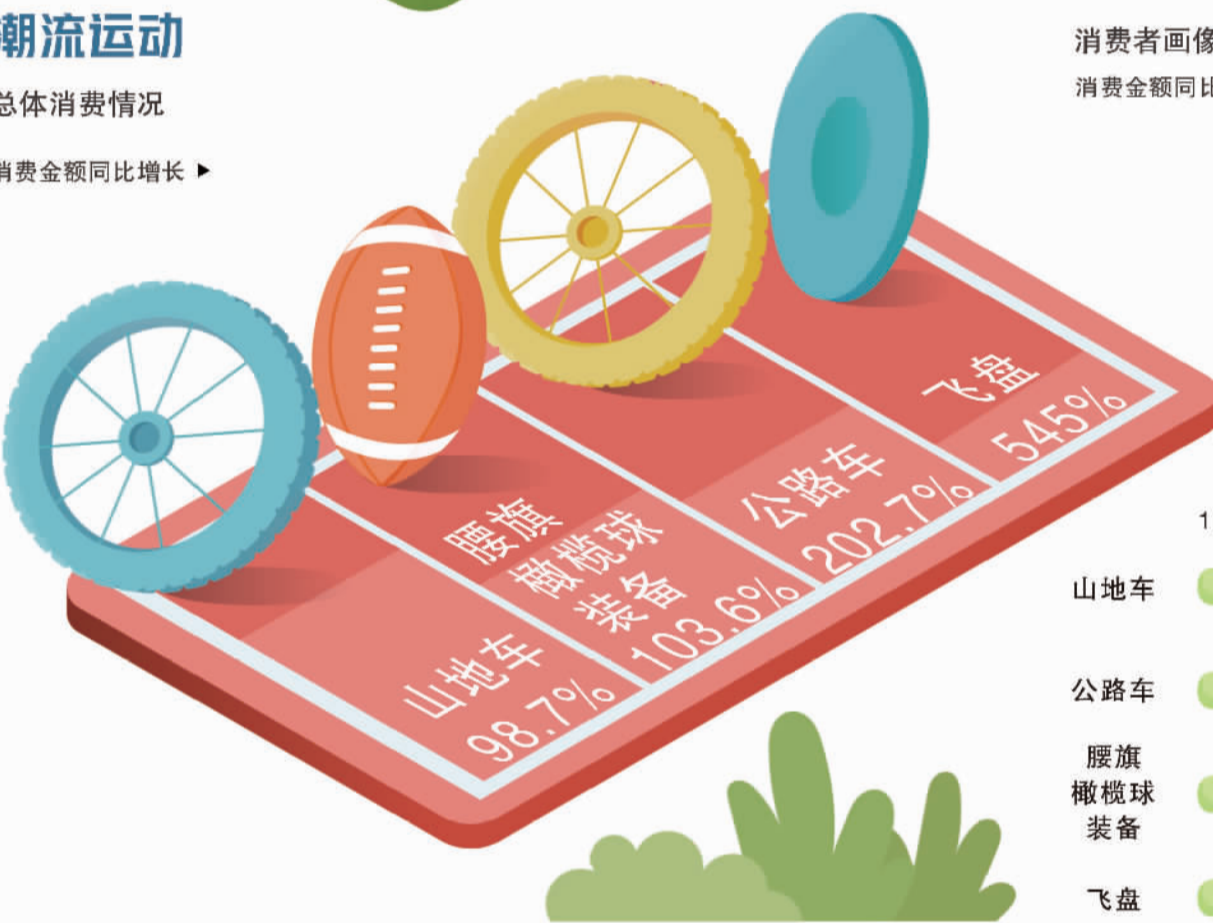
各年龄段消费偏好



潮流运动

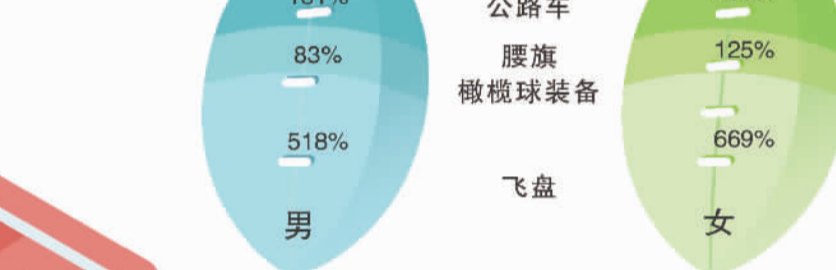
总体消费情况

消费金额同比增长

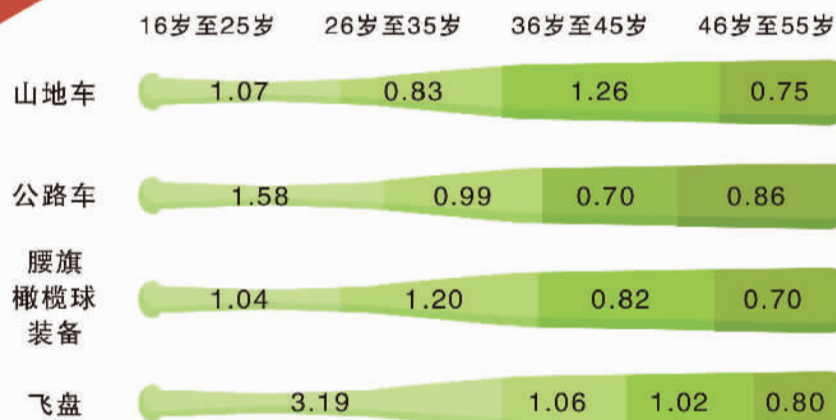


消费者画像

消费金额同比增长



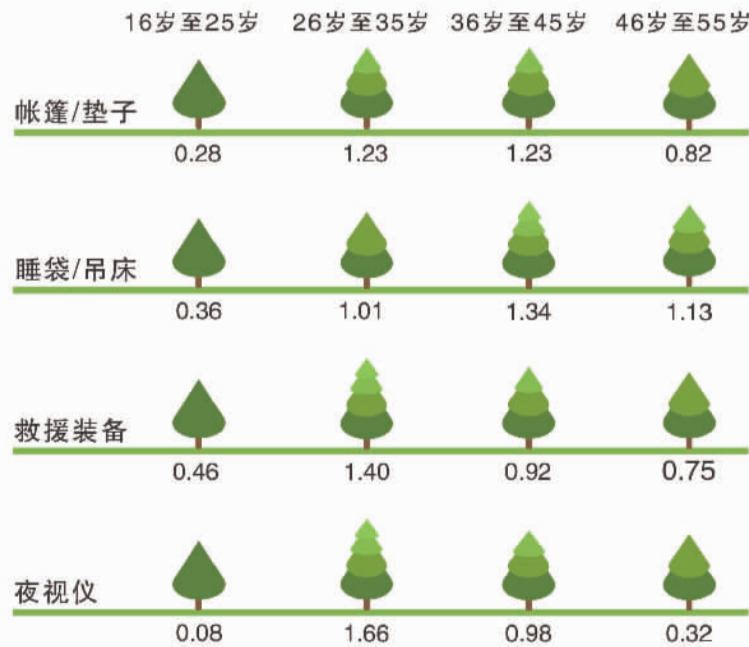
各年龄段消费偏好



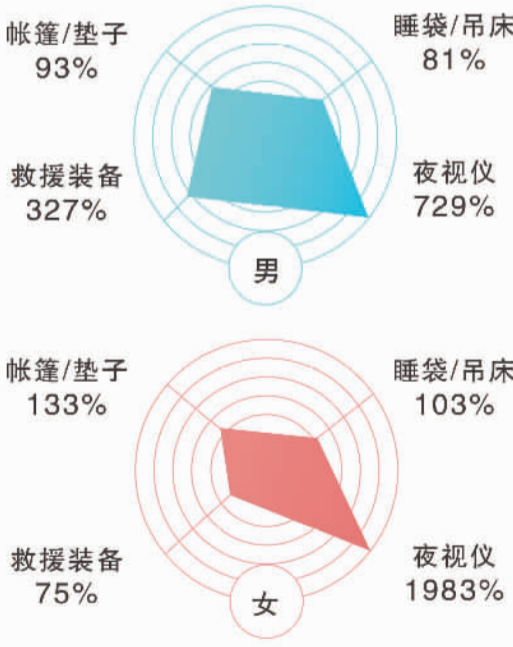
户外休闲

消费者画像

各年龄段消费偏好

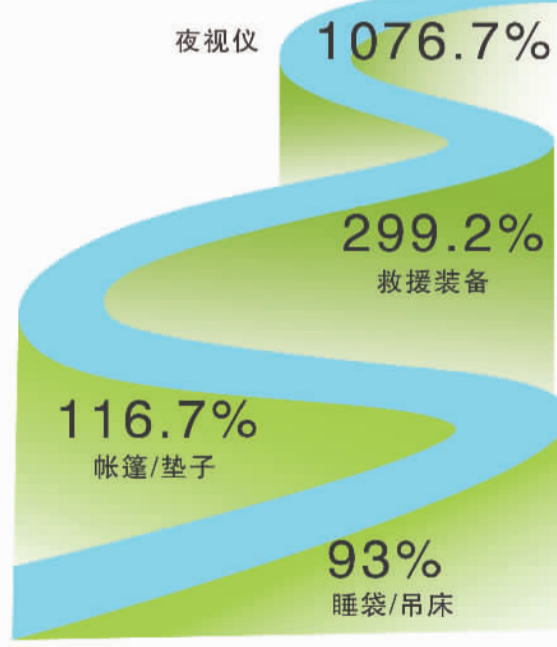


消费金额同比增长

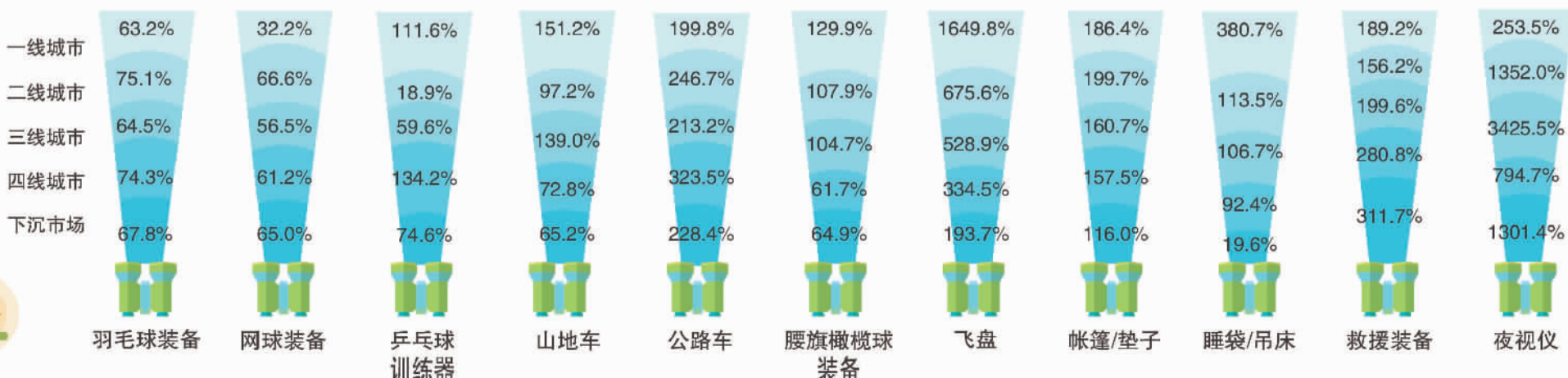


总体消费情况

消费金额同比增长



消费金额同比增长



针对乒乓球、羽毛球等传统球类运动，相关企业应当抓住全民健身契机，持续走专业化、市场化路线，在加大基础设施建设与提升产品质量的同时，做好服务和推广工作，更好地带动这些运动项目和体育产业发展。

飞盘、骑行等新兴运动愈发红火，但相关产业仍处于初级阶段。以飞盘为例，相关企业除了要在器材的研发设计、生产与销售上发力，还可以将业务延伸至场地开发和运作，专业培训和国际交流等方面，帮助飞盘运动在全国落地，促进行业健康发展。

当前，消费者户外运动习惯愈加常态化，户外装备市场随之快速扩容。对于行业来说，可以顺应以下趋势进行“破圈”：开发入门、准专业户外运动产品以吸引更多人群参与；推广具有区域和民族特色的户外运动；引入时尚品牌设计，创造户外时尚风潮，打开流量空间。



更多内容 扫码观看
数据周期：2022年1月份至6月份