

户外运动热度高涨 户外经济持续升温

近年来,体育赛事、全民健身及运动消费热潮持续回归,越来越多人参与到户外运动中。从露营、骑行等休闲户外运动,到徒步、登山、滑雪、漂流等硬核户外运动,再到滑翔、潜水等极限户外运动,虽然大家爱好不同,但热情一样高涨。户外运动持续火热,相关产业需求被持续放大,户外运动经济迎来了一波小高峰。

娟娟在新疆将军山国际滑雪度假区滑雪

滑雪

骑行

徒步

装备更换速度快 雪场体验也很重要

娟娟是在4年前接触到滑雪的。“2020年,小伙伴约我去大海草山的滑雪场玩,我第一次尝试了这项户外运动。当时什么也没准备,装备是在雪场租的。”她回忆,最初尝试的是双板滑雪,后来在冬奥会的带动下,冰雪运动开始走进更多人的视野,娟娟身边玩单板滑雪的朋友越来越多,于是她也玩起了单板。

一开始,娟娟是在雪场租装备,但对滑雪的喜欢和运动频率的增加,她也想有一套属于自己的装备。从购买雪鞋、手套、滑雪服开始,到购买二手的入门单板,娟娟记得,第一套装备花费了6000元。

“掌握了基本的滑雪技能,能流畅滑行想要进阶的时候,基础装备已不能满足我的需求了。此后,我陆续购买过更好的滑雪板、雪鞋固定器以及更好看、更防风保暖的滑雪服。”娟娟说。

因为热爱,娟娟在2021年专门请了一个星期年假,到新疆阿勒泰地区禾木(吉克普林)和将军山国际滑雪度假区滑雪。在新疆,滑雪已成为冬日旅游必不可少的活动。“除了装备上的花费,户外运动爱好者们对运动场景的追求挺高的。滑雪爱好者最向往的阿勒泰地区,若从昆明出发,来回路费就要花3000至4000元,像我这样一年去两次,一次去一个星期的,加上雪票和住宿,成本差不多要再增加16000元。”娟娟说。

首先要有辆适合自己的车 再为它和自己购买“配件”

下班后、周末间,追着夕阳骑行在草海绿道上,已成为小马最享受的户外时刻。因为入门时间不长,“蹬不过别人”,他还给自己取了个外号“菜腿马”。

去年9月,小马为了锻炼身体开始骑行。入门骑行,最重要的是找到一辆适合自己的车。他选择了一辆“闪电”牌自行车,性价比不算高,但胜在外观看起来好看。专业运动人群追求户外带来的刺激和挑战,他们更关注产品的专业科技,但像小马这样的“泛运动人”,更多是追求户外带来的休闲与社交需求,更追求时尚感。

“选定了自行车后,要根据自己的需求购买入门护具,如头盔、手套、护膝,还要为自行车选择配件,如前灯、尾灯、水壶架等。等较熟练后,再根据自己的需要购买码表、骑行服、锁鞋、锁踏、挂包等。需要注意的是,长途骑行需准备1至2个备胎及换胎工具,还要有充足的补给品。”小马分享起了自己的经验。

来自中国自行车运动协会的数据显示,早在2022年,全国就有1亿多人经常性骑行或者把自行车作为代步工具,有近千万人参与自行车运动。在社交媒体上与骑行相关的话题中,骑行路线、骑行装备、骑行穿搭热度很高。

记者了解到,光是骑行穿搭这一项,根据温度的不同衍生出了很多种搭配法。例如,15~10℃时,可选择薄抓绒长袖骑行服、轻薄风衣配马甲、中等厚度打底衫等搭配方式;5~0℃时,可选择加厚抓绒长袖骑行服、秋冬保暖夹克、加厚羊毛打底衫等搭配。

跟随难度不断升级装备 还要准备医疗包、雨衣等

徒步的第一站,小梁选在了稻城亚丁。虽然是徒步新人,但在装备的准备上,她一点也不含糊。

“在前往稻城亚丁前,我准备了两根登山杖,速干透气的裤子、有抓绒内胆的冲锋衣、舒适透气的登山鞋。在出发前,我还特意与鞋子‘磨合’了一段时间。”小梁说。

据介绍,如果是徒步入门,装备只需要简单耐磨外套、普通运动衣、徒步登山鞋就够了。在装备不成熟的阶段,只能选择徒步3小时左右的景区路线。如果想参与到高难度的户外徒步中,需要不断升级装备,此外还必须备有医疗包、雨衣、急救毯等。

以徒步登山鞋为例,在进阶的选择上,可以根据需求选择低帮、中帮和高帮,每一种都有自己的优点和缺点。也可以根据预算来选择品牌,例如CRISPI主打“零磨合”,穿上舒适;LOWA主打鞋边外置骨架,能更好地支撑足部;LASPORTIVE则主打样式配色好看。

当下,徒步登山鞋的使用场景也正变得越来越日常。随着户外出行需求激增,徒步登山鞋赛道开始爆发,除专业防滑缓震、防水排湿功能外,消费者更加看重日常穿着频次,轻量化和回弹力成为购买考量核心指标。

户外经济火热

淘宝天猫运动户外联合TMIC及第一财经商业数据中心(CBNDData)共同发布的《23AW运动户外行业趋势白皮书》显示,一方面,以露营、骑行、城市徒步为代表的户外运动持续出圈,其拥有的短途短时、亲近自然等天然优势使之成为大众的热门选择,人群渗透率高达80.7%。另一方面,对于具备一定专业技能和身体素质的户外运动爱好者来说,基础的鞋服装备已经不能满足他们的专业运动需求,因此他们越来越关注产品科技的升级以及细分场景下的多元化功能。

市场稳步增长的同时,消费者对户外运动的品类需求也越来越多元。其中,泛运动场景下的细分场景增速明显,线下穿搭、日常通勤等需求正引领线上鞋服市场快速增长;此外,运动户外的专业品类逐渐往日常场景上延展,冲锋衣裤等品类线上销售额增速亮眼。整体来看消费者会通过叠加不同的运动品类满足不同场景需求。

来自拼多多的数据显示,随着快闪打卡、登山徒步等旅游方式和户外运动热度增加,冲锋衣、登山鞋、防晒帽、速干衣等户外鞋服的销量也大幅增加,“95后”“00后”用户的订单量增速最快。

最近“尔滨”花式狂宠“南方小土豆”霸榜全网热搜,再次掀起一股滑雪热。入冬以来,天猫上滑雪裤搜索量同比增长超98%、滑雪板涨约86%、滑雪手套涨约83%、滑雪镜涨204%。在消费新趋势与多样供给的助推下,滑雪这个新品类在天猫上实现了持续爆发。据天猫平台数据显示,滑雪服同比去年成交增长超106%、滑雪镜涨约73%、滑雪头盔涨超81%,滑雪装备在天猫上成长为10亿级新市场。

本报记者
朱琦琪 文
受访者供图



小梁在稻城亚丁徒步时留下的打卡照