

说数

在这里读懂中国消费

户外运动活力满满

李苑

绿道上,随处可见跑步、骑行的人群;公园里,滑板少年自在腾跃、追风逐影;山野间,攀岩爱好者勇攀岩壁、挑战自我;水域中,潜水爱好者探秘水下景致、邂逅自然奇观……近年来,以骑行、攀岩、潜水等为代表的户外运动已从小众爱好演变为大众生活方式。数据显示,我国户外运动参与人数已突破4亿人,带动上下游产业链规模超1.44万亿元。

户外经济成为拉动消费的重要力量。户外运动装备销售增速令人瞩目。比如,滑板运动装备中的滑板板面成交额同比增速高达1153%,登山攀岩装备中的攀岩鞋增速达到771%,水上运动中的皮划艇充气艇增速达到627%;除了装备本身,维护装备的各类配件和服务也迎来快速增长,滑板砂纸成交额增速达到741%,垂钓装备维修保养服务成交额增速达到117%……户外运动消费快速增长的背

后,是消费者对专业、细分场景需求的快速释放,户外活动不仅从休闲性、娱乐性向专业性、挑战性演变,更带动了从“简单”装备到“深度”配套服务的全方位升级。

户外经济正重塑商业生态和区域经济格局。从消费者区域分布看,广东、北京、江苏等地在户外运动消费上的投入位居前列,显示出经济发达地区与户外消费的高度相关性。其中,广东消费者和北京消费者在全品类产品的成交额占比中均排在前列;江苏消费者青睐骑行和攀岩运动,四川消费者偏好滑板和垂钓运动。此外,从性别差异看,男性消费者青睐垂钓、骑行、攀岩等户外运动,女性消费者偏爱棒球、曲棍球、轮滑等户外运动。

随着我国户外运动产业规模持续扩大,运动装备、运动培训、赛事组织等细分领域市场

空间不断增长,如何让这股热度持续发展,仍是行业需要关注的问题。从政策端看,随着越来越多人走出室内、拥抱山水,从单纯健身消遣转向追求沉浸式、个性化、专业化的体验,户外运动成为日常社交、解压疗愈的生活新风尚。接下来,各地可以依托山林、河湖、绿道等自然禀赋,持续打造户外运动公园、攀岩基地、滨水垂钓区、皮划艇体验区等特色载体,盘活自然生态资源。

从企业端看,谁能更精准地捕捉细分场景需求,谁能更巧妙地融合交通、旅游、装备、服务等多元业态,谁就能在这场由户外运动驱动的消费浪潮中占据先机。相关企业要加快打造沉浸式文旅、主题赛事、户外研学等新业态,实现生态价值、休闲价值与经济价值互促共赢,为运动装备消费市场持续注入鲜活动力。

骑行装备成交额同比增速TOP5



骑行装备成交额占比TOP5省份



滑板运动装备成交额同比增速TOP5



滑板运动装备成交额占比TOP5省份



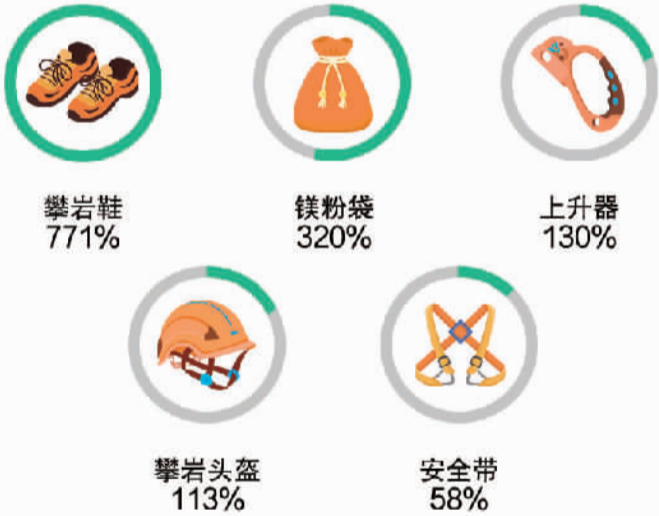
垂钓装备成交额同比增速TOP5



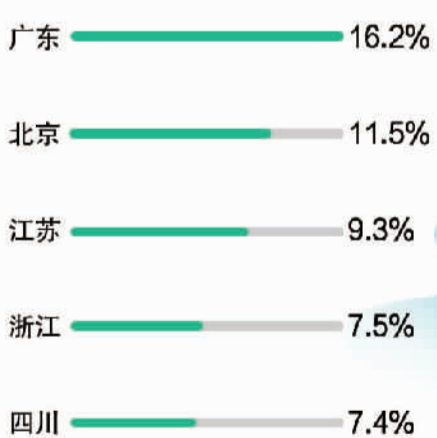
垂钓装备成交额占比TOP5省份



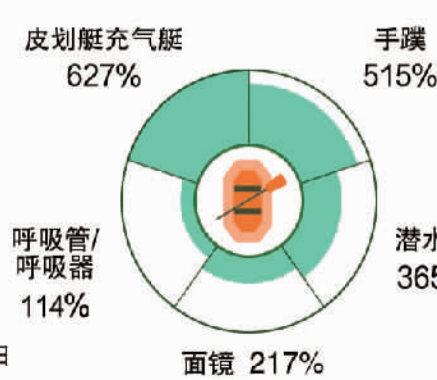
登山攀岩装备成交额同比增速TOP5



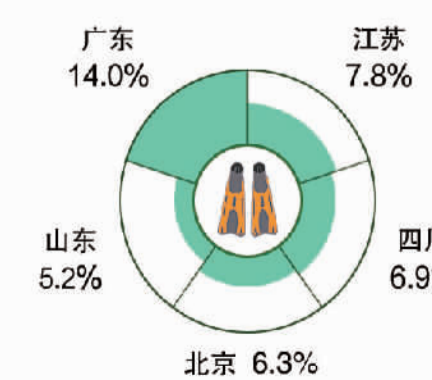
登山攀岩装备成交额占比TOP5省份



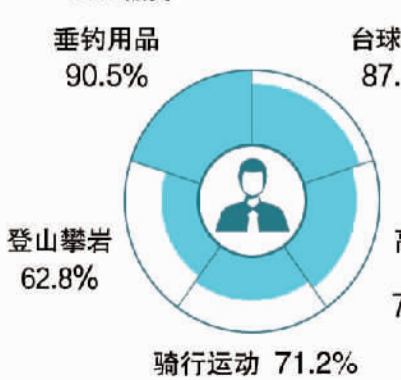
户外运动装备成交额同比增速TOP5



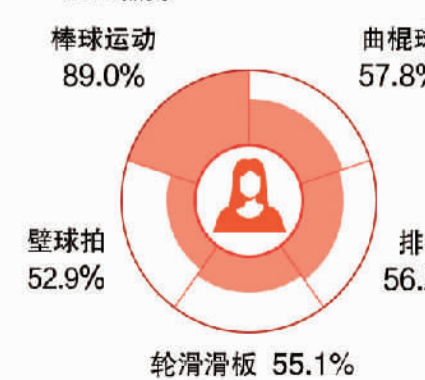
户外运动装备成交额占比TOP5省份



男性消费者运动产品成交额占比TOP5品类



女性消费者运动产品成交额占比TOP5品类



数据周期: 2026年3月1日至5月1日