

说数

在这里读懂中国消费

# 春日户外消费热起来

崔浩

春分前后历来是居民踏青出游、亲近自然、参与户外运动的活跃时段。近几年，春日户外活动逐步演变为集运动、休闲、社交于一体的生活方式。相关消费也不再局限于简单购置基础用品，而是朝着场景更丰富、需求更细分、服务更完善的方向加快升级。

从春季运动户外消费情况看，消费需求正在发生明显变化。越来越多消费者看重装备与运动项目、活动强度、使用体验之间的匹配度。运动护臀、健身手套、髌骨带等护具消费增长明显，营地鞋、徒步鞋、越野跑鞋等鞋靴品类也受到欢迎，这说明春季户外消费正由“入门式、尝鲜式”购买，转向更加专业、精

细和注重体验的品质消费。

从汽车出行消费看，自驾属性更加突出。车载帐篷、储物箱、车载电饭煲、车载电热水壶等产品走俏，表明消费者把汽车作为连接休闲、露营、近郊游的重要载体。消费不再停留在“开车出门”本身，而是向车上生活、途中服务和目的地体验不断延伸。

值得注意的是，两组数据背后指向的是同一批核心人群。无论是运动户外，还是汽车出行产品服务，26岁至45岁消费者均占七成左右。这部分人群消费能力强、家庭出行和周末休闲需求集中，更愿意为效率、舒适度和体验感买单。从地域看，广东、江苏、北京、

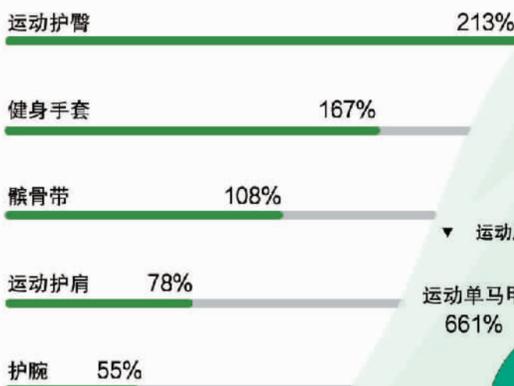
山东等省份成交额居前列，也说明经济活跃地区、城市群周边短途出行和轻户外消费潜力正持续释放。

户外消费加快扩容升级，与之相适应的配套保障能力仍有提升空间，如配套的营地服务、停车补给、安全救援、线路规划等供给还存在不足。下一步，企业可围绕“短途、轻量、家庭化、社交化”趋势，加快推出适配春季出行场景的组合产品和配套服务。各地则应在营地设施、绿道体系、停车补给、洗护维修、安全保障等方面补齐短板，推动“户外运动+自驾出行+近郊旅游”深度融合，把季节性的出行热情转化为稳定的消费场景，让春日经济释放出更大活力。

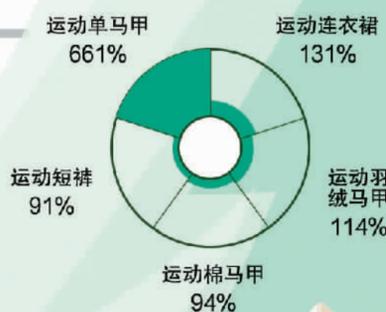


## 运动户外产品消费情况

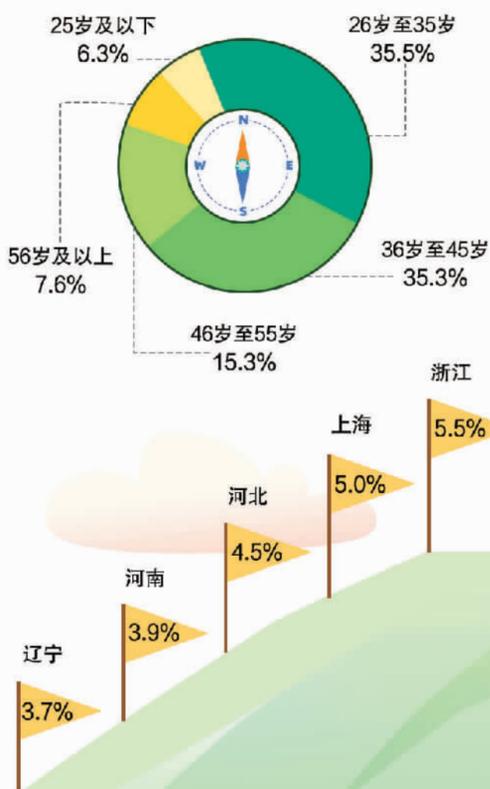
### 运动护具成交额同比增速TOP5



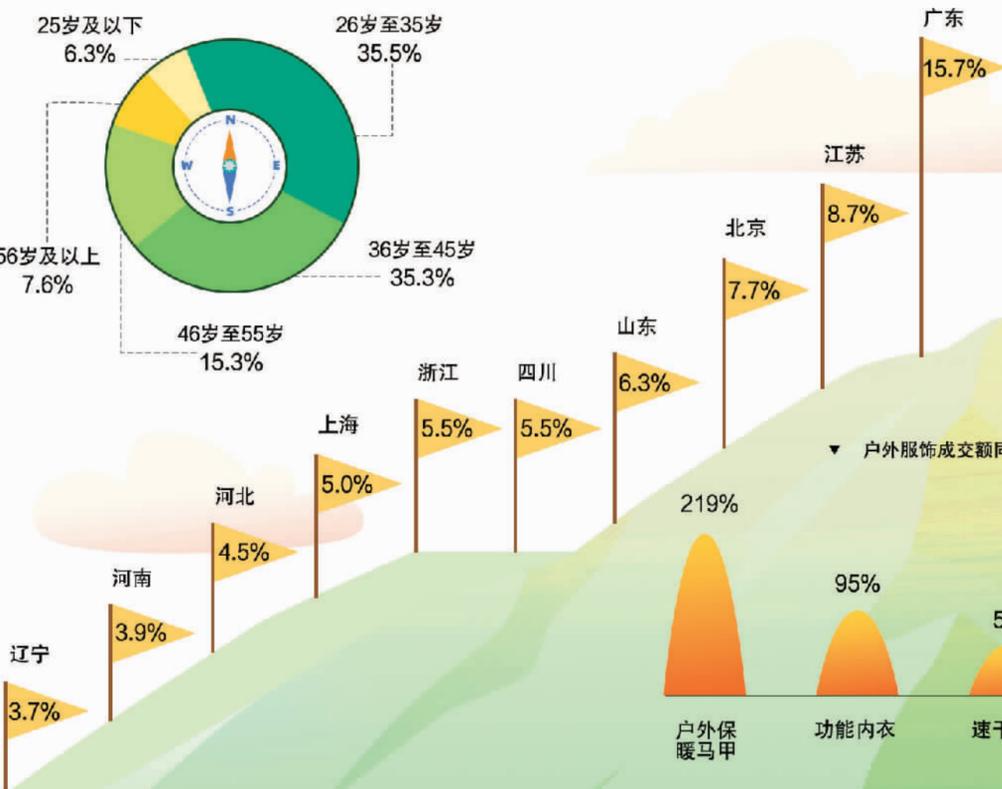
### 运动服饰成交额同比增速TOP5



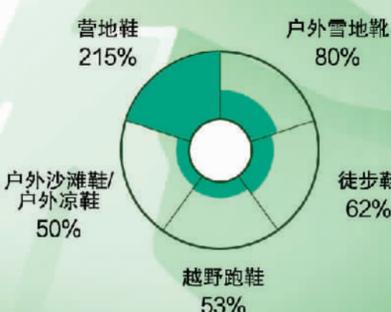
### 各年龄段消费者运动户外产品成交额占比



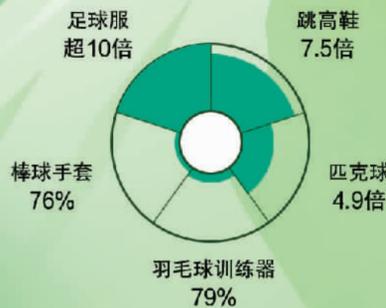
### 运动户外产品销售额占比TOP10省份



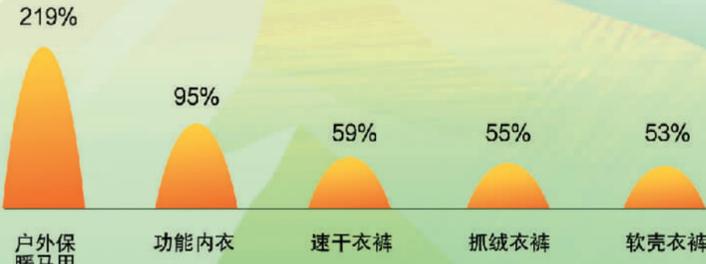
### 户外鞋靴成交额同比增速TOP5



### 体育用品成交额增速TOP5



### 户外服饰成交额同比增速TOP5



### 户外装备成交额同比增速TOP5



## 汽车出行产品服务消费情况

### 汽车自驾用品成交额同比增速TOP5



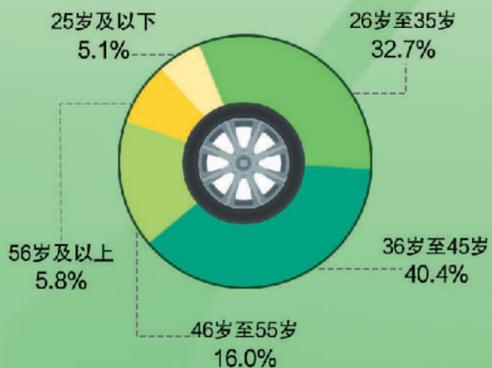
### 汽车服务成交额同比增速TOP5



### 汽车出行产品服务成交额TOP10省份



### 各年龄段消费者汽车出行产品服务成交额占比



数据周期：2026年1月11日至3月23日