



# 风起户外： 2023全球户外品类趋势报告

2023.07

BeyondClick  
飞书点跃

by Meetsocial  
飞书聚播

# 前言

疫情释放新需求，推动全球户外运动行业稳步增长；得益于悠久的户外运动发展史，以美国和德国为代表的欧美地区户外运动市场成熟，为户外运动产品的渗透提供良好沃土。

每年的5-8月是户外运动狂热者的消费旺季；面对消费者不断拓宽的运动场景和需求的迭代变化，卖家该如何抓住消费高峰，快速定位热门赛道、布局热门产品？

报告将从聚焦两大欧美成熟国家美国和德国的户外运动产品市场，从消费者和消费场景切入，为卖家的夏日营销提供品类布局新思路！

# Contents

01

## 户外运动行业的前世今生

04

- 户外运动发展历程与驱动因素
- 全球户外运动市场解析
- 区域户外运动市场解析
- 区域户外运动品类解析
- 重点户外运动市场筛选

02

## 户外运动场景下用户解析与品类延展机会

10

- 海外节日营销日历
- 美国市场洞察：用户画像、五大运动场景与品类延展机会
- 德国市场洞察：用户画像、三大运动场景与品类延展机会

# PART 01

## 户外运动行业的前世今生

热门户外运动赛道发展现状如何



海外户外行业的发展路径是怎样的？

全球户外运动市场的增长趋势如何？

成熟 & 潜力市场有哪些？

主流户外品类呈现什么趋势？

热门户外产品有哪些？

本篇洞察的解题思路



户外运动发展历程与驱动因素

全球户外运动市场解析

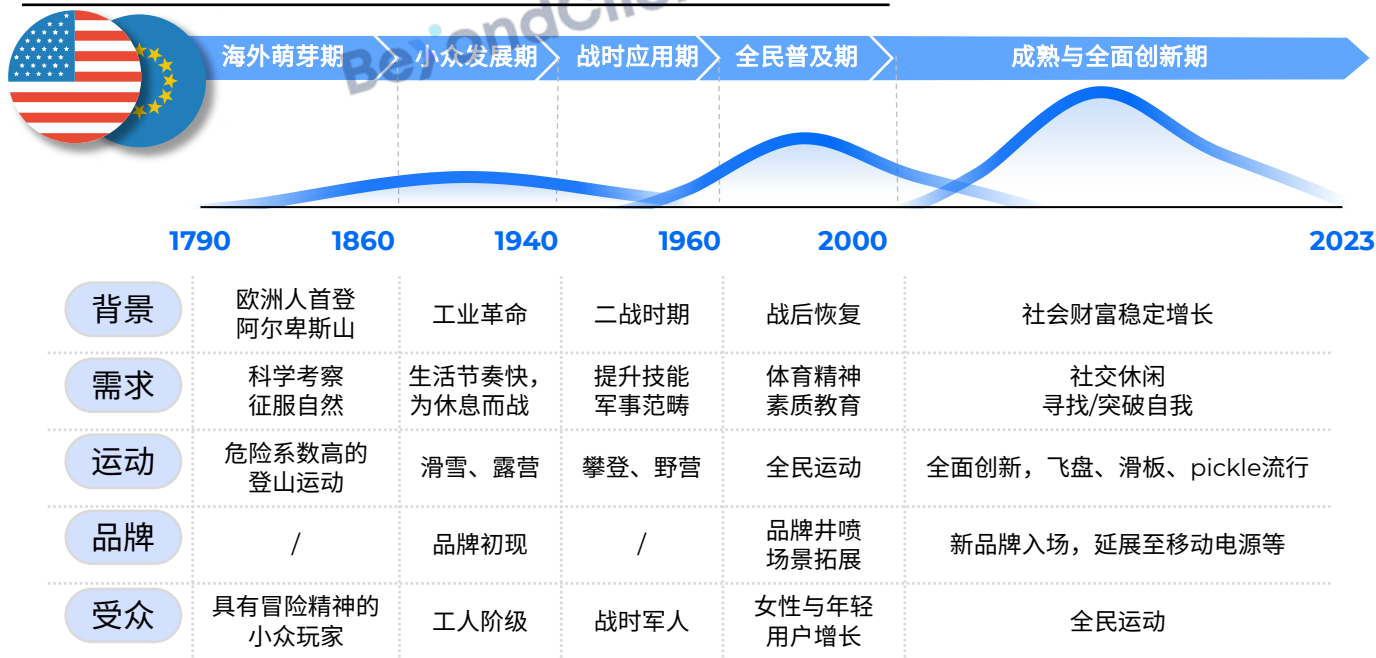
重点户外运动市场解析

区域户外运动品类解析

# 户外运动发展史：欧美户外运动历史悠久，现已进入成熟期，场景从科考泛化为休闲社交

户外运动始于18世纪末的欧美，随后经济发展、优渥的自然条件与政策支持为户外行业提供生长土壤，推动户外运动从以科考为需求的小众活动泛化为全民可参与的社交、休闲疗愈活动

## 欧美户外运动发展历史



## 欧美户外运动发展的驱动因素



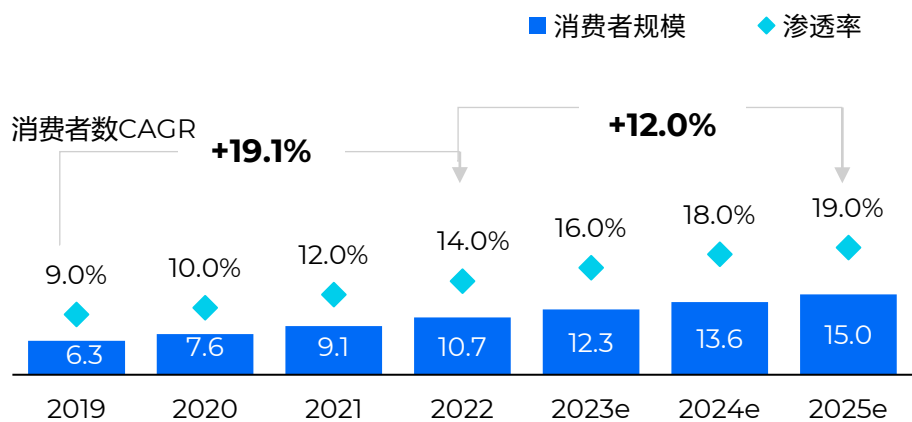


# 全球户外运动市场解析：户外运动参与率的提升推动户外运动电商市场规模持续增长

后疫情时代，健康意识与“走出去”的需求推动户外运动迎来新一波热潮。过去3年，全球户外运动电商市场规模高速增长。未来伴随运动形式创新、电商渗透与经济水平恢复，户外运动用品消费者渗透率有望在25年达到20%，电商规模将持续增长，预计在25年突破千亿美元

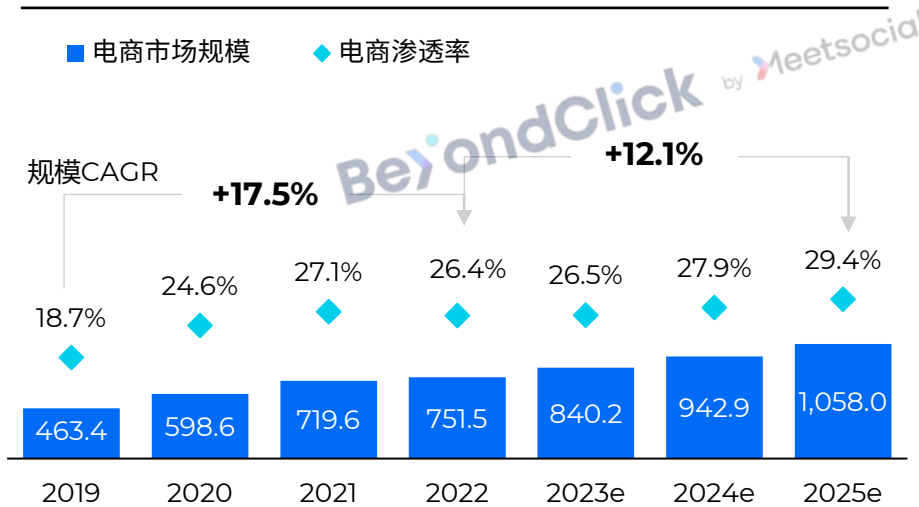


全球户外运动电商市场消费者规模（亿人）与渗透率<sup>1</sup>



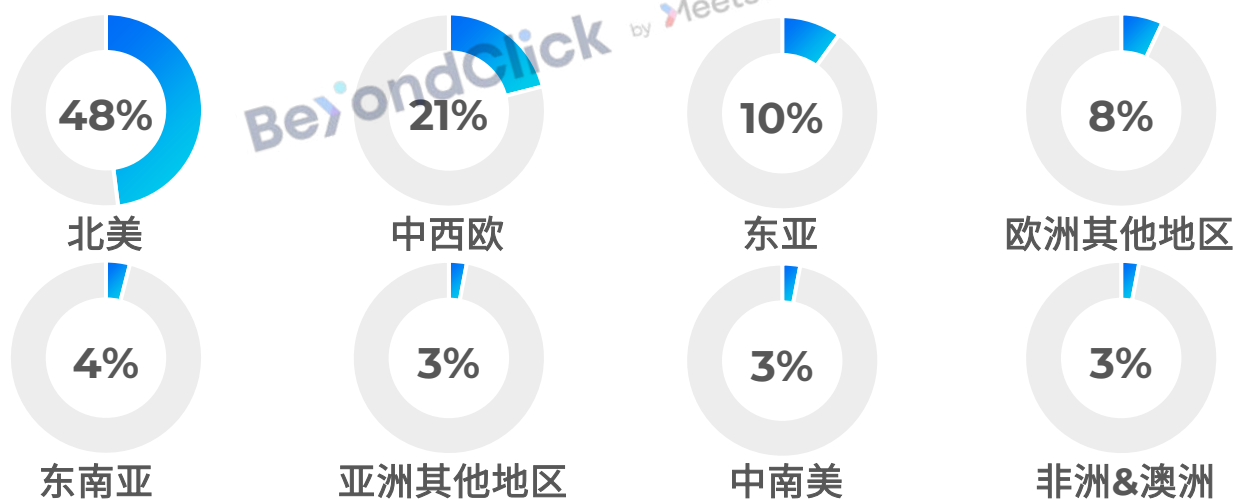
Note: 1. 消费者渗透率 = 电商渠道的户外运动用品购买者人数/地区总人口数

全球户外运动电商市场规模（亿美元）与电商渗透率



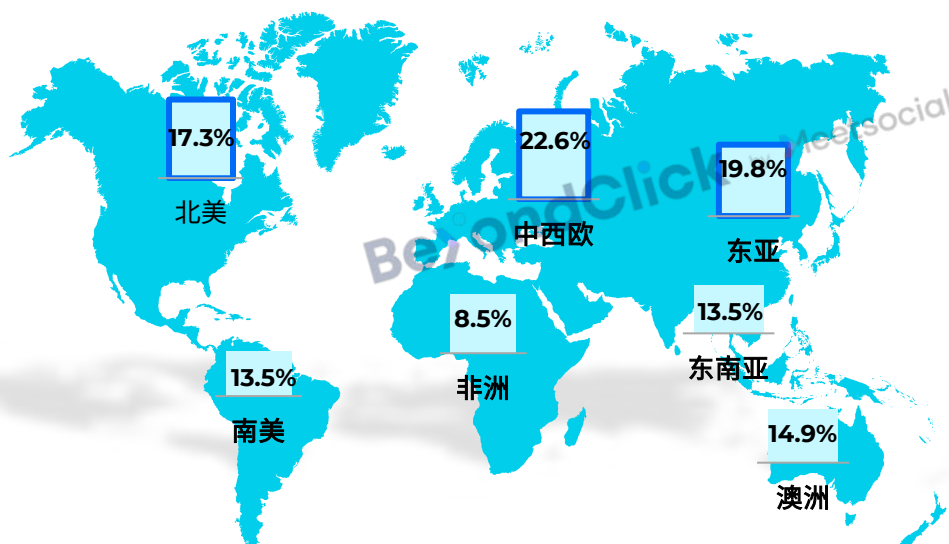
## 区域市场解析：北美、中西欧是成熟的户外运动电商市场；东亚为高潜新兴市场；东南亚、南美户外用品需求仍有待挖掘

2022年户外运动电商市场规模按地区划分<sup>1</sup>



Note: 1. 已剔除中国数据

2022年户外运动电商市场的消费者渗透率<sup>2</sup>



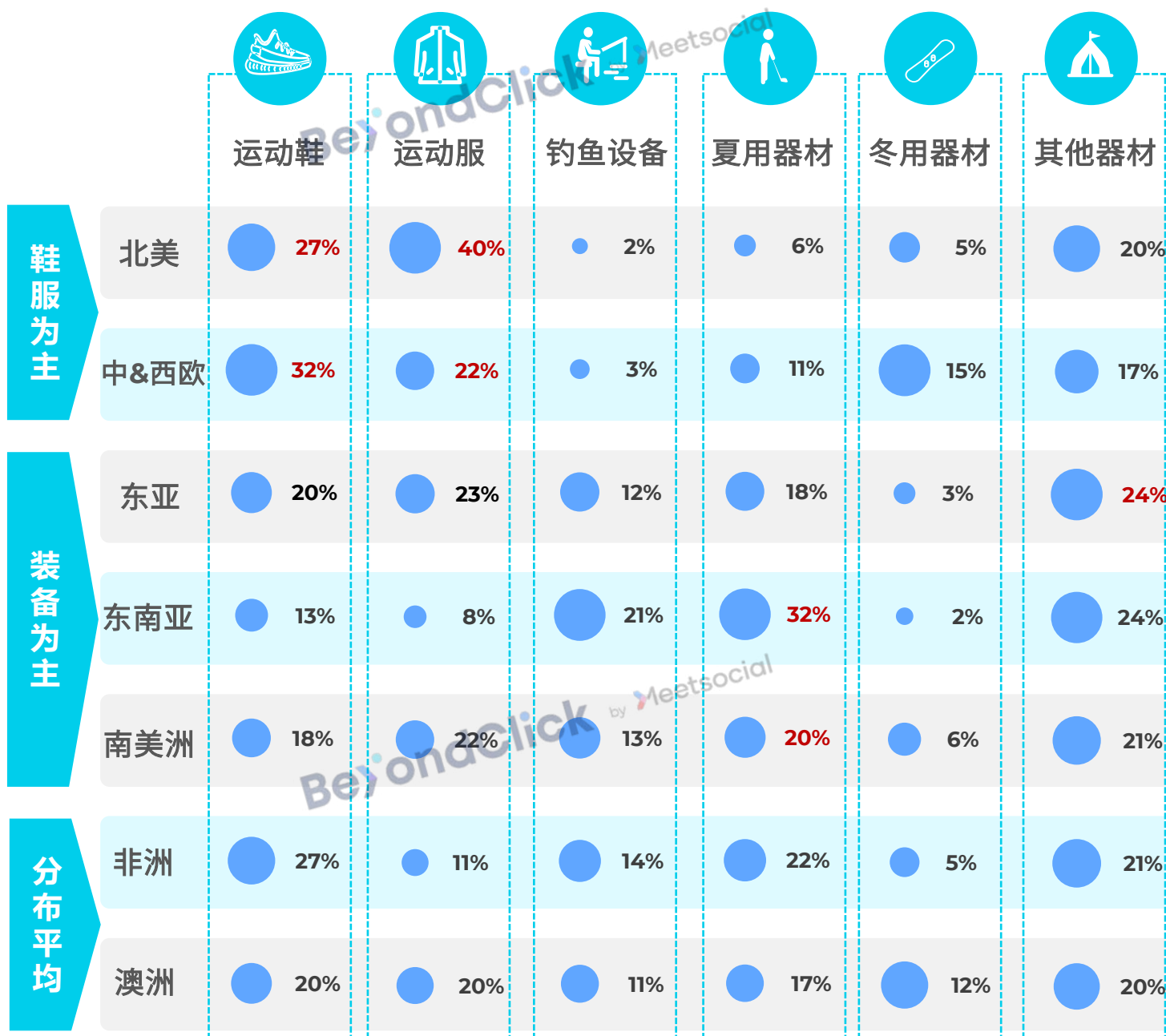
Note: 2. 消费者渗透率 = 电商渠道的户外运动用品购买者人数/地区总人口数

### 中西欧>东亚>北美>其他

- ◆ **北美、中西欧：**  
市场较成熟，不仅规模合计占全球七成，且用户渗透率排名靠前。这些地区户外历史悠久，用户的消费意愿强烈
- ◆ **东亚：**  
电商人口年轻，对于户外产品的态度更开放，且日本、韩国受西方网红博主带动，户外需求增长潜力可期

# 品类解析：北美与中西欧鞋服占比最大，亚、南美则以户外装备为主，非和澳洲品类分布较平均

## 2022年各大洲户外运动电商市场规模按品类划分<sup>1</sup>



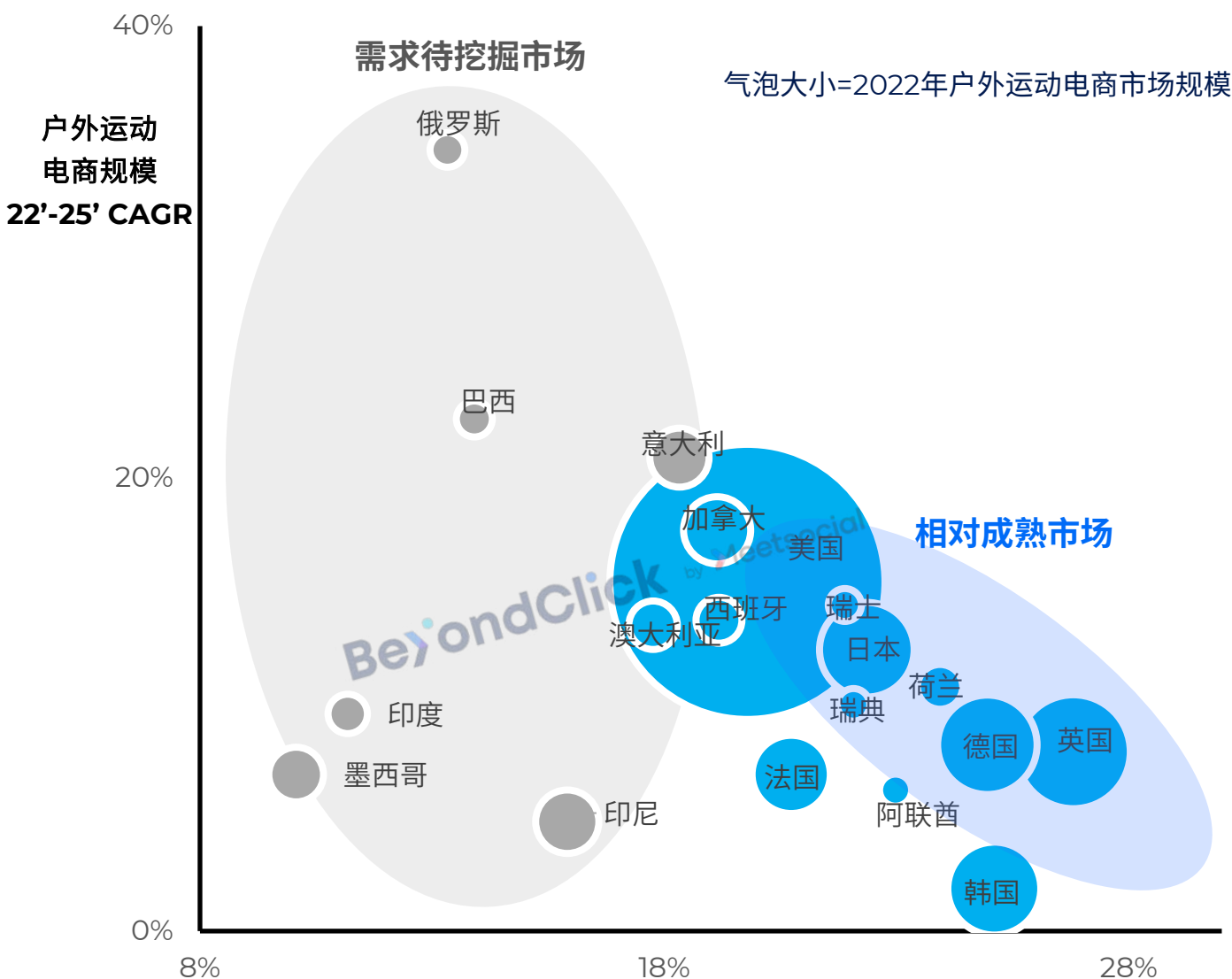
Note: 1. 已剔除中国数据；百分比代表各品类销售额占比



## 重点&机会市场：美、德、英为主要消费地，兼具规模增长与用户优势，可重点布局

- **相对成熟市场 — 以美、英、德为代表的欧美市场：**市场教育早，未来将维持优势地位
- **需求待挖掘市场 — 东南亚、南亚、南美市场：**户外产品的用户渗透率尚低，需从参与度较高的户外运动入手、激发用户购买需求，并借助当地电商扶持红利、持续挖掘市场机遇

### 2022年全球户外运动主要市场



2022年户外运动产品电商消费者渗透率

# PART 02

## 户外运动场景下 用户画像与品类延展机会解析

不同场景如何布局热门产品



海外**户外运动**高峰与销售旺季？

重点市场**渗透率**高的运动场景有哪些？

不同场景下的**户外运动爱好者**画像？

不同场景如何**定位热门赛道、布局产品**？

本篇洞察的解题思路



海外户外用品营销日历

美/德户外市场用户画像

美/德户外运动场景与品类机会



# 户外运动产品营销日历

## 营销旺季为5-8月及年底，建议备货期前置1-2月



### 运动/产品季节性

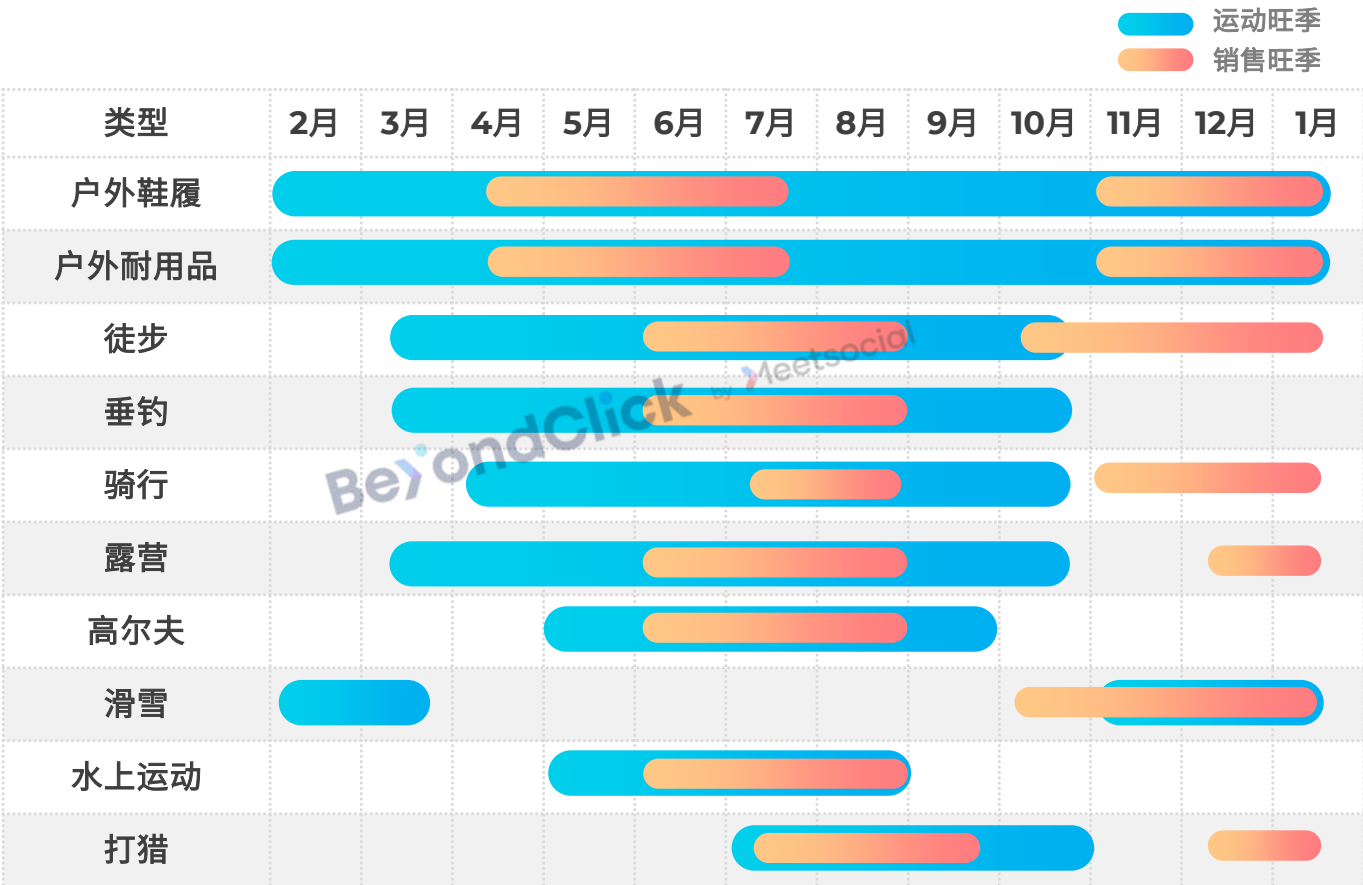
- **户外鞋履、户外耐用品**：为全年需求品，运动服饰、日用品的应用场景趋于日常化，比如同一件衣服能够达成在运动、生活与工作场景的无缝切换，实现“一衣多穿”
- **徒步、垂钓、骑行、露营**：运动旺季主要集中在气候宜人、风景秀丽的3~10月
- **水上运动、滑雪**：受限于天气温度原因，前者在夏季流行，后者在冬季流行



### 营销节点

- **5~8月为第一个销售高峰期**：恰逢春天，消费者提前购置设备为春游做好准备；紧接着伴随母亲/父亲节到来，户外用品成为较好的礼物之选；到暑期，户外成为家庭主要娱乐方式，推动户外迎来小热潮
- **11~次年1月为第二个销售高峰期**：万圣节、感恩节、黑五等促销节日展开，户外用品强劲打折，促进消费者低价购入

## 户外运动参与 & 品类销售旺季日历





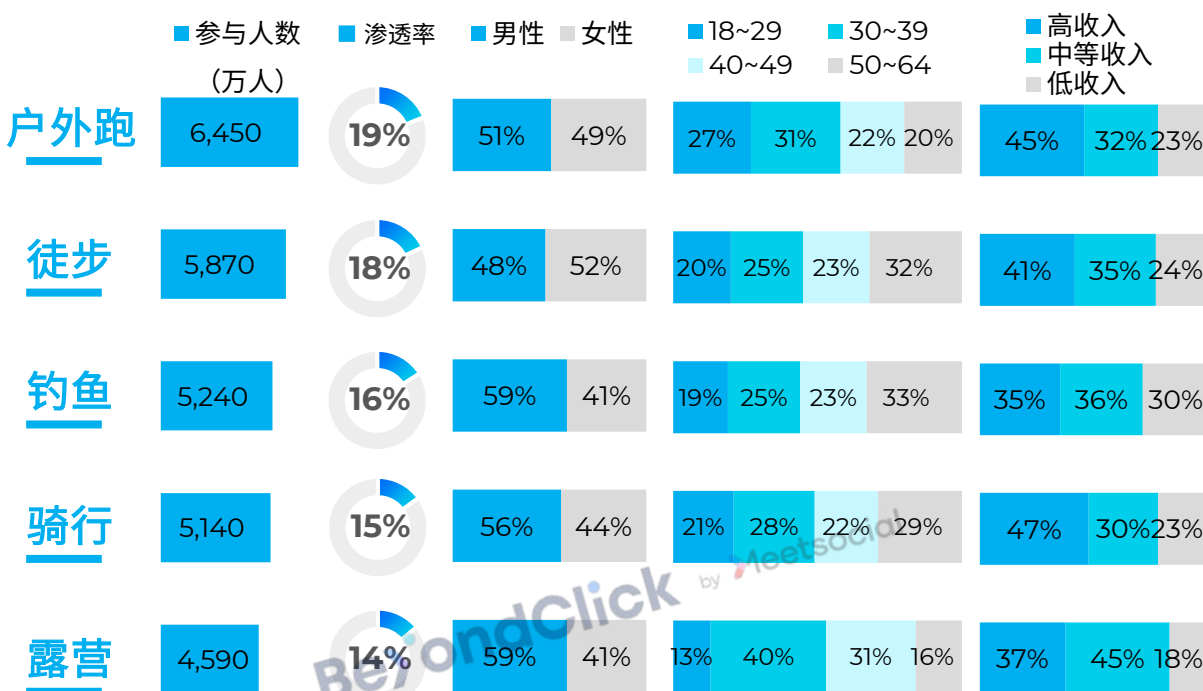
# 户外运动人群档案

◆ 美国最流行的户外运动依次为户外跑、徒步、钓鱼、骑行与露营，户外运动深受中高收入群体喜爱：

- 户外跑：参与人数最多，门槛低、无设备与场地限制；年龄结构偏年轻，约60%为18~39岁中青年
- 徒步：大致分为城市休闲/硬核hiking，需配置基础装备；超1/2为40~64岁中老年女性
- 钓鱼：需要付费办理license和购置齐全的专业设备，对装备要求高；超1/2为40~64岁中老年男性
- 骑行：需购置山地/电动自行车，设备价格高，对收入水平有一定要求；超1/2为30~49岁高收入群体
- 露营：门槛低、重社交，配置基础装备即可出发；露营爱好者主要为30~49岁中等收入中年群体

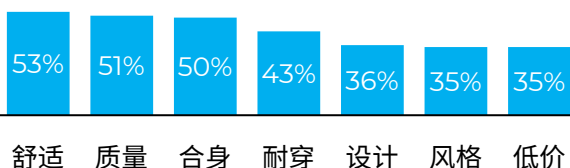
◆ 用户在购买运动鞋服时最关注「舒适度、质量」，在购买运动装备时则最关注「价格、质量」

## 热门户外运动类型与人群画像

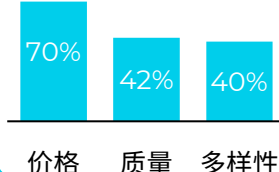


## 用户购买关注点

### 运动鞋服



### 运动装备





# 品类趋势—户外跑：鞋服需求大，穿戴类5月增长猛；能带来干爽舒适轻质体验的鞋服最畅销

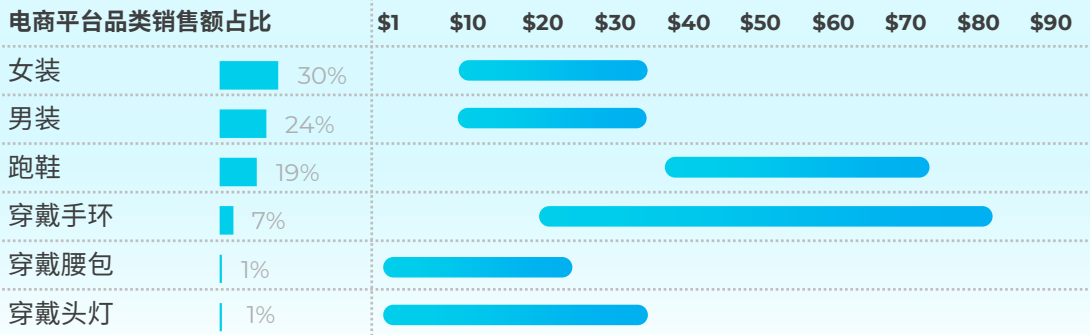


## 趋势解读

慢跑运动具备轻装备和低门槛的属性，因此高频使用的鞋服产品销售额占比高：

- 女装：在满足功能性的基础上，更注重与时尚融合，尤其是借助弹力、紧身等元素帮助女士凸显身材
- 男装：男士会更偏功能性与实用性，更在意服饰是否满足防晒、速干需求以及带来加成清凉效果
- 穿戴：5月增长迅猛，随着跑步频次增加，慢跑人士对自身的运动表现及安全需求的关注度逐步提升

## 品类分布及畅销品价格带



## 细分品类机会及爆款趋势

### 机会品类

#### 女装类

- Legging裤
- 运动内衣
- 棒球帽
- 压缩袜
- 紧身衣
- 短裤/裤裙

#### 男装类

- 棒球帽
- 短袖/背心
- 跑步长/短裤
- 压缩衣
- 压缩裤
- 袜子

#### 穿戴类

- 可监测健康与记录运动的手环
- 跑步/旅行用腰包
- 路跑/越野跑用头灯

### 热销爆品

#### 高腰褶皱轻质带口袋的时尚裤裙



**\$29**

**50%**

TOP20平均价 | 近一年增长率<sup>1</sup>

#### 高腰弹力裸感速干legging裤



**\$24**

**26%**

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### UPF50+防晒透气速干衣



**\$24**

**23%**

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 排汗透气耐穿抽绳裤



**\$25**

**24%**

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 轻质防水大电量头灯



**\$28**

**94%**

TOP20平均价 | 5月同比增长率

#### 耐磨防水大容量腰包



**\$15**

**42%**

TOP20平均价 | 5月同比增长率



# 品类趋势—徒步：5月软壳夹克/polo衫翻倍增长；防风/防水透湿等面料流行，山系工装风是常青款式



## 趋势解读

为适应不同天气与徒步路线，徒步品类精细且具有强专业性，同时山系工装风成为主流搭配风格：

- 服饰：贴身服饰注重速干、透气、轻盈、防臭的宣传；软壳夹克则注重防风、防水透湿、保暖
- 鞋：为适应徒步多边路面环境，用户会购买具有越野性能、抓地力强、防水的鞋借力
- 工具：徒步者出行一般轻装上阵，轻巧、便携、易收纳的工具因替徒步爱好者减轻负担而最受欢迎

## 品类分布及畅销品价格带



## 细分品类机会及爆款趋势

### 品类机会

#### 男装类

- 棒球/遮阳帽
- 针织帽
- 快干头巾
- Polo衫
- 保暖内衣
- 压缩裤
- 压缩衣
- 速干衣
- 压缩袜
- 软壳/防水/抓绒夹克
- 羽绒服



#### 鞋/登山杖

- 登山靴
- 登山鞋
- 登山杖



#### 女装类

- 针织帽
- 压缩袜
- 保暖内衣
- 运动裤
- 防水/抓绒夹克



### 热销爆品

#### 速干清凉柔软面料短袖



\$22

22%

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 透气防水防污防撕裂工装裤



\$38

31%

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 防水透湿防风轻质连帽软壳



\$95

100%

TOP20平均价 | 5月同比增长率

#### 速干透气轻盈柔软polo衫



\$35

96%

TOP20平均价 | 5月同比增长率

#### 橡胶底具越野性能的登山鞋



\$73

17%

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 轻巧可调高度可折叠的登山杖



\$32

15%

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 透气高性能面料保护用压缩袜



\$20

23%

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 透气防水轻便速干的女工装裤



\$37

46%

TOP20平均价 | 近一年增长率





# 品类趋势—钓鱼：渔具专业性强、种类精细、产品技术性能指数多、价域广；高质量为必备特性

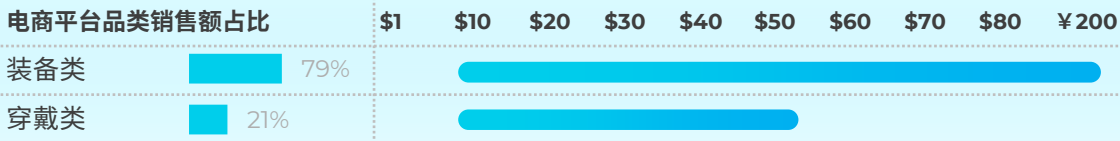


## 趋势解读

钓鱼赛道品类精细，蕴藏诸多高潜力的赛道机会：

- 装备：一套完整装备所需零件众多，但高质量和耐用是买家对所有装备的功能需求；多功能的工具组合销售是目前工具装备类卖家最常选择的销售玩法
- 穿戴：垂钓需长时间在户外进行，因此防晒、透气的防晒帽/衣等需求常存

## 品类分布及畅销品价格带



## 细分品类机会及爆款趋势

### 品类机会

#### 装备类

- 渔竿
- 卷轴
- 鱼饵
- 渔线
- 挂钩
- 垂钓配件
- 渔竿&卷轴组合套装
- 垂钓工具套装
- 冰钓用具

#### 穿戴类

- 宽檐钓鱼帽
- 钓鱼手套
- 钓鱼靴
- 防晒护臀

### 热销爆品

#### 轻便高韧EVA手柄耐用钓鱼竿



#### 耐磨抗拉高韧不褪色的鱼线



#### 紧凑型耐磨高稳定性的卷轴



#### 坚固耐用的钓鱼钳工具套装



#### UPF50+透气防风可折叠钓鱼帽



#### UPF50+透气耐用防滑保护手套





## 品类趋势—骑行：e-bike等装备占主导，长续航与高性能是主要卖点；服饰定位防晒、头盔主打安全



### 趋势解读

美国骑行文化悠久，日常出行、城市探索、山地冒险等多种场景促进骑行品类持续分化：

- 自行车：受绿色出行推动，e-bike占比高，此外不乏山地自行车、死飞等兼具刺激性与颜值的车型
- 鞋服：单价低、换新快、高消耗的属性推动具有防晒、透气、速干特性的骑行鞋服需求长青
- 防护：用户骑行速度较快，因此安全头盔、护目镜等已成骑行者的必备装备

### 品类分布及畅销品价格带

电商平台品类销售额占比

车及装备	56%
男装	22%
女装	15%
防护装备	5%
鞋	2%

\$1 \$50 \$100 \$150 \$200 \$250 \$300 \$350 \$400 \$2500

#### 长续航轻便多种模式的e-bike



**\$450**

**43%**

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 减震可变速的彩色山地自行车



**\$242**

**15%**

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 车及装备类

- 电动自行车
- 车座
- 轮胎
- 其他车身配件
- 车架

#### 鞋服类

- 骑行服
- 短裤
- 压缩袜
- 手套
- 压缩裤
- 骑行鞋

#### 柔软透气防潮的功能性长袜



**\$14**

**17%**

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 速干防晒清凉柔软面料的短袖



**\$22**

**22%**

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 防护装备类

- 头盔
- 背包
- 护目镜
- 水瓶

#### 吸湿防滑轻质耐用安全头盔



**\$41**

**15%**

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 偏光防紫外线超轻时尚太阳镜



**\$23**

**77%**

TOP20平均价 | 5月同比增长率



# 品类趋势—露营：海边/田园露营场景带动露营装备与安全保障设备的高需求，易收纳、耐用为共性



## 趋势解读

露营经济在国内刚兴起，而在美国早已是较为传统的户外活动，品类分化较为成熟：

- 装备：装备类占比最高且选择范围广，易组装、易收纳、便捷的产品受欢迎
- 安全：便携、实用、耐用的产品畅销，如手电筒、暖手宝、急救箱等
- 储能：超快充、长续航、大功率的移动电源已逐渐成为家庭露营、硬核露营的标配

## 品类分布及畅销品价格带

电商平台品类销售额占比

露营装备	31%
安全生存	27%
鞋服个护	23%
移动储能	17%

\$1 \$50 \$100 \$150 \$200 \$250 \$300 \$350 \$400 \$550



## 细分品类机会及爆款趋势

### 品类机会

#### 露营装备类

- 睡袋、睡垫
- 露营烹饪用品
- 枕头、毯子
- 折叠椅套装
- 帐篷
- 天幕

#### 安全生存类

- 手电筒等照明
- 暖手暖脚器
- 生存工具包
- 急救箱
- 刀具
- 传呼机

#### 移动储能类

- 便携移动电源
- 防尘套

### 热销爆品

#### 防积水通风宽敞的3-4人帐篷



\$82

15%

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 超轻耐用防水可收纳的充气床垫



\$79

41%

TOP20平均价 | 5月同比增长率

#### 紧凑型便携耐用高亮度手电筒



\$19

13%

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 便携可充电快速加热的暖手宝



\$19

32%

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 超快充支持太阳能的便携电源



\$384

35%

TOP20平均价 | 近一年增长率

#### 耐磨防水防尘的电源保护套



\$32

32%

TOP20平均价 | 5月同比增长率



## 户外运动人群档案

德国户外历史源远流长，世界上第一个户外俱乐部即在1857年诞生于德国，此后户外文化一直风靡：



### 骑行

- 骑行：就对骑行的热爱与绿色出行理念来说，德国为无冕之王。超1/2德国人喜欢骑行外出，山地骑行者追求高速体验与耐力表现，短途骑行者主张回归骑行乐趣
- 相较于其他运动用户，骑行爱好者偏年轻，约1/2为30~49岁中高收入中年人



### 徒步

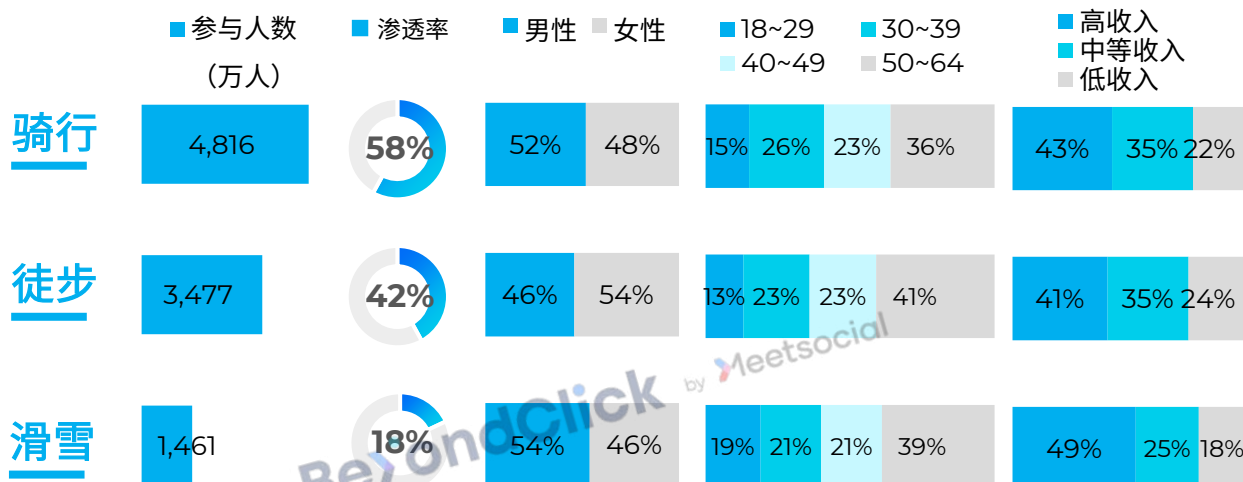
- 徒步：德国拥有广袤美丽的森林和优渥的山河湖海资源，德国人对大自然有深深的迷恋，他们不仅投身于大自然寻找浪漫，也把徒步作为一种释放压力的生活态度
- 轻量徒步强度对于女性友好，徒步爱好者中约1/2为40~64岁中老年女性



### 滑雪

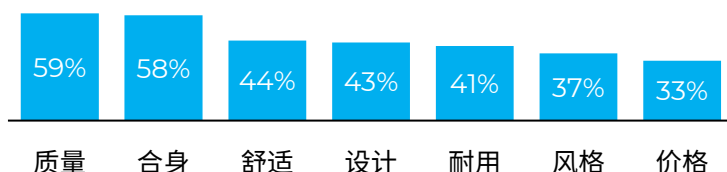
- 滑雪：德国为滑雪大国，位于德国的滑雪场就有近500处，位列世界第三（前两名分别为中国、日本）。阿尔卑斯山为滑雪爱好者提供方便的滑雪条件
- 近1/2滑雪爱好者为40~64岁有钱有闲的高收入中老年男性

## 热门户外运动类型与人群画像



## 用户购买关注点

购买运动用品时





# 品类趋势—骑行：折叠自行车5月翻倍增长，用户选购骑行用品时关注功能也追求颜值与趣味性

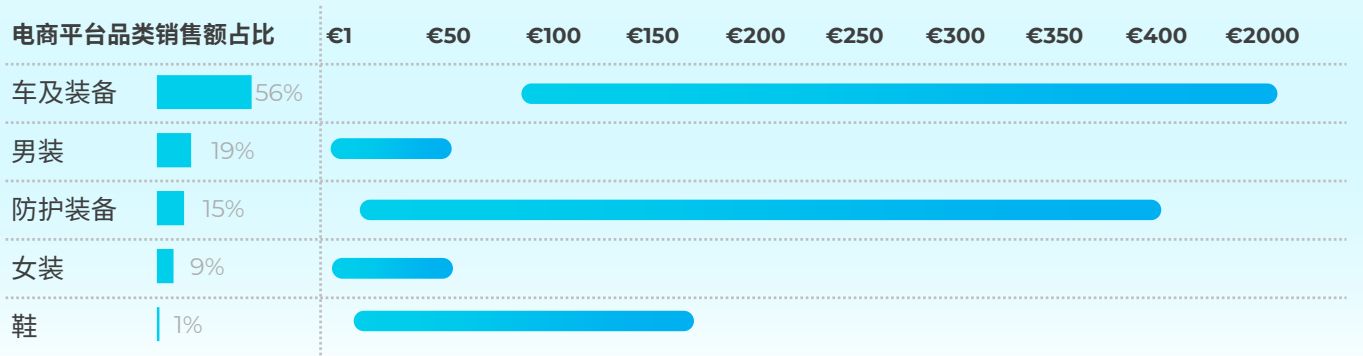


## 趋势解读

德国城市内设骑行专用车道推动骑行日常化，促进相关品类持续火热：

- 自行车：车型种类众多，满足从山地探险到日常代步、从单轮趣味到折叠收纳等各类需求
- 鞋服：用户对功能性有一定要求，透气速干的骑行袜与功能性压缩衣最为畅销
- 装备：品类向更多娱乐趣味与时尚场景渗透，如运动相机、时尚运动眼镜等

## 品类分布及畅销品价格带



## 细分品类机会及爆款趋势

### 品类机会

#### 车及装备类

- 电动自行车
- 车身分件
- 工具和补丁包
- 随行杯

#### 鞋服类

- 压缩衣
- 运动袜
- 手套
- T恤
- 暖腿套
- 骑行鞋

#### 防护装备类

- 头盔
- 护目镜
- 运动相机

### 热销爆品

#### 带智能面板的多电动模式e-bike



€698  
TOP20平均价

44%  
近一年增长率

#### 20英寸快速组装易折叠的自行车



€503  
TOP20平均价

104%  
5月同比增长率

#### 聚酯纤维面料的速干运动短袖



€22  
TOP20平均价

30%  
近一年增长率

#### 透气抓地力强的骑行鞋



€75  
TOP20平均价

29%  
近一年增长率

#### 防晒防尘防风防虫的运动眼镜



€23  
TOP20平均价

26%  
近一年增长率

#### 防水超高清防抖的运动相机



€87  
TOP20平均价

23%  
5月同比增长率



# 品类趋势—徒步：女士防风背心5月增速明显；软壳背心、保暖内衣与遮阳帽在过去一年强增长

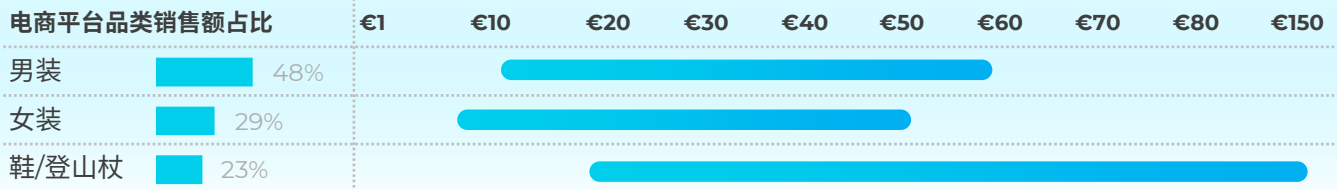


## 趋势解读

德国自然景观丰富，且设有徒步爱好者网站可供路线查询，轻量徒步运动也融入消费者的日常生活：

- 服饰：防风背心、保暖内衣和遮阳帽这3大子品类过去1年增长迅速；背心主打防风、防水、透气与轻盈，保暖内衣注重防风高弹力，防晒帽则主打透气与可折叠
- 徒步鞋：为徒步运动的必需品，透气、抓地力强的徒步鞋可减轻徒步者的行走压力，提高舒适度

## 品类分布及畅销品价格带



## 细分品类机会及爆款趋势

### 品类机会

#### 男装类

- 棒球/遮阳帽
- 无檐针织帽
- 快干头巾
- Polo衫
- 保暖内衣
- 压缩裤
- 压缩衣
- 速干衣
- 压缩袜
- 软壳/防水/抓绒夹克
- 羽绒服

#### 女装类

- 无檐针织帽
- 压缩袜
- 保暖内衣
- 运动裤
- 防水/抓绒夹克

#### 鞋/登山杖

- 登山靴
- 登山鞋
- 徒步鞋
- 登山杖

### 热销爆品

#### 防水防风透气的软壳背心



€43

52%

TOP20均价 | 近一年增长率

#### 保暖防风高弹力的保暖内衣



€37

35%

TOP20均价 | 近一年增长率

#### 保暖防风的抓绒



€45

33%

TOP20均价 | 近一年增长率

#### 轻薄速干透气可折叠的遮阳帽



€21

28%

TOP20均价 | 近一年增长率

#### 防水防风透气超轻的软壳背心



€45

103%

TOP20均价 | 5月同比增长率

#### 吸汗凉感可折叠的宽檐帽



€26

46%

TOP20均价 | 5月同比增长率

#### 透气快干舒适强抓力的徒步鞋



€73

27%

TOP20均价 | 近一年增长率

#### 轻巧耐用可伸缩的登山杖



€26

22%

TOP20均价 | 近一年增长率





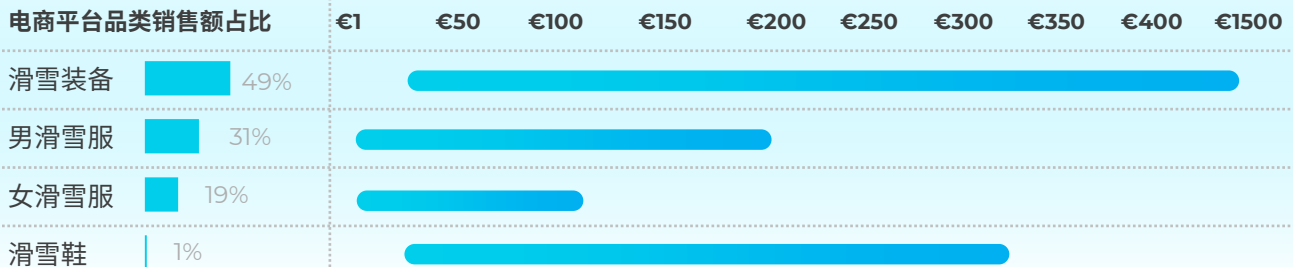
## 品类趋势—滑雪：滑雪产品已拉开销售序幕，功能性装备是必需、带来趣味性的运动相机成为新宠



### 趋势解读

- 滑雪装备：呈现从实用性到趣味性的发展趋势，保暖用品销量最高，颇具趣味性的运动相机增长快
- 滑雪服：拥有高功能性的服饰在滑雪途中至关重要，保暖、高弹力、高支撑的贴身服饰畅销
- 滑雪鞋：销量较高的滑雪鞋一般具备高承重、高抓地力的特点，可搭配登山杖组合销售

### 品类分布及畅销品价格带



### 细分品类机会及爆款趋势

#### 品类机会

##### 滑雪装备类

- 暖手暖脚器
- 运动相机
- 滑雪镜
- 滑雪头盔
- 滑雪收纳包

##### 滑雪服类

- 针织帽
- 保暖内衣
- 抓绒夹克
- 手套
- 滑雪袜
- 滑雪服

##### 滑雪鞋类

- 滑雪鞋

#### 热销爆品

##### 8小时保暖即贴即用的暖脚贴



€23

116%

TOP20平均价 | 5月同比增长率

##### 防水超高清防抖的运动相机



€182

27%

TOP20平均价 | 5月同比增长率

##### 高支撑高弹力的滑雪袜



€25

35%

TOP20平均价 | 近一年增长率

##### 保暖防风高弹力的内衣



€38

35%

TOP20平均价 | 近一年增长率

##### 高承重减震辅助攀爬的雪鞋



€91

15%

TOP20平均价 | 近一年增长率

##### 高抓地力雪鞋与登山杖组合销售



€91

15%

TOP20平均价 | 近一年增长率

# 关于 BeyondClick

BeyondClick飞书点跃是飞书深诺旗下始于数据终于效果的出海数字营销服务品牌。凭借丰富的全球头部媒介资源、海量数据沉淀、专业服务团队和强大AI技术赋能，BeyondClick为中国出海企业提供集**洞察、优化、创意、社媒红人服务**为一体的整合式营销解决方案，帮助出海企业在营销环节每一步都能看清楚，想明白，做到位，打破出海流量瓶颈，令效果加成。

## Meet Intelligence

咨询策略服务由Meet Intelligence团队支持，提供**海外行业洞察、行业竞对洞察、用户画像和品牌评估**等定制化**咨询策略服务**，覆盖包括3C手机、家电、时尚服饰等10余行业。服务团队成员来自国际头部咨询公司，平均5年以上咨询与研究经验，联动9年全球投放数据、超10家国际头部付费数据库及各大专业机构、超8,800万全球消费者样本库，助力出海策略咨询到出海营销真正落地，打破出海信息壁垒。

### 行业 白皮书

- 各国电商营商环境白皮书
- 核心品类/趋势品类白皮书
- 各国手机用户研究白皮书

### 市场研究 服务

- 目标市场与细分领域的发展趋势
- 竞争对手成功要素梳理与经验总结
- 目标人群画像与需求刻画
- 主要媒介与新兴媒介的渗透

### 出海 策略咨询

- 新市场进入策略方案规划
- 经营模式转型规划与目标设定
- 商业发展预测

# THANKS

MEETSOCIAL.COM



扫码了解  
最新出海营销资讯



扫码咨询出海业务