

年轻人

户外运动

2019

解锁放飞自我的 N种姿势

2019户外运动消费趋势洞察

CBN'DATA

第一财经商业数据中心

© 2019 CBNData. All rights reserved.

TABLE OF CONTENTS 目录



- PART01:
休闲时代，户外运动热潮来临
- PART02:
户外运动发展五大特征
- PART03:
趣味榜单







CHAPTER ONE

▮ 休闲时代，户外运动热潮来临

国家政策利好，全国户外运动市场迎来黄金发展期

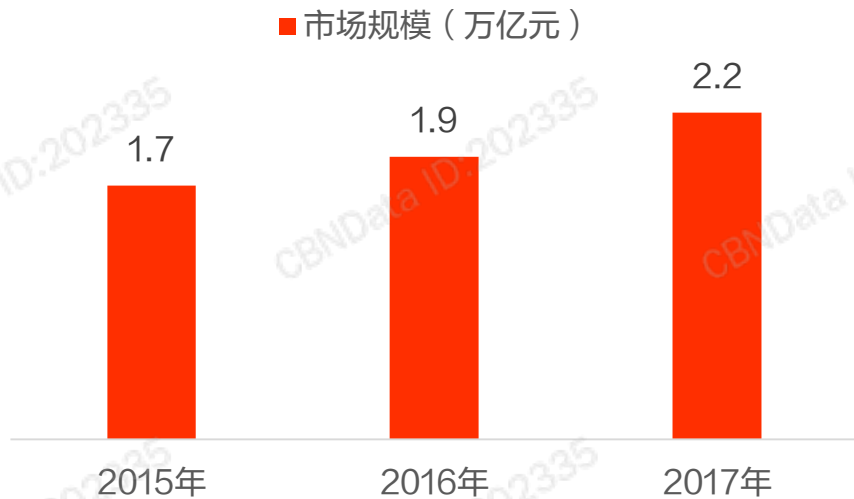
近几年随着收入水平的提高和政策红利的逐渐释放，早在2017年，国家体育产业市场规模就已超2.2万亿元，增加值为7811亿元；人们对于旅游休闲、自驾等户外运动的需求进一步加大，全国户外运动市场迎来快速发展的黄金时期。

2016-2018年国家体育产业相关政策举例

 各项分类运动扶持政策	<ul style="list-style-type: none">《山地户外运动产业发展》《水上运动产业发展规划》《冰雪运动发展规划（2016-2025年）》
 大众健身扶持政策	<ul style="list-style-type: none">《“健康中国2030”规划纲要》《全民健身计划》
 体育+	<ul style="list-style-type: none">《关于推进体育旅游融合发展的合作协议》《关于大力发展体育旅游的指导意见》
 场馆建设	<ul style="list-style-type: none">《关于体育场馆房产税和城镇土地使用税政策的通知》

资料来源：根据互联网公开资料搜集整理而成

2015-2017年 国家体育产业市场规模

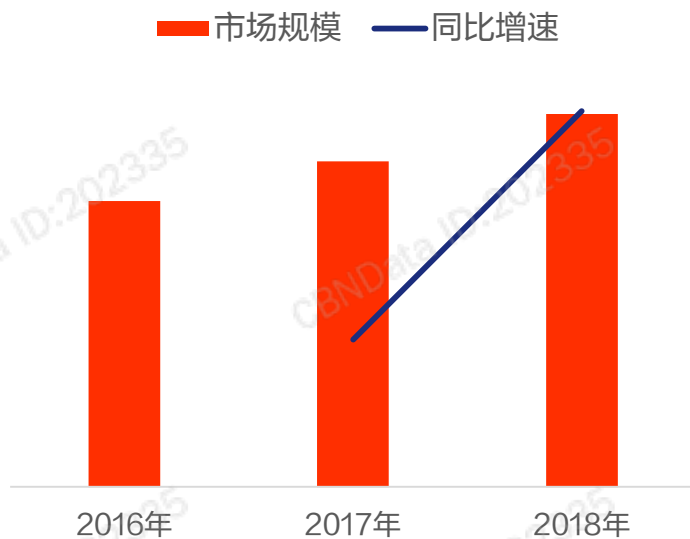


资料来源：国家统计局，体育产业总产出（也称总规模），指一个国家（或地区）所有常住单位在一定时期内生产的所有体育货物和服务的价值，反映常住单位从事体育生产活动的总规模。

人人皆爱户外，线上户外运动消费蓬勃发展

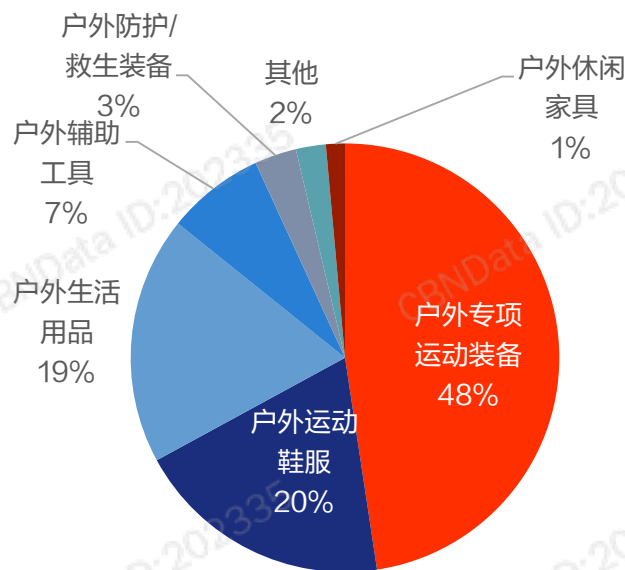
互联网为户外运动爱好者提供了便捷的装备购买渠道，近三年线上户外运动产品消费持续走高；从类型上看，2018年装备及鞋服依然是线上户外运动产品消费的主要类型，但户外生活用品及防护设备消费增速提升，体现了消费者更全面的户外运动需求。

2016-2018年 线上户外运动产品
消费趋势



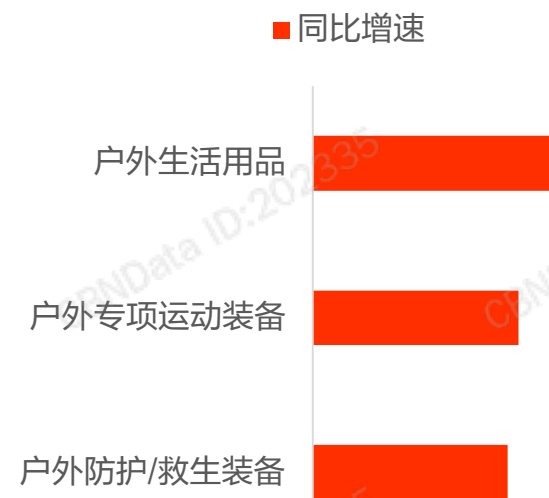
数据来源：CBNDATA消费大数据

2018年线上不同类型户外运动
装备消费占比



数据来源：CBNDATA消费大数据，按照订单量计算

2018年线上户外运动产品
消费增速TOP3

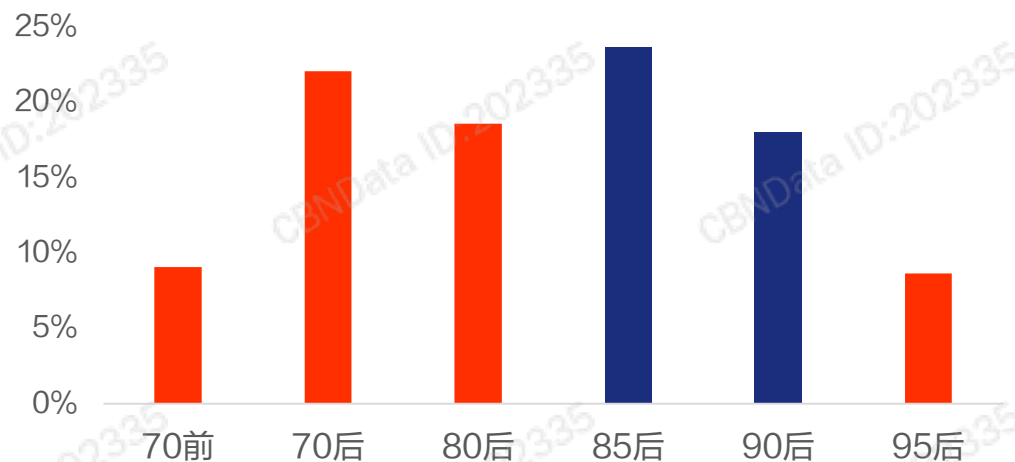


数据来源：CBNDATA消费大数据

年轻放肆“嗨”，线上95后户外运动新势力崛起

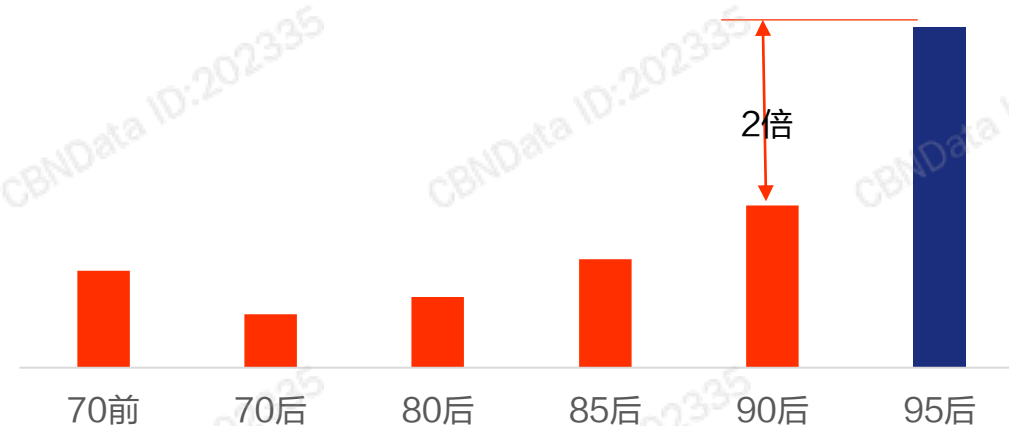
2018年85后及90后线上户外运动产品成实力消费军，消费占比超40%；而更年轻的95后线上户外运动产品消费增速是90后的2倍多，成为线上户外运动的消费新势力。

2018年线上不同年龄段户外运动产品消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

2018年线上不同年龄段户外运动消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

一线及新一线城市是线上户外运动产品的消费主力，三四线户外消费实力提升

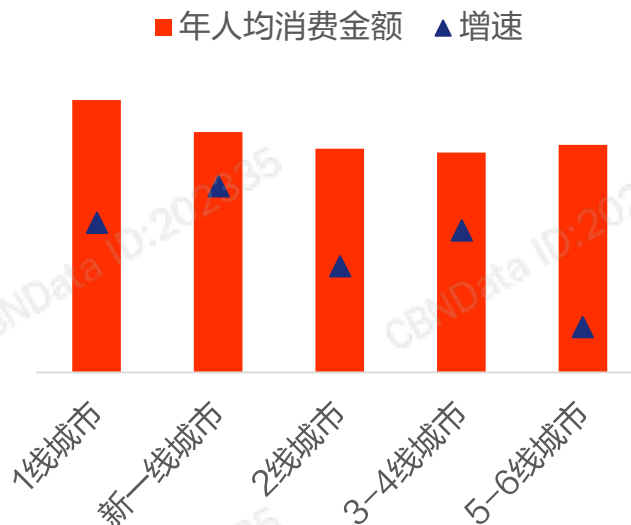
2018年一线及新一线城市贡献了近50%的线上户外运动产品消费，其中东莞、杭州和重庆市成为户外运动消费实力最强劲的TOP3新一线城市；而线上三四线城市消费者户外运动热情不减，年人均消费金额增速仅次于新一线城市。

2018年线上不同城市级别户外运动市场规模占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

2016-2018年线上不同城市级别户外运动年消费金额及增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018年线上户外运动消费新一线城市TOP10



数据来源：CBNDATA消费大数据

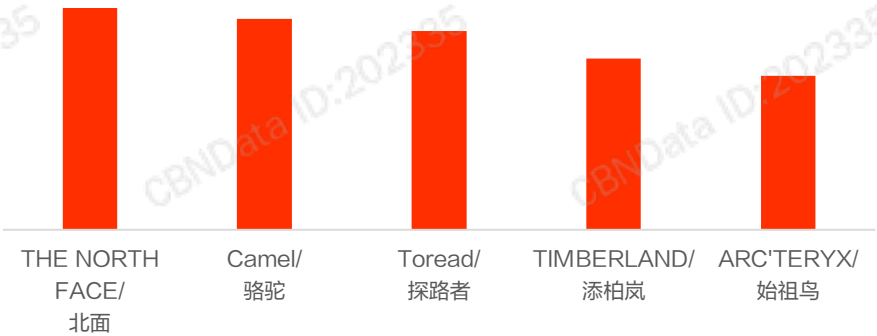


2018年线上户外运动产品以国际品牌为主，消费者选择多元化

北面、骆驼和探路者成为2018年线上最受欢迎的户外运动品牌TOP3。近三年TOP20户外品牌消费占比逐年降低，体现了消费者在线上户外市场有更多元的品牌可以选择。

2018年线上最受欢迎户外运动品牌TOP5

■ 市场规模



数据来源：CBNData消费大数据

2016-2018年线上TOP20户外品牌消费占比

■ 消费占比



数据来源：CBNData消费大数据



CHAPTER

TWO

户外运动发展五大特征

01

**户外运动装备
专业化：**

智能化及高科技赋能运动装备，专业户外运动产品需求迸发，

02

**户外运动场景
休闲态：**

户外旅游经济崛起，徒步游热度提升

03

**户外运动方式
日常化：**

运动场景全释放，跑步成日常，攀岩不受限

04

**户外运动类型
“极致向”：**

极限户外运动兴起，滑雪热度飙升

05

**户外服装设计
潮流风：**

户外运动品牌与潮牌联姻，运动也要功能与时尚兼备



智能化装备赋能户外运动，玩法更多更专业

多功能户外运动手表成为户外运动者的“得力助手”，更因简约不失时尚的设计，为运动本身增添几分潮流，2018年线上户外运动手表消费增速超过70%。

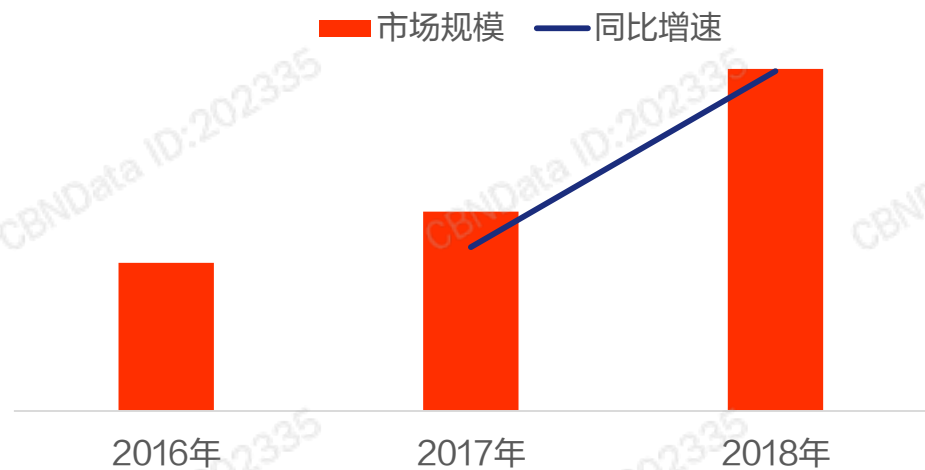
装备专业化

智能户外运动手表主要功能：



根据互联网公开数据搜集

2016-2018年线上智能户外运动手表消费趋势



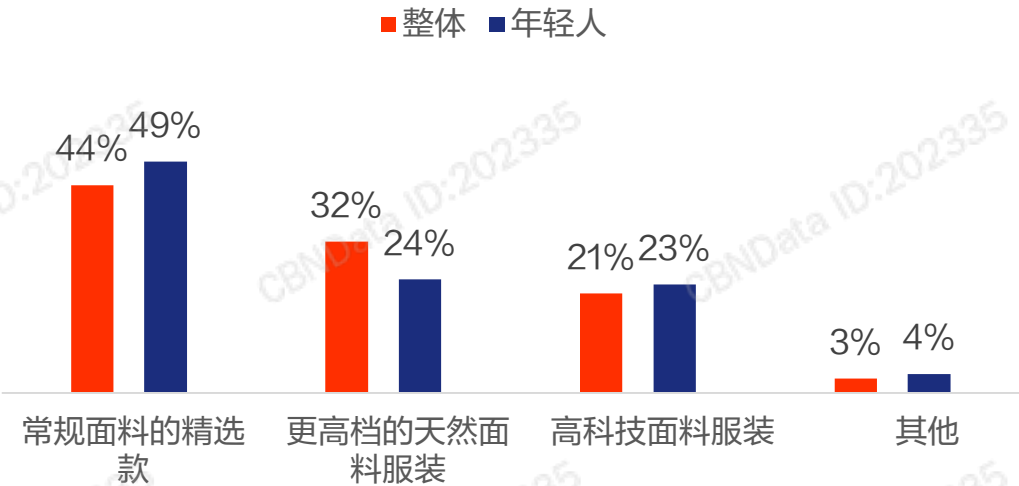
数据来源：CBNdata消费大数据

面料“革命”来袭，高科技功能性面料装备为户外运动保驾护航

年轻人更易被优质的常规面料与高科技面料吸引，在户外运动人手一件的“冲锋衣”的面料革新上，Gore-tex是最主要的科技功能性面料，既轻薄透气，又防水防风，而Gore-Tex本身也有不同细节升级。

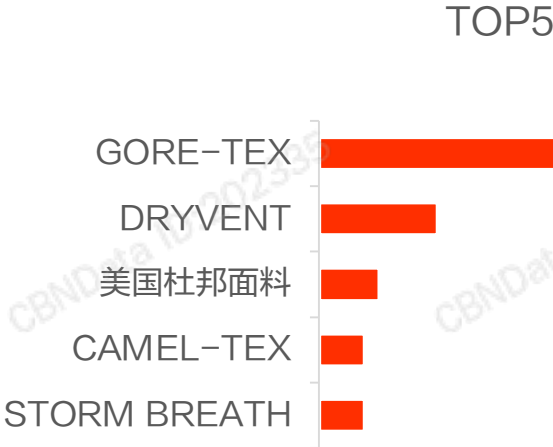
装备专业化

年轻人对不同面料的重视程度



资料来源：《2019女装行业趋势报告》

2018年线上冲锋衣不同类型科技面料消费占比



数据来源：CBNdata消费大数据，美国杜邦面料包含coolmax、Telfon等

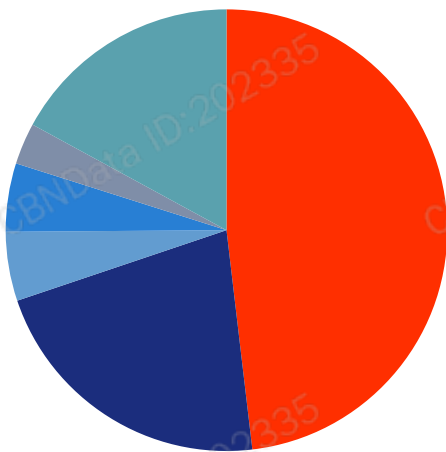
GORE-TEX 不同面料举例	
GORE-TEX Performance Shell	高度透气、超凡舒适、提供持久防水保护
GORE-TEX Soft Shell	防水更佳，且面料内层带有抓毛绒里，舒适度加分
GORE-TEX Pro Shell	更有针对性适于在恶劣的天气和严酷的条件下穿着，极度耐磨，高度透气
GORE-TEX PACLITE	质料轻，收纳方便不占体积，耐磨性提升

户外小白玩家向“大神”进阶，对更专业更深度的运动设备需求增强

以潜水为例，2018年潜水服依然占据线上潜水装备近50%的消费占比，传统的潜水三宝：潜水镜、呼吸管和脚蹼仍然位列潜水装备TOP5，但越来越多小白玩家也向“大神”进阶，随着前赴潜水专业资格证OW、AOW的人不断增多，水肺潜水需要的浮力调整器、潜水仪表等辅助装备需求迅速提升。

2018年线上不同类型潜水装备消费占比

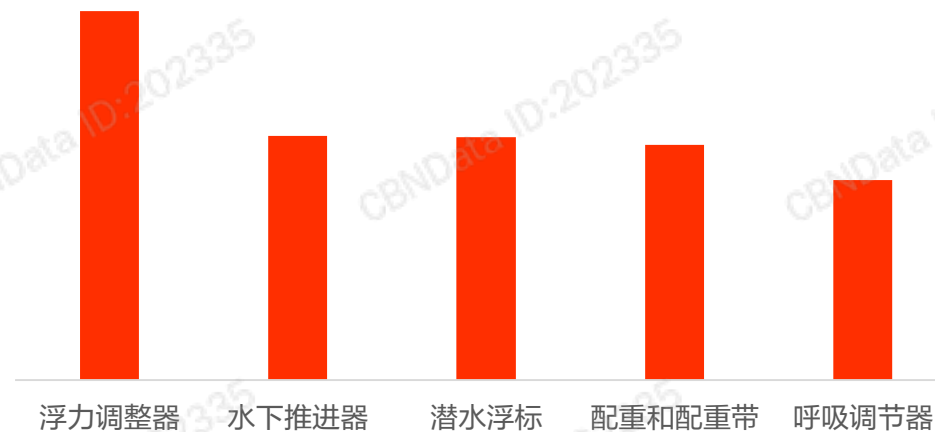
■ 潜水服 ■ 面镜 ■ 潜水电脑 ■ 脚蹼 ■ 呼吸管/呼吸器 ■ 其他



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018年线上潜水装备中增速最快TOP5产品

■ 人数增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

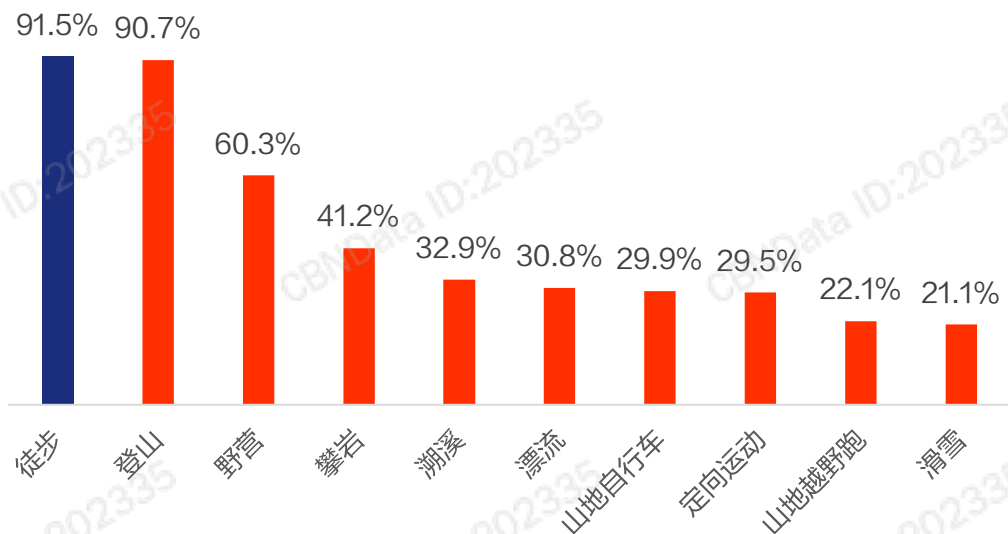


户外运动休闲化：户外旅游经济崛起，徒步游热度提升

徒步和登山成为如今现代人较为普及的户外运动，助力了徒步旅游的快速的发展，2016-2018年用于徒步的户外休闲鞋占比显著提升。

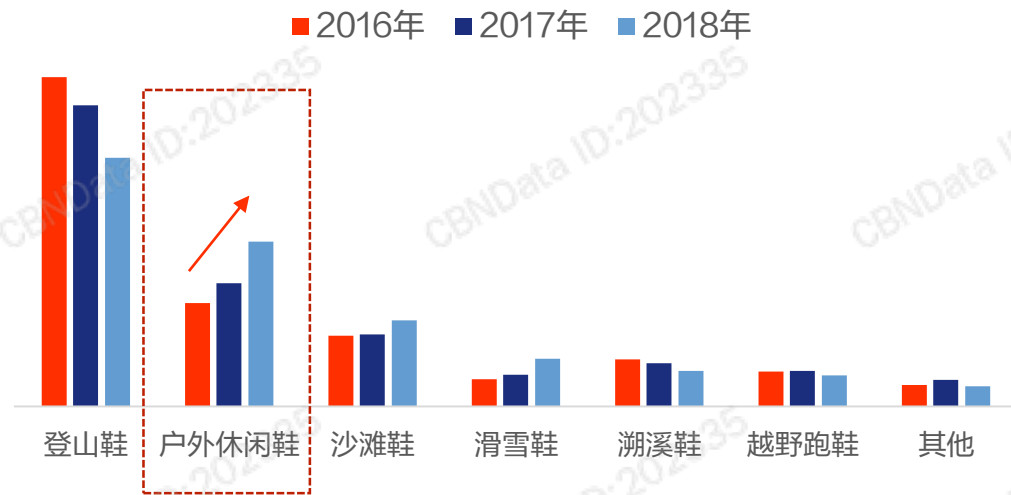
场景休闲态

2018年参加过的户外项目TOP10



数据来源：《2018户外运动大数据报告》

2016-2018年线上不同类型户外运动鞋消费占比变化



数据来源：CBNDATA消费大数据

春季是徒步旅游搜索高峰期，上北广深四个一线城市成为徒步旅游TOP4搜索客源地

从近两年徒步搜索百度指数来看，3-6月春暖花开，阳光明媚，也正是徒步搜索高峰期。如稻城、尼泊尔、四姑娘山等，都成为热门徒步地点，而四个一线城市，也成为徒步旅游TOP4搜索客源。

场景休闲态



数据来源：百度指数

热门徒步旅游地点举例

稻城

尼泊尔

四姑娘山

泸沽湖

因特拉肯

数据来源：马蜂窝旅游网&亚马逊

徒步旅游百度指数 2018年搜索地域分布

TOP1 上海

TOP2 北京

TOP3 广州

TOP4 深圳

TOP5 成都

TOP6 杭州

TOP7 重庆

TOP8 昆明

TOP9 东莞

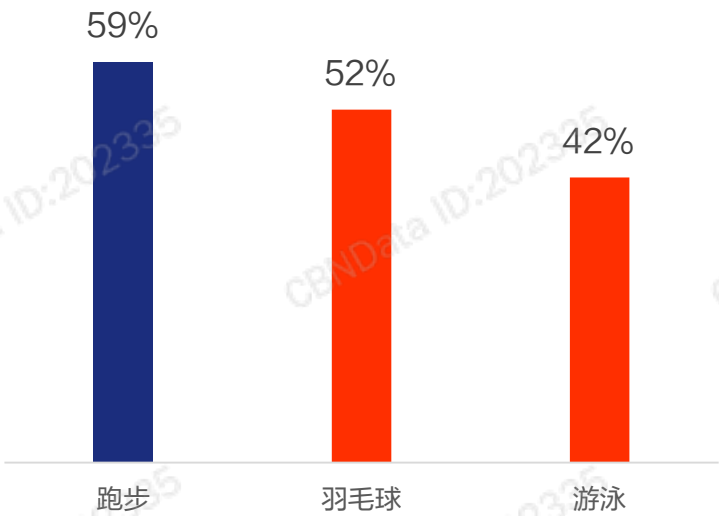
TOP10 佛山

数据来源：中国徒步网、博观致远智库

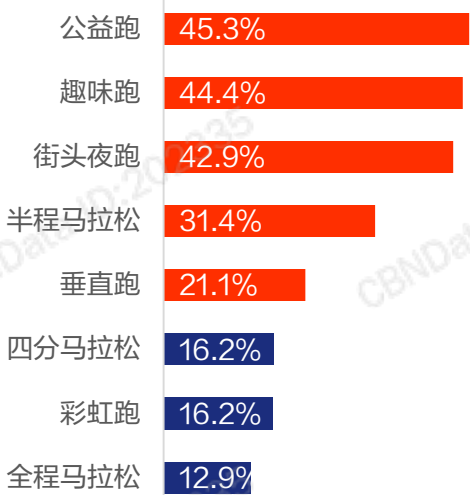
户外运动方式日常化：跑步成日常，攀岩不受限

户外运动逐渐成为人们的生活方式，即便是传统的跑步，场景也不断延伸：公益跑、趣味跑、街头夜跑、垂直跑等多场景的出现，丰富了传统户外运动方式，给人们带来更多乐趣。

运动方式渗透率TOP3



跑步爱好者各类赛事/活动参与情况



跑步活动/赛事	简介
公益跑	公益跑将跑步与公益活动结合在一起，赋予跑步运动之外的社会意义。
趣味跑	趣味跑中包含趣味接力、撕名牌、欢乐跑等以趣味为主的轻量跑步活动。
街头夜跑	夜跑常见于上班族群体。由于白天没有时间锻炼，抽夜晚时间进行跑步锻炼。
垂直跑	垂直跑即登楼大赛，在高楼内举行的跑楼梯比赛。
彩虹跑	彩虹跑是近些年全球范围内流行的跑步活动，全场约5000米。跑步过程中会抛洒彩色粉末。
马拉松	马拉松是国际上非常普及的长跑赛事，分为全程马拉松、半程马拉松、四分马拉松等种类。全程马拉松距离约为42公里。

数据来源：CBNDATA 2019年2月调研数据

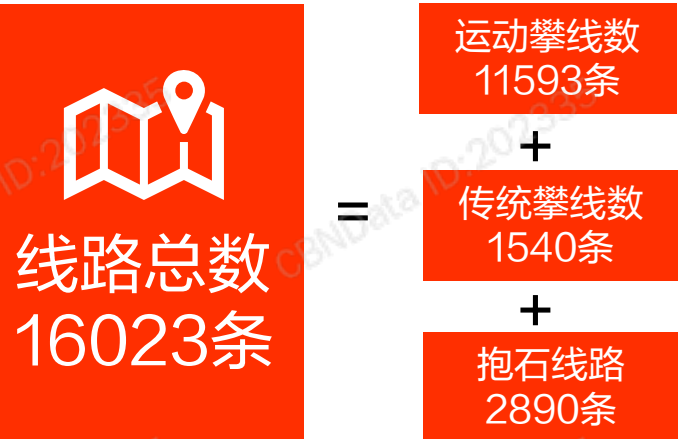
数据说明：所有参与问卷人群 N=2585（包括非跑步鞋购买者）

数据说明：跑步爱好者，在问题“您喜欢哪些运动”中选择了跑步的人群，N=1102

攀岩不仅在室内，户外攀岩场景释放，冰爪、安全绳及安全带需求提升

随着户外攀岩运动变得越来越大众化，有“岩壁芭蕾”之称的这一运动因其冒险度与技巧性，吸引了越来越多年轻人的参与。广西省，特别是阳朔等地带，以其喀斯特地貌而闻名，拥有众多的户外攀岩路线，成为国内攀岩者的圣地。为了应付更冒险的攀岩活动，线上冰爪、安全绳及安全带增速飞快。

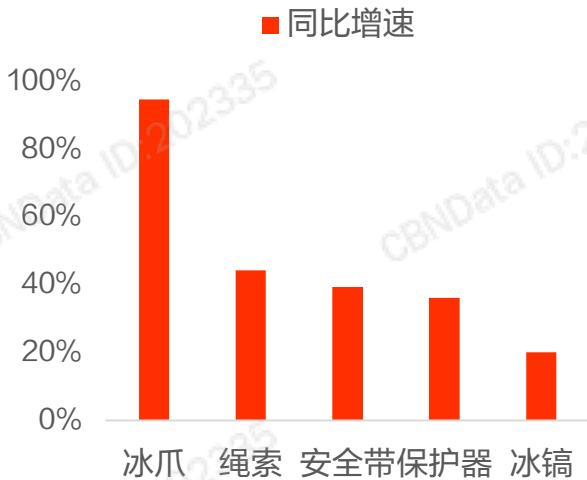
野外岩场数 836个



国内热门攀岩地

广西省	岩场数 90个	线路数 1491条
云南省	岩场数 57个	线路数 1019条
山东省	岩场数 50个	线路数 805条

2018年线上攀岩登山类辅助装备增速TOP5



数据来源：中国登山协会、博致观远户外休闲研究院

《2018户外运动大数据报告》

数据来源：中国登山协会、博致观远户外休闲研究院

《2018户外运动大数据报告》

大数据·全洞察

数据来源：CBNdata消费大数据

运动类型“极致向”：极限户外运动兴起，滑雪热度飙升

极限运动集冒险与探索于一身，深受“游牧时代”属性的年轻人喜爱。各大极限运动中，滑雪、跳伞热度提升最快，特别是为助力2022北京冬奥会，国家开始推动实现“全国3亿人参与冰雪运动”。滑雪运动正进入黄金时代，据相关调查报告显示：我国泛冰雪运动人口数达2.7亿人，约占总人口的24%。

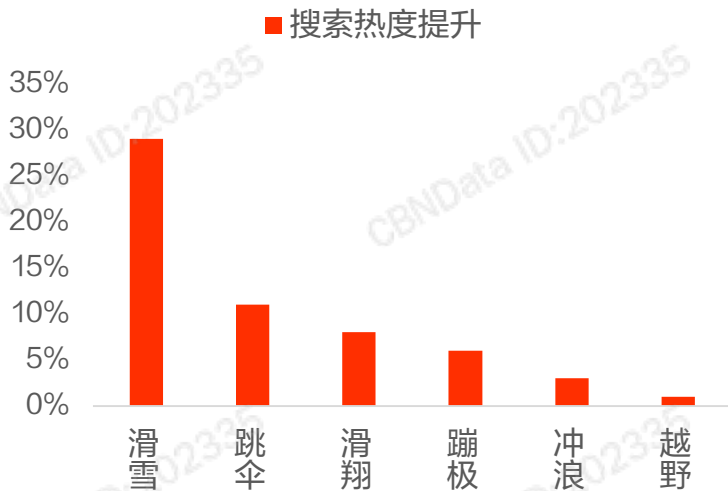
2019新青年生活方式关键词之一：

游牧世代

与被迫漂泊他乡的“飘一代”不同，游牧时代愿意主动跳出舒适圈，敢突破自我，挑战新鲜事物，不拘泥一地一事、一种生活方式。

资料来源：《2019新青年生活方式报告》

2018年不同类型极限运动
笔记搜索提升热度



数据来源：马蜂窝旅游网

大数据·全洞察

我国冰雪运动人口数

**2.7
亿**

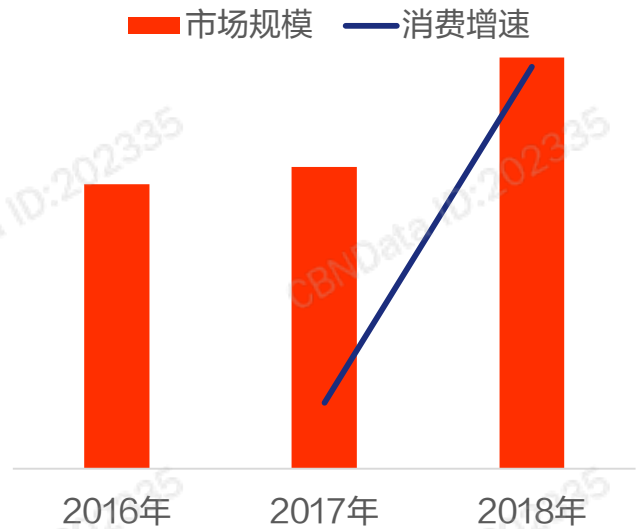
数据说明：冰雪运动，泛指在冰上与雪地上进行的各种运动。

资料来源：中国人民大学人文奥运研究中心、中国调查与数据中心、体育部《全国冰雪运动参与状况调查报告》

银装素裹中的潜力爆发，单板滑雪更热

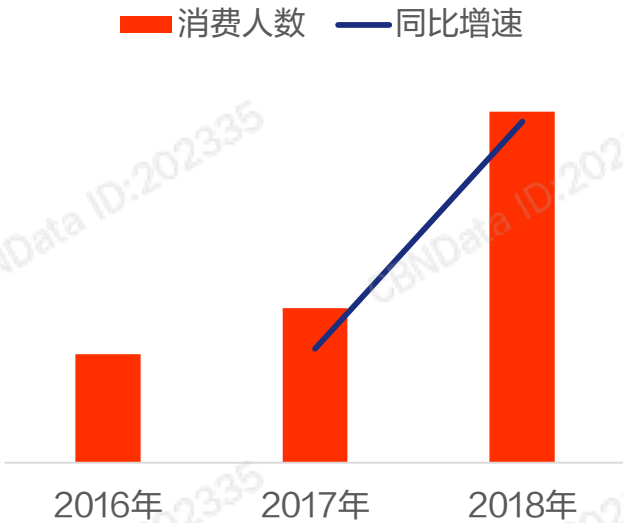
冰雪运动的大众化带动了线上滑雪装备的消费，2018年线上滑雪装备消费增速近40%。其中单板滑雪板因其更挑战性的技术吸引了越来越多消费者。在我国不管是南方还是北方均提供了优质滑雪场。北京的南山滑雪场成为2018年北方最人气滑雪场，而位于成都市大邑县境内的西岭雪山成为南方规模最大的人气雪场。

2016-2018年线上滑雪装备
消费趋势



数据来源：CBNdata消费大数据

2016-2018年线上滑雪单板
消费趋势



数据来源：CBNdata消费大数据

2019北方人气雪场

南山滑雪场（北京）
怀北国际滑雪场（北京）
军都山滑雪场（北京）
陶然亭企鹅冰雪嘉年华（北京）
白鹿原滑雪场（西安）

2019南方人气雪场

西岭雪山（成都）
大明山万松岭滑雪场（临安）
金佛山（重庆）
江南天池滑雪场（安吉）
太子岭滑雪场（茂县）

数据来源：中国旅游研究院&携程旅行网

潮流革命来袭，谁说户外装备功能性与颜值不能兼备？

户外科技元素与街装文化联姻，碰撞出让人惊喜的火花。例如Supreme与北面的十年联姻：Supreme潮流的设计风格让The North Face成功摆脱人们对户外品牌传统的印象，而后者老道的制衣经验与科技面料为潮流增添了品质与技术的羽翼。

Supreme X the north face



Bape X adidas



图片来自互联网
大数据·全洞察



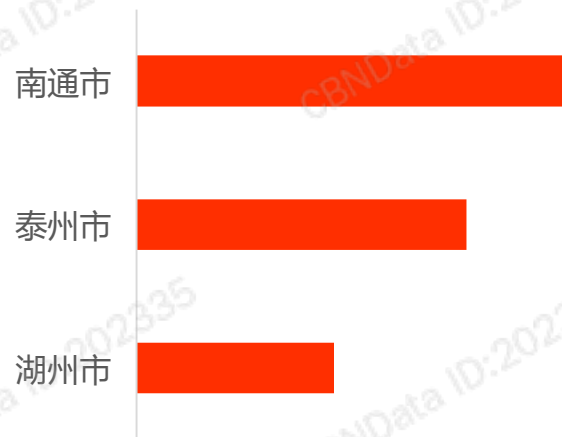
CHAPTER THREE

趣味榜单

2018户外运动个性城市

2018年最佛系城市TOP3

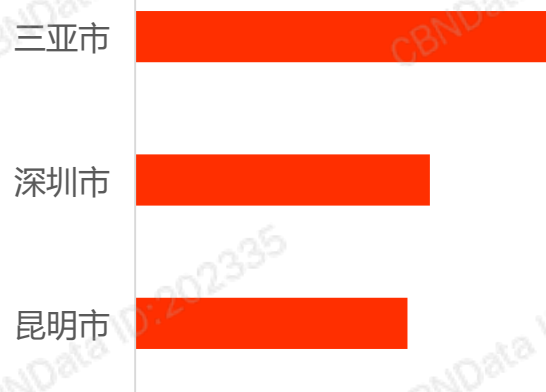
■ 重要性



数据来源：CBNData消费大数据，最佛系城市TOP3线上垂钓类装备消费重要性排名得来。线上垂钓类装备消费重要性=该城市线上垂钓类装备消费金额/整体户外运动产品消费金额

2018年最“如鱼得水”的城市TOP3

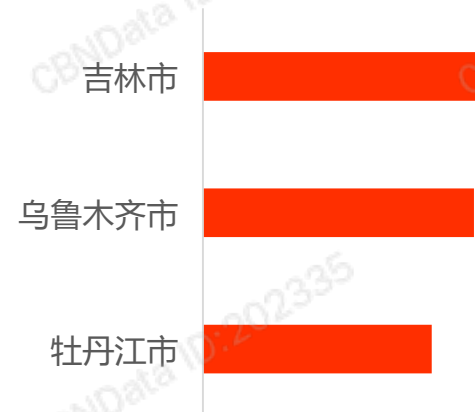
■ 重要性



数据来源：CBNData消费大数据，最如鱼得水城市TOP3由线上潜水类装备消费重要性排名得来。线上潜水类消费重要性=该城市线上潜水类装备消费金额/整体户外运动产品消费金额

2018年冰雪城市TOP3

■ 重要性



数据来源：CBNData消费大数据，2018冰雪城市TOP3根据线上滑雪类装备消费重要性排名得来。线上滑雪类消费重要性=该城市线上滑雪类装备消费金额/整体户外运动产品消费金额



2018极限运动圣地

2018国内蹦极圣地	
湖北	宜昌快乐谷三峡蹦极
贵州	坝陵河大桥蹦极
澳门	澳门塔蹦极
北京	青怀柔龙峡蹦极
宁夏	沙坡头黄河蹦极

2018全球滑翔伞圣地	
土耳其	费特希耶滑翔伞
泰国	珊瑚岛滑翔伞
尼泊尔	博卡拉滑翔伞
马来西亚	神山滑翔伞
瑞士	因特拉看滑翔伞

2018全球跳伞圣地	
新西兰	皇后镇高空跳伞
阿联酋	迪拜棕榈岛高空跳伞
澳大利亚	凯恩斯跳伞
美国	塞班岛跳伞
毛里求斯	毛里求斯高空名跳伞

数据来源：马蜂窝旅游网

DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：CBNData消费大数据、马蜂窝旅游网

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：

如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市；

数据时间段：2016年-2018年；

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

本报告所指的户外运动，指在室外进行的多种运动，包括登山、攀岩、野营、滑雪、攀冰、山地穿越、山地自行车、漂流、潜水、跳伞、蹦极等。

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明



本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

报告作者：龚萌菡

视觉设计：邹文佳

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号



CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据·全洞察