

轻量化户外行业白皮书

©2023.3 iResearch Inc.

调研样本说明

调研样本说明：采取用户座谈会&专家深访&在线调研相结合的研究方式

在线调研：	针对适宜户外运动的成年人群
调查对象	1. 年龄20岁至60岁 2. 适宜参加户外运动的成年人，包括现有户外运动参与人群和户外运动的潜在人群 3. 符合市场调研基本条件
问卷投放区域	全国覆盖
问卷投放时间	2023.01
样本总量	3685
用户座谈会：	针对过去一段时间有过户外用品消费的户外运动人群
专家深访：	针对户外运动&用品方向的业内专家



指标说明

名词释义

户外运动（广义）	指的是泛化的，所有在户外进行的运动类型，包括但不限于登山、骑行、徒步、越野跑、飞盘、露营等
轻型户外运动	与硬核户外运动相对，指的是运动强度偏中/低、运动专业度较低、入门门槛较低的运动类型，比如跑步、骑行、飞盘、露营、腰旗橄榄球等
硬核户外运动	指的是相对传统的户外运动，此类运动的入门门槛较高、对专业度有一定的要求、对运动装备的要求也相对较高，如攀岩、滑雪、跳伞、登山等

人群划分

户外人群	轻量化户外人群	当前日常有参与轻量化/轻型户外运动经历的人群
	硬核户外人群	当前日常参与户外活动且只参与硬核户外的人群
非户外人群	轻量化户外潜力人群	当前日常不参与户外运动，但未来对参与轻量化/轻型运动表现出极高意愿的人群
	非轻量化户外潜力人群	当前日常不参与户外运动，未来也不想参与户外运动，或只想参与硬核户外的人群

轻量化户外的产生与发展

1

轻量化户外人群画像描绘

2

轻量化户外消费需求深挖

3

轻量化户外新趋势发现

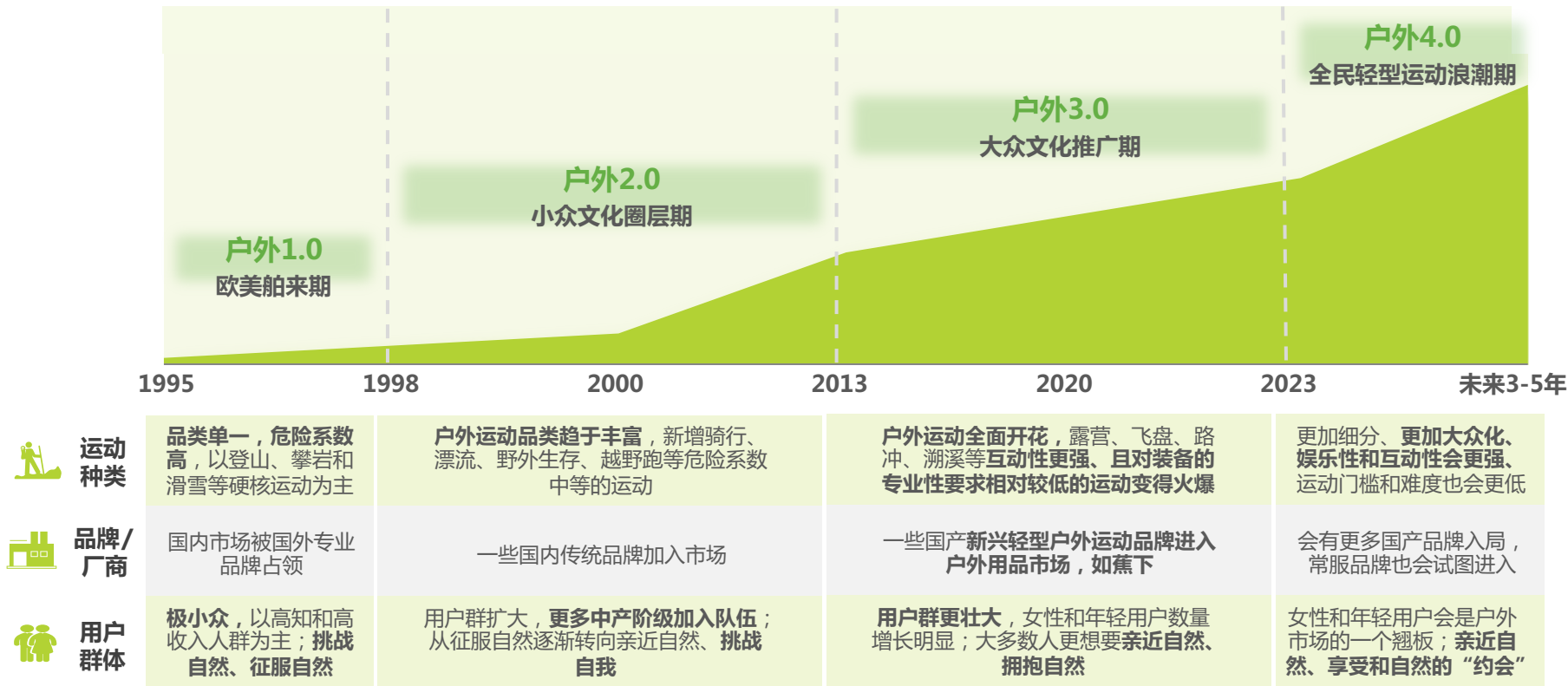
4

中国户外行业发展史

户外运动正在从硬核的小众爱好向轻型的全民化运动发展

户外运动从90年代初入中国，引入伊始，户外运动以专业系数较高的运动类型为主，且对场地、装备、运动技巧等均有较高要求。因此，彼时的户外运动只属于小众群体和圈层。近年来，随着户外运动类型的丰富，以及国人运动意识的增强，户外运动的观念逐渐被泛化，户外运动也逐渐呈现出偏轻型的特点。随着疫情的开放，一股全民轻型运动潮也即将掀起。

中国户外运动行业发展进程



来源：专家访谈和中国纺织品商业协会户外用品分会，艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

中国户外行业发展环境

政策、市场供需、社会意识和技术革新共推轻型户外发展

近年来，得益于国家层对于全民健康重视的再升级以及全面运动的大力推广，户外行业的发展正值政策红利期。而随着新冠后，国民健康意识的觉醒，轻型的户外运动也逐渐成为更多民众的选择，轻型户外的消费需求也随之拉动。就供给侧而言，在跟进相关户外配套场地的同时，户外用品厂商正在通过新材料、新设计为用户对轻型户外的需求提供支持。

P-政策引导

政府多个部门联合印发的《户外运动产业发展规划（2022—2025年）》**明确将更多自然资源向户外运动用户开放**。国务院印发的《全民健身计划（2021年-2025年）》指出到2025年将人民群众经常参加体育锻炼人数比例提升到38.5%。

S-社会意识

随着疫情的开放，以及新冠后**国民健康意识的觉醒**，户外运动打卡将成为新时尚，甚至可能成为新的社交方式。此外，近年来，城市居民对**亲近自然、拥抱自然、享受自然**的渴望也将推动更多的人进行户外运动。



E-供需递增

户外运动市场的扩张是供需两侧共同作用的结果。需求侧：根据2022年天猫双11的数据，户外用品的**GMV高达40-50亿元**。供给侧：**国产品牌的崛起**以及多种售卖形式让户外用品市场百花齐放，为消费者提供更多的可选择性。

T-技术革新

当前市场上有越来越多的品牌将**特殊材料、黑科技、人体工学设计**等融入**到户外用品中**，可以满足用户对户外运动的功能性需求。另外，还有些根植于轻量化户外的品牌，如蕉下等，**正在致力于提升防护科技及美学设计**，打破户外与日常生活的边界性，提升户外装备的跨场景通用性。

蕉下定义轻量化户外行业

轻量化户外将是户外市场的新时代主角

在轻型户外运动兴起后，蕉下捕捉到用户在户外市场的消费新态度和新需求，首次提出轻量化户外这一新的概念。轻量化户外不仅是轻型户外运动的集合，也是新运动和新场景下用户新需求的产品解决新方案，同时它更是一种新的自然态度，一种新的户外生活方式，未来还有可能成为一种新的潮流文化。

蕉下定义轻量化户外行业



来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

轻量化户外行业发展利好点

是整体户外行业发展的时下趋势

- 具有低门槛、低场地&低装备要求的户外运动类型既是当前户外用户的未来选择倾向，又是能拉动户外潜力人群的重要特征

是顺应年轻人喜好的新时代潮流

- 轻量化户外运动所具有的潮流性、强社交属性均符合当下年轻人对户外运动的追求

是更广阔的潜力人群及需求市场

- 轻量化户外低门槛的特性使得更多民众可无负担的参与，更加适合向全民范围进行推广

是现有户外行业拓盘的新增长点

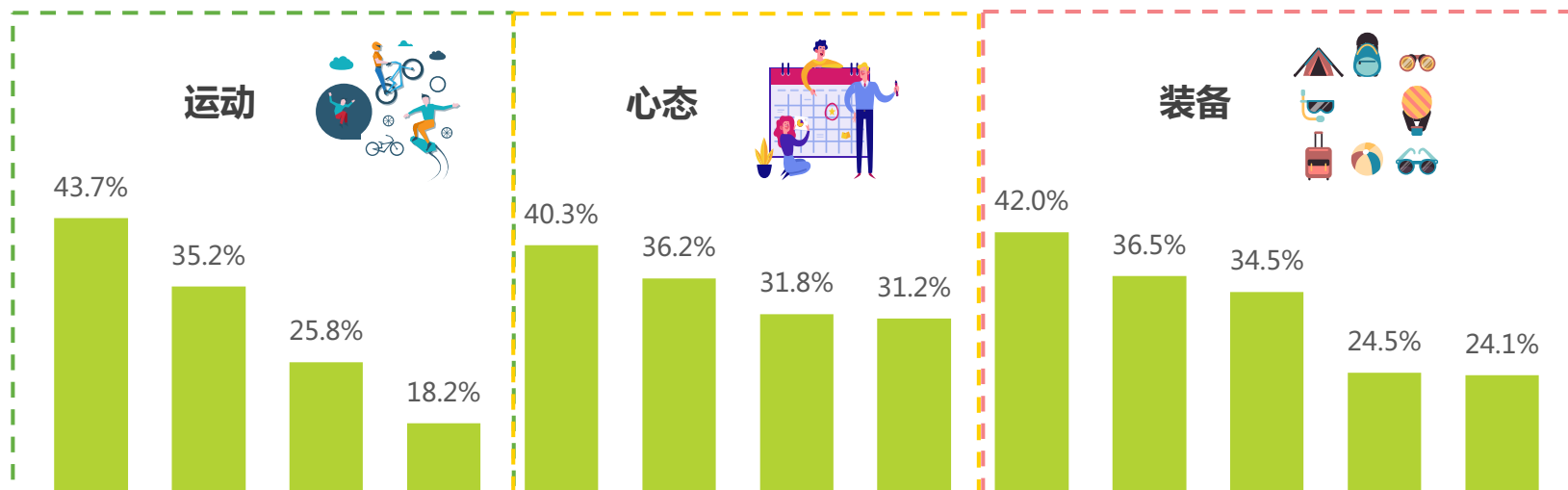
- 用户池子的扩大随之带来消费需求的增加，轻量化户外为整体户外产业规模的扩大提供新的增长点

轻量化行业的“轻需求”

用户对户外运动在运动、装备和情感等多方面有“轻”需求

用户对轻量化户外的轻需求不仅体现在对运动难度、专业度等运动门槛的降低，还表现在对于运动参与的筹划、装备的准备、时间场地限制等方面的“减重”。在装备的减重方面，除了对用品有一物多用、轻量化的需求外，穿着/佩戴的个性化也符合用户的“轻需求”。

轻量化场景下的轻需求



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_52975

