

2024秋冬·淘宝天猫 运动户外行业趋势 白皮书

SPORTS OUTDOOR



寄语



古笛

淘天集团运动户外行业 总经理

随着消费者健康意识提升，多样化、个性化需求激增，运动科技与高性能装备成为市场焦点。同时，自然探索的兴起、生活品质的提升，推动着运动户外行业的装备与体验升级，行业正朝着更加专业化、潮流化方向发展，呈现出强劲的增长潜力和独特的魅力。淘宝天猫致力于与运动户外品牌一起挖掘行业强劲增长点，激发运动户外品类的无限潜力。



沐兴

TMIC天猫新品创新中心 负责人

随着户外市场不断扩大，年轻消费者逐步成为主力军，他们追求时尚、个性化的生活方式，并且更加注重产品的品质和技术含量。越来越多的户外服饰使用高科技、精湛工艺的面料来增强防风、防水和透气性能。同时，更多明亮色彩打破了原有黑白灰的沉寂，以满足消费者对于自我个性、风格表达的诉求。除了服装，户外装备也在不断创新，比如轻量化设计、智能化功能集成等，以满足不同户外活动的需求。新的市场变化也带来了新的市场机遇，期待通过数智化洞察和精准品牌营销助力运动户外行业品牌生意蓬勃增长。

运动户外是符合长期趋势的消费者生活方式，因此WGSN一直在追踪运动户外市场和消费者趋势，并在今年7月1日推出了Sports&Outdoor板块，专注于运动户外领域的趋势研究。今天运动对消费者的普及范围正在越发多元，竞技体育、大众运动、小众运动齐头并进。轻量型户外运动参与者更注重对时尚和潮流的追求，而硬核极限户外运动参与者更偏向追求冒险挑战和专业性。品牌既要关注运动户外场景功能需求变化，还需要关注潮流趋势，注入时尚元素，将运动户外产品延展到更多的生活场景。这些对于品牌升级，品类延伸，新品牌细分市场打造都孕育着巨大的机会。



马力

WGSN 中国区 总经理

叶挺

杭州智篆文化传播有限公司 总经理

巴黎奥运会的圆满落幕，令所有人都直观地感受到体育产业在全球范围内正经历着显著的增长繁荣期，我国的体育消费经济亦然——国民对体育项目的认知不断完善，驱动消费规模的强势扩张；且伴随着功能运动与休闲边界的交融，主张不受束缚的运动潮流赛道应运而生，为运动户外行业开创蓝海领域。智篆商业将围绕运动户外的功能场景及运动潮流趋势展开洞察，从“人群、商品、场域”多元角度为商家提供24AW运营趋势指引，合力加速赢得市场新机遇。



CONTENTS

目录

01 行业概览



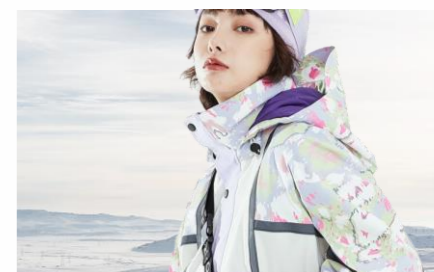
02 聚合·圈层人群图谱



03 深拓·核心品类趋势



04 预见·风格主题迭起



行业概览

01

功能进阶与休闲潮流交融

随着消费者健康意识的不断提升，我国体育运动的参与度不断加强，加之利好政策的推动，行业新业态新模式涌现。天猫运动户外市场也顺应发展，消费规模快速扩张，商家侧新锐品牌纷纷入局呈现“百花齐放”的良性竞争格局。

未来，行业将持续就功能进阶发力，并积极向泛潮流拓展，以满足更广泛消费者的需求。

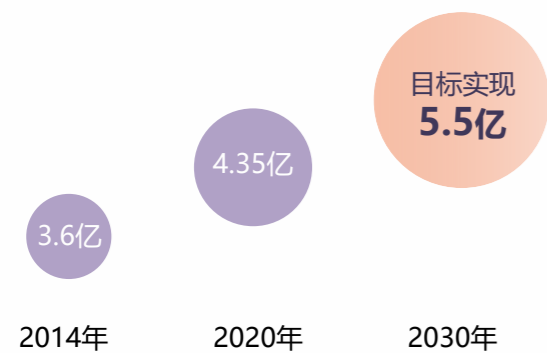


运动户外产业继续释放活力，政策推动新业态模式涌现

国民锻炼呼声高涨，体育场地建设加快

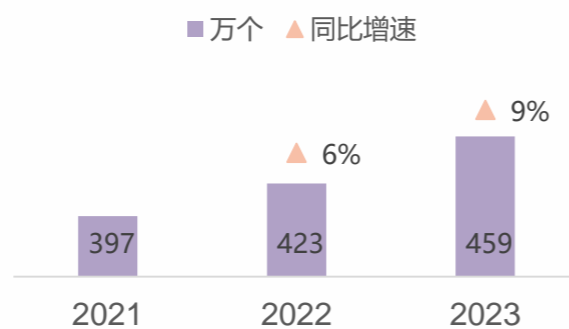
随着消费者健康意识的提升，运动逐渐成为一种新的生活方式，我国经常参加锻炼的人数不断攀升；国家也不断优化全民健身场地设施，23年全国体育场地数的同比增长高于22年。

2014-2030年中国经常参加锻炼的人数



数据来源：中国体育用品业联合会

21-23年全国体育场地数量变化



数据来源：国际体育总局

政策向多方支持户外运动，打造体育旅游精品路线

我国政府积极出台政策支持户外运动设施建设与服务提升，同时各地区也依托自身自然资源与人文景观，精心打造户外活动旅游路线，提供了更加丰富多样的体育健身和休闲旅游选择。

户外运动设施建设与服务提升的 四方面重点任务

1. 推动户外运动产业绿色发展，包括建设生态优先、合理利用自然资源等
2. 加强户外运动场地设施建设，包括推动体育公园建设、构建国家步道体系等
3. 提升户外运动服务供给质量，包括丰富户外运动赛事活动供给、提升户外运动科技应用水平等
4. 促进户外运动产业创新发展，包括加强产业政策集成创新、创新土地供应方式等

打造体育旅游精品项目



资料来源：国家发改委，《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023—2025年）》

资料来源：人民网，2023中国体育旅游精品项目名单

小众赛事如火如荼开展，竞技体育走向“全民运动”

近年，赛艇、自行车等小众运动随着各国赛事如火如荼地展开，受到国民愈发广泛的关注；加之各类世界级体育赛事提倡的体育精神取代“金牌论”，将继续带动全民的运动热情不断升温。



信息来源：公开资料整理

头部品牌纷纷开启AI赋能，提升智能消费体验

为了进一步加强零售服务与顾客体验，行业头部品牌率先尝试AI技术在生产制造、设计、个性化定制、零售服务等多环节的应用，未来智能科技将向下覆盖，至更多中小品牌的生产研发与零售服务中。

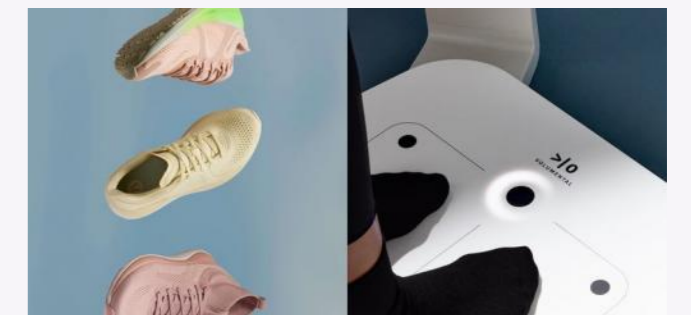
AI在运动户外领域中的应用

生产制造 <ul style="list-style-type: none"> 智能化制造方案 预测潜在问题 	设计 <ul style="list-style-type: none"> 时尚趋势分析 AIGC款式设计 	个性化定制 <ul style="list-style-type: none"> 3D足型扫描 AI推荐系统 	零售服务 <ul style="list-style-type: none"> 智能导购、试衣 库存管理与预测
---	--	---	--

Nike利用AI打造的全新概念系列，展出13款超未来运动鞋



Lululemon运用AI科技让鞋履更合脚



数据来源：公开资料整理

女性、社交与多元诉求推动运动户外向专业潮流两级延展

01 / 女性力量

新一代女性自信、独立，追求潮流的同时也重视悦己健康

51% 露营客、徒步族中女性占比



情绪关怀

女性更富有情感，她们注重对自我的投喂；通过运动、旅行等细分场景，提供女性化产品和理念故事

40% 参与者是女性，笼式网球 (Padel) 的受欢迎程度将继续飙升



按需设计

年龄、性别、体型不再是限制，消费者希望产品能满足其个性化风格化需求

02 / 社交属性

年轻一代更偏爱容易上手、具有社交属性的运动和户外活动，能够凸显个性表达的产品受欢迎

13亿 #Gorpcore户外风在TikTok有超过13亿的播放量



社媒效应

某种小众运动和穿搭风格在网络爆红后，吸引着寻求社交和潮流的年轻世代参与，以获得联系感和成就感

+13% #豪华度假 兴趣年同比增长13%，
#豪华露营 兴趣年同比增长5%



精致户外

奢侈品爱好者正在推动户外和运动市场的高端化，运动奢品品牌纷纷入局，为产品增长提供丰富机遇

03 / 多元属性

未来人们的户外生活方式将变得愈发多元化，可个性化定制和百搭组合的产品及服务更能满足实用性

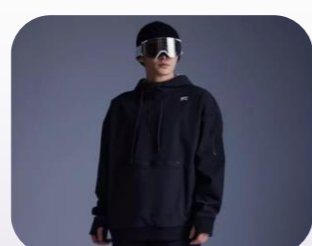
\$170亿 全球冬季运动装备市场2028年预计将达到\$170亿，CAGR +3.7%



模块组合

消费者可以挑选不同元件，从各种颜色和部件中进行组合，来创造自己的个性化产品，同时兼顾易用&安全

+9% #徒步背包 兴趣年同比增长9%



多场景适应

不受季节和场景限制，日夜皆宜的多用途产品或多功能配件越来越受到消费者欢迎，比如“一衣多穿”的设计

当代消费者的穿搭理念 = “专业功能化” + “场景多元化” + “运动风格化”



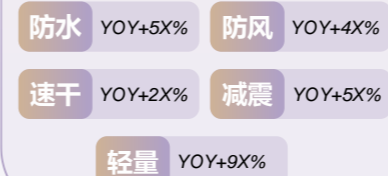
专业功能化

消费者注重舒适性和防护，对功能性的诉求也不断进阶，以应对多变的气候与地理环境；防水、防风等专业功能的消费市场渗透也在快速提升。

近两年天猫功能性服饰在大服饰行业中的渗透率



近一年热门功能消费金额同比增速



数据来源：阿里消费洞察



场景多元化

人们除了参与运动户外活动项目，舒适又有时尚感的运动户外服饰也在向日常穿搭场景延展，逛街、通勤都可以成为多元化的新秀场。

运动户外服饰日常穿搭场景



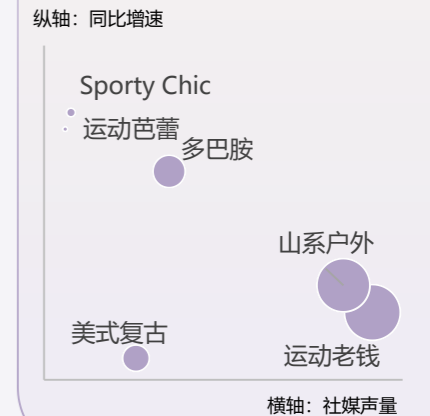
数据来源：TMIC消费者调研，N=800



运动风格化

具有运动户外特色的时尚风格孕育而生，如“运动”老钱，“山系户外”等已被广泛接受，各式各样的风格传达出消费者的不同个性和时尚感。

近一年社媒热门运动风格讨论度



数据来源：智篆GI

功能进阶

#服饰功能升级

#装备黑科技



两级延展

休闲潮流

#风格化

#场景化

#人群泛化

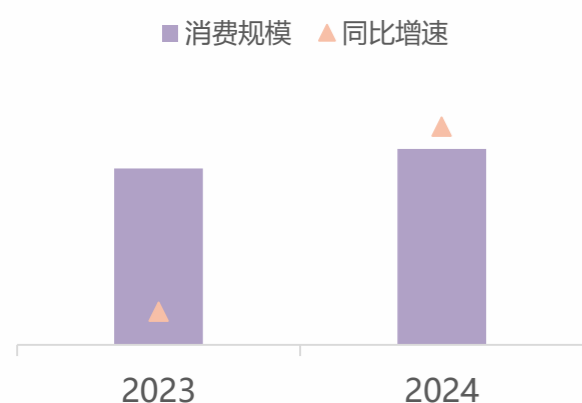
数据来源：阿里消费洞察，外部资料整理

天猫运动户外女性消费活力迸发，商家入局意愿高涨

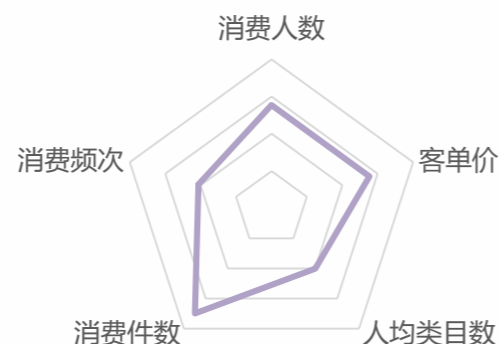
天猫运动户外市场规模双位数增长

天猫平台近一年成交规模实现双位数增长。消费者购买品类愈加多元，购买件数显著增长。消费人数的增加也是驱动增长的重要因素，越来越多的消费者加入到运动户外的行列，且预计未来会继续持续繁荣。

近两年天猫运动户外市场消费趋势



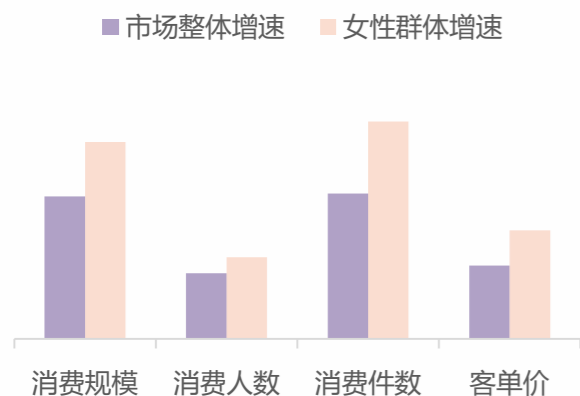
近两年天猫运动户外市场消费增长驱动因子 (YOY)



女性消费者踊跃加入，高偏好于城市运动与户外用品

女性群体的消费件数增幅领先市场整体，对城市运动需求增加，其中瑜伽、健身、游泳、芭蕾舞等品类女性购买偏好明显，同时也倾向购买冲锋衣、防晒衣等户外运动相关品类。

近一年天猫运动户外市场女性增长动因



近一年天猫运动户外市场女性偏好品类



数据来源：阿里消费洞察

行业激活新兴力量，入局意向高涨，新锐持续进阶

运动户外行业蓬勃发展吸引大量新商家，**跨行业跨品类、国内原创及海外知名品牌纷纷入驻**；此外，新锐品牌持续发力，深耕垂直细分赛道，锁定圈层核心人群，在跑步、户外鞋服等成熟市场中，也通过差异化货品及营销策略实现高速增长。

近两年天猫运动户外市场动销品牌数量趋势



近一年 高增新锐品牌榜单

类目名称	品牌
户外鞋服	HELLY HANSEN
户外鞋服	熊猫户外
骑行	兰帕达
骑行	iGPSPORT
跑步	BROOKS
跑步	QINKUNG
健身	anactionaday
球迷	Titleist
运动潮流	Gregory
滑雪	锐伍



挪威国宝级品牌HELLY HANSEN成立于1877年，秉承“Trusted By Professionals”的理念，在航海、滑雪、徒步等户外领域受到世界级海员、滑雪者及探险家们的喜爱。将科技、面料和版型完美融合，为户外运动提供专业舒适的体验。

品牌策略

Helly Hansen将始终聚焦于高端户外运动服饰领域，打造专业级冲锋衣、滑雪服等，同时开拓都市轻户外场景的高性能款冲锋衣及软壳服；并进一步拓展户外领域市场，突破人群圈层，从而实现海洋-户外-山峰的全场景人群覆盖。作为偏专业设计思维的品牌团队，尝试加强对消费者穿搭需求挖掘，灵活布局不同场景款式的设计及生产计划，以满足消费者在多元场景下的穿着喜好及舒适体感。



数据来源：阿里消费洞察

02

聚合·圈层人群图谱

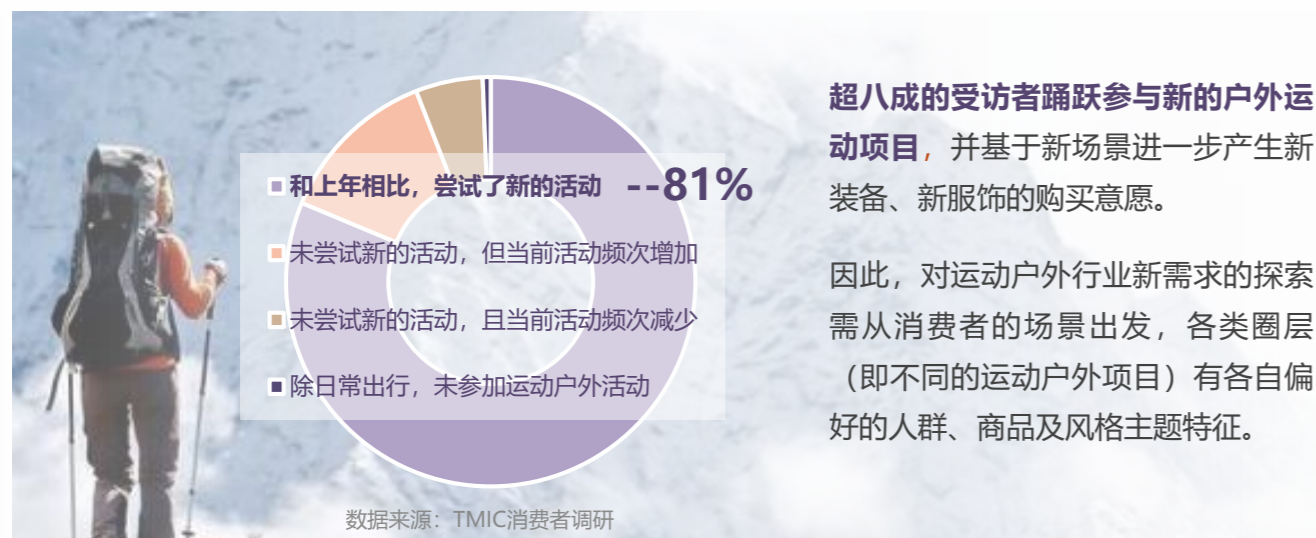
九大核心圈层覆盖多个秋冬核心品类



场景多元化，带来消费新需求

国民参与新活动的积极性高涨

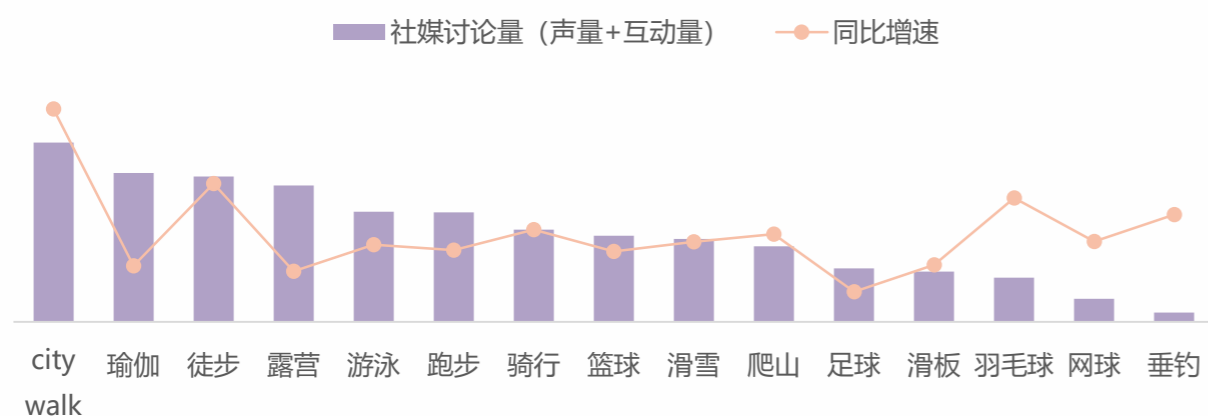
受访者近一年参与运动户外活动的频率



用户的活动范围“以城市内”向“郊外延伸”

结合运动户外各类场景的社媒讨论度变化，用户的活动范围以城市周边为核心，可见性地向外延伸——city walk爆火将年轻人的日常闲暇引至户外，大众积极参与羽毛球强身健体，环城骑行、城郊徒步、垂钓等小众圈层的话题度翻倍式增长。

近一年各类运动户外场景的站外社媒讨论度



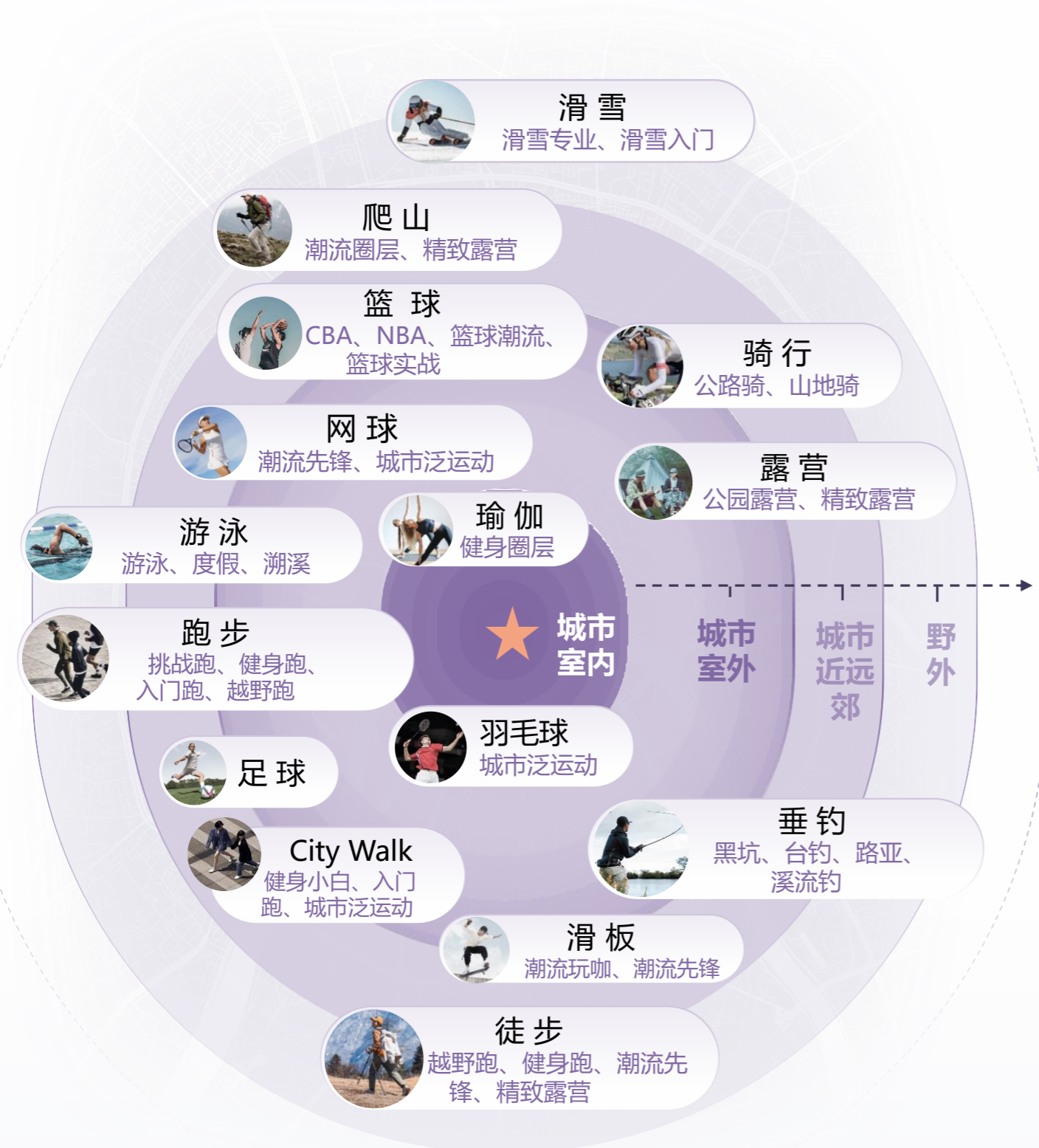
2024秋冬运动户外趋势圈层半径矩阵

根据各个圈层（即不同的运动户外项目）的活动范围，由内往外分为“城市-室内、城市-室外、城市-近远郊、山野/野外”四种半径距离：对场地环境、器械要求较高的圈层活动半径相对集中；而亲近自然、有一定竞技意味的圈层活动，如跑步、露营等，则覆盖跨度更广的活动半径。

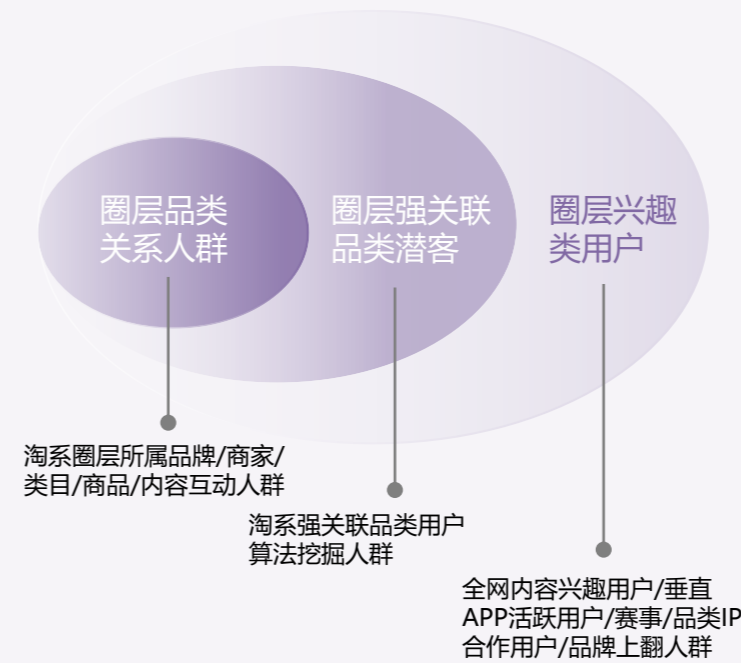


天猫运动户外行业基于站内算法挖掘和站外数据补充，建设圈层人群标签体系

2024秋冬运动户外 趋势圈层 x 人群 半径矩阵



天猫运动户外圈层用户知识图谱



当场景一跃成为首要的购买决策因子，人群运营的思路也将从“基础属性”向“圈层化”转变。

基于淘内品类相关性算法挖掘，和淘外关联数据补充校验，汇聚成覆盖线上多渠道的运动户外圈层人群知识图谱，提高在淘系的商业化投放、搜推分层人货匹配等多方面的人群应用效率。

秋冬圈层品类关系人群图鉴

- 偏专业运动向
- 偏潮流休闲向

水上圈层					
水上运动专业	水上运动入门	度假	溯溪		
跑步圈层					
越野跑	挑战跑	健身跑	入门跑	城市泛运动	休闲穿搭跑
健身圈层			潮流圈层		
健身高阶	健身进阶	健身小白	行业先锋	潮流先锋	潮流玩咖
篮球圈层					
CBA	NBA	篮球实战	篮球潮流		
露营圈层			滑雪圈层		
公园休闲	精致露营	滑雪专业	滑雪入门		
骑行圈层					
公路竞技	城市骑行	学生骑行	骑行穿搭		
垂钓圈层					
黑坑	溪流钓	路亚入门	路亚专业	台钓入门	台钓专业

03

深拓·核心品类趋势

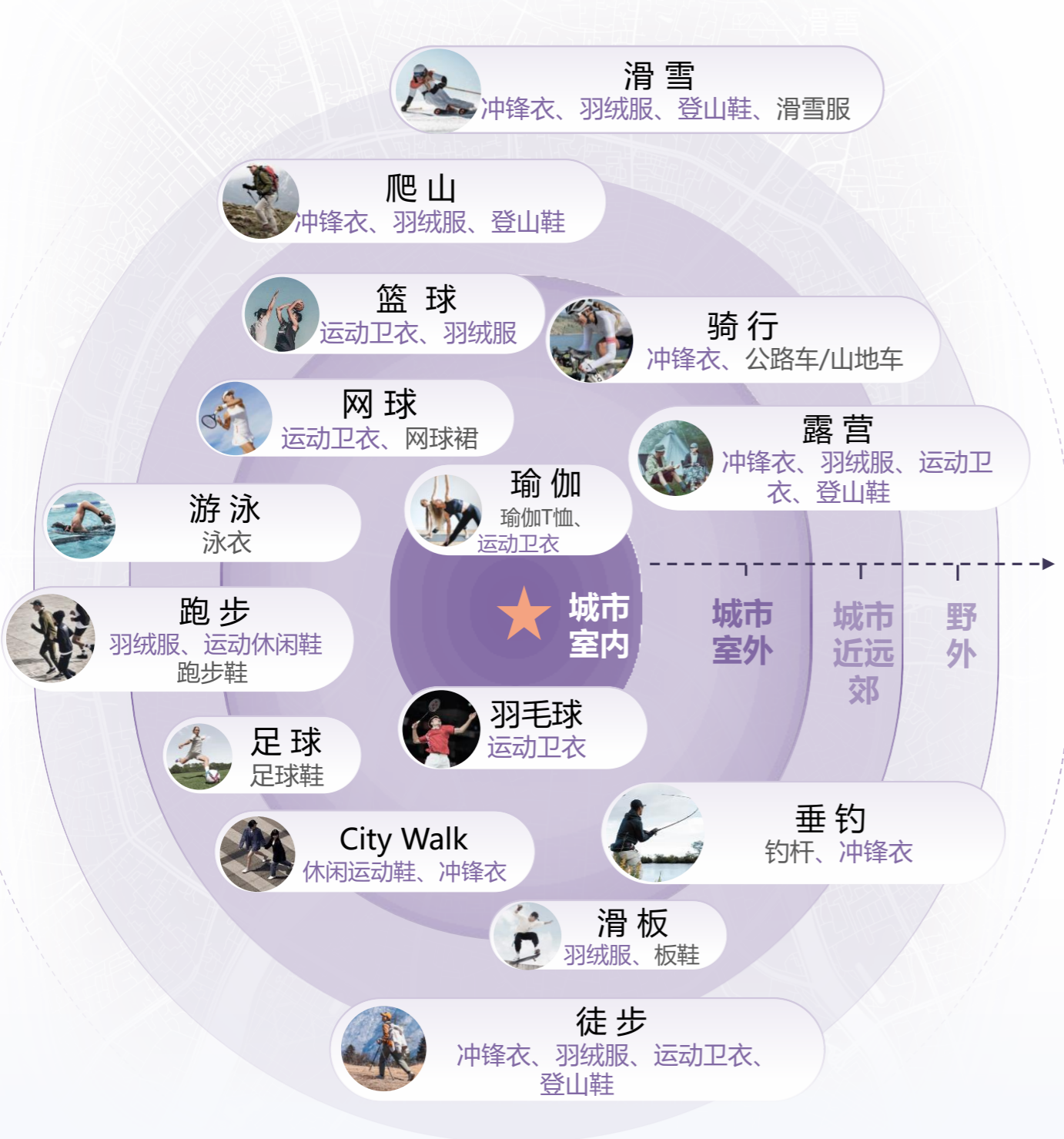
冲锋衣、羽绒服、运动卫衣、运动鞋秋冬品类升级



秋冬核心品类趋势

2024秋冬运动户外 趋势圈层 x 品类 半径矩阵

伴随着消费者户外运动场景的增多，其舒适性能也逐渐成为日常通勤的选择。运动户外泛服饰品类的圈层广度被拉宽，以冲锋衣、羽绒服、运动卫衣、运动鞋为代表的常青品类被通用于更多元的外出场景。



秋冬核心品类趋势总结


冲锋衣

core & more 价格带	核心 - 400-600元 & 1000-1500元 潜力 - 600-1000元 & 2000元+
核心圈层	露营、登山、徒步
品类机会	功能向 - 轻量灵活、极限抗寒、耐磨防护 潮流向 - 活力色彩、拼接撞色、反光扎染




羽绒服

core & more 价格带	核心 - 0-400元 (偏轻量) & 800-1000元 (厚款) 潜力 - 600-800元 (偏轻量) & 2000元+ (厚款)
核心圈层	篮球、露营、徒步、滑雪
品类机会	功能向 - 温度细分功能需求、高品质绒、内保暖外防护 潮流向 - 温和色彩、渐变扎染、金属光泽元素




运动卫衣

core & more 价格带	核心 - 100-200元 潜力 - 300元+
核心圈层	篮球、徒步、网球
品类机会	功能向 - 保暖、透气、吸湿排汗、速干 潮流向 - 柔和与中性色彩、图案联名、经典元素



运动鞋

运动休闲鞋	品质化消费升级，功能关注舒适性与轻量感
跑步鞋	品质化消费升级，功能关注舒适性与缓震技术
登山鞋	年龄群体驱动消费人数规模扩张，功能关注点集中抓地力和舒适感

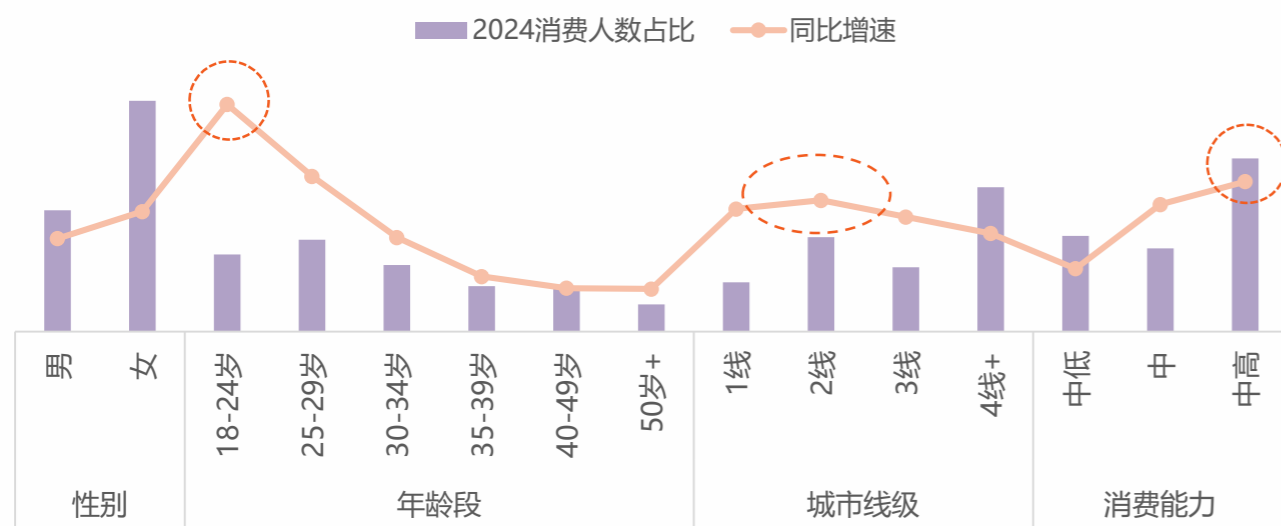


年轻品质群体引领增长，继续向露营、徒步等多场景渗透

18-29岁的一二线高净值消费人数增长显著

冲锋衣核心人群以25-29岁高净值白领为主，近一年除了女性群体随市场趋势增长以外，18-29岁的年轻群体规模也快速扩张，品类群体趋于更年轻化。

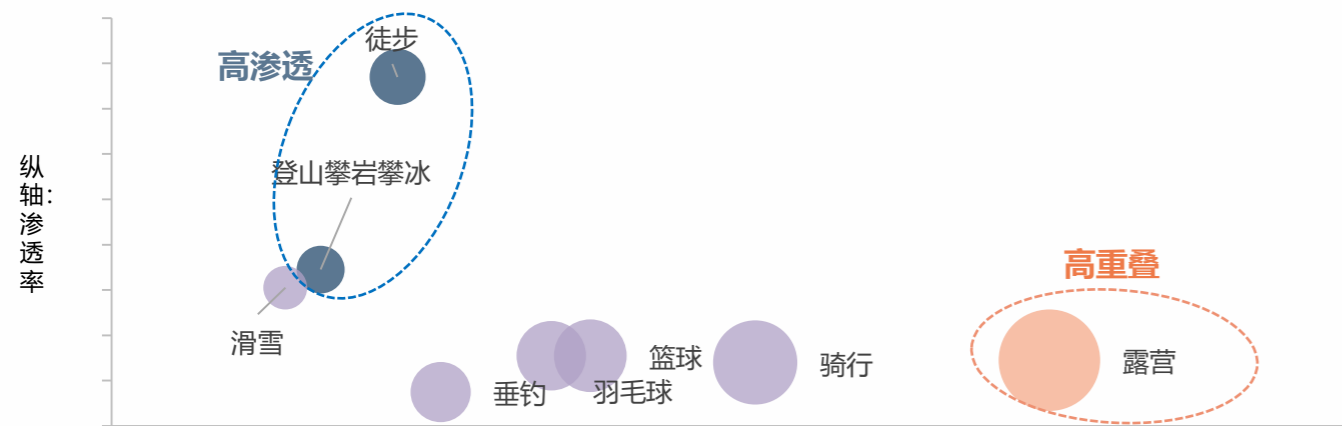
近两年天猫冲锋衣品类下的人群画像变化



冲锋衣显著渗透露营、徒步、登山场景

冲锋衣因其多功能性与适应性，能够更好满足消费者的多样化需求，在露营、徒步、登山等户外活动中受到欢迎。

近两年天猫冲锋衣品类下的穿着场景偏好



重叠率=购买冲锋衣且购买某场景用品的人数/购买冲锋衣的总人数*100%
渗透率=购买冲锋衣且购买某场景用品的人数/购买某场景用品的总人数*100%

横轴：重叠率
气泡大小：同时购买人数

数据来源：阿里消费洞察

冲锋衣关注热度趋向日常化，全价格带需求持续升温

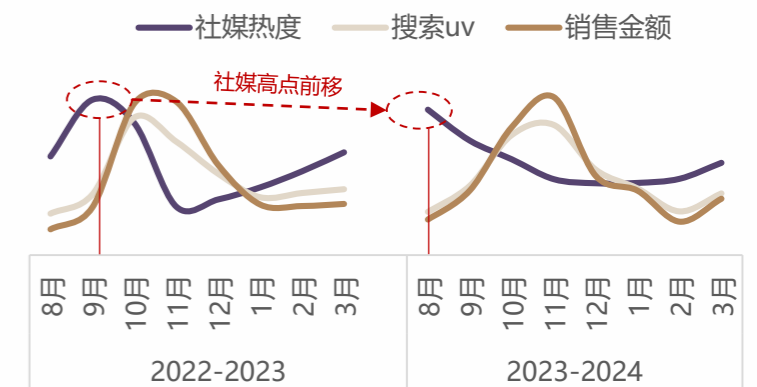
商家动作需紧跟消费者需求走势，灵活调整策略

冲锋衣社媒热度和消费需求热度稳定提升，在大促10-11月达到成交高峰。对比两年趋势，24年站外蓄水周期更加前置；商家需前置营销策略与商品上架，确保产品与服务精准对接市场需求周期。

品类需求增长模型 (YOY)



近两年冲锋衣品类社媒热度和消费需求变化

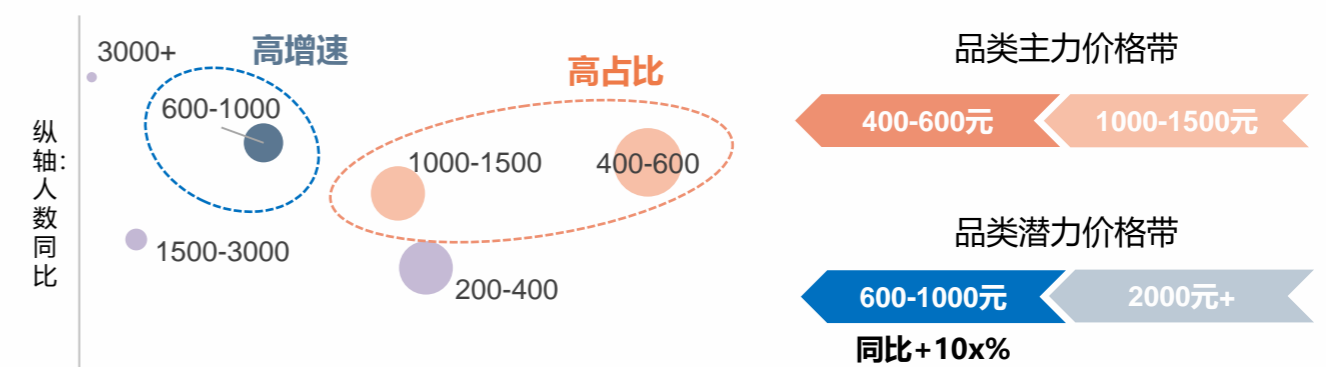


数据来源：阿狸消费洞察，智篆GI

冲锋衣全价格带呈繁荣态势，高端价格带趋向蓝海市场

品类的核心成交以400元-600元的中高区间为主，近两年高价位段区间领跑其他价格带。随着用户的消费升级，高性能、高颜值的冲锋衣受到关注，1000-1500元及以上高价位段的商品成交人数快速增长。

近两年天猫冲锋衣品类价格机会



横轴：2024消费人数占比
气泡大小：2024消费人数规模

数据来源：阿里消费洞察

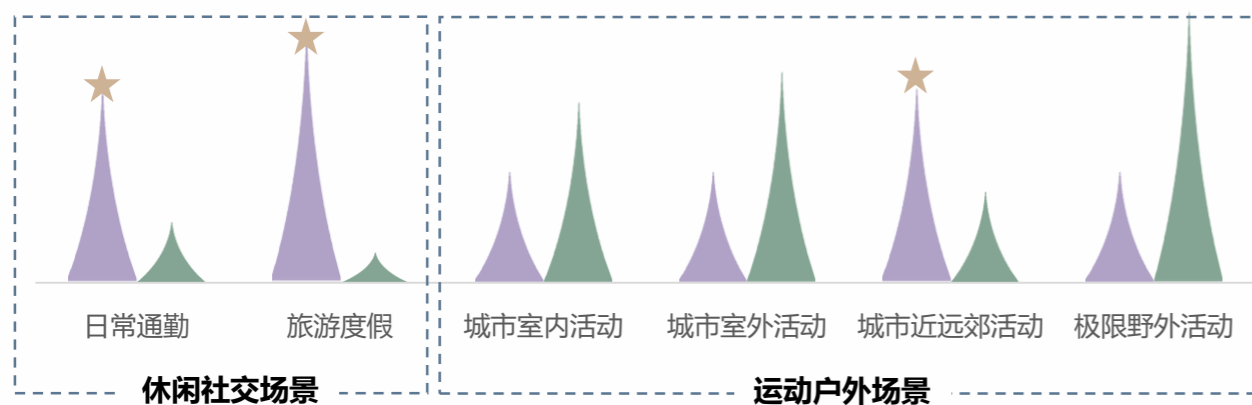
女性将冲锋衣穿着融入通勤、度假等社交休闲场景中

比较不同性别消费者的场景穿着差异，男性趋向冲锋衣的“专衣专用”，女性则将户外功能融入城市时尚，注重休闲社交风格，商家可聚焦年轻女性需求，打造既适合日常通勤又满足功能运动的多功能冲锋衣。

过往冲锋衣的定位以户外实用为主，新一代女性穿着更偏向休闲社交

冲锋衣不同性别消费者的穿着活动范围偏好TGI

▲女性 ▲男性



防风&防水性是通用关注点，城市场景还偏好轻量灵活，野外场景偏好抗寒与耐磨

整体功能属性关注度 TOP3

防风性 - 85%

防水性 - 64%

透湿性 - 49%

不同场景下冲锋衣性能需求偏好



注*: 图片来源网络

数据来源: 阿里消费洞察, TMC问卷调研, N=789

商家致力于面料与版型设计的升级提升三防属性



1973年, KOLON SPORT 可隆成立于韩国, 是一个高端品质户外生活方式品牌, 融合潮流设计与功能灵感, 在满足人们功能性需求的同时, 通过时尚大胆的设计和剪裁, 打破了都市与户外的界限。

代表商品

可隆 OBLI-K 露营冲锋衣

设计灵感来源于露营帐篷, 专业户外3层防水面料, 防水防风透湿耐磨。领口斜拉链通风设计, 廓形宽松; 立体大口袋, 运用帐篷帐门的斜线设计, 方便收纳随身物品。



可隆 OBLI-K 露营冲锋衣

可隆 GAIA PRO 韧力冲锋衣

大身采用 GTX PRO 面料, 防风防水、腋下采用 GTX STRETCH 材料, 提高摆臂的活动性; 风雪帽、下摆等均使用立体剪裁搭配 EXPERT 版型, 满足高海拔登山需求; 耐用轻量的魔术贴袖口、大尺寸网眼口袋等细节提升收纳和便利性。



可隆 GAIA PRO 韧力冲锋衣



The North Face 的产品线丰富多样, 从专业的户外装备到日常休闲服饰, 满足了不同消费者的需求, 其中北面巅峰系列, 探险级装备 为巅峰而生, 致力于为户外运动员的每一次严酷探险提供专业装备。

代表商品

SUMMIT 巅峰系列冲锋衣

北面专研 FUTURELIGHT™ 3L 纳米壳科技, 防水、防风、透气出色平衡; 纳米级薄膜工艺, 带来更为轻盈、舒适、静音的穿着体验。

可调节立体风帽, 360度完整防护反光标志设计, 提高夜间可见性双向拉链, 防水防护, 灵活散热适合竞速越野、徒步需求人士。



版型、色彩与创意元素决定消费者对冲锋衣的时尚评价

现代消费者越来越追求个性化和差异化，他们希望自己的穿着能够体现独特的个人风格和品味。因此，冲锋衣的颜值也成为了满足个性化需求的重要手段之一。版型、色彩和设计元素是消费者判断其潮流度的主要决策因子。

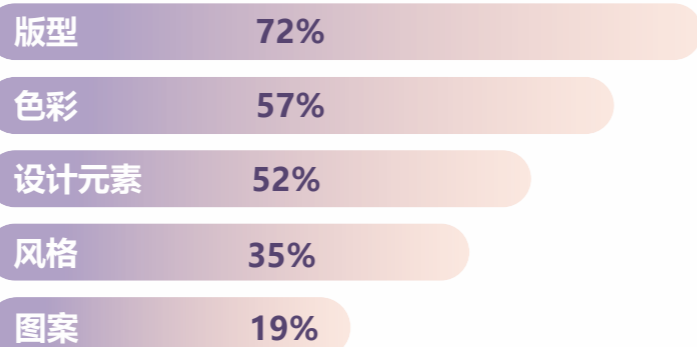
版型、色彩、设计元素是冲锋衣颜值主要关注点



KOLON SPORT

消费者潮流关注度 ★★★★★ 分数: 4.35

消费者对于颜值的关注点



冲锋衣消费者的偏好版型

宽松 (45%)

直筒 (45%)

修身 (22%)



Urban Exploration

蕉内

DESCENTE

On昂跑

数据来源: TMIC问卷调查, N=789

配色跳出黑白灰定式，不同代际的配色设计差异化

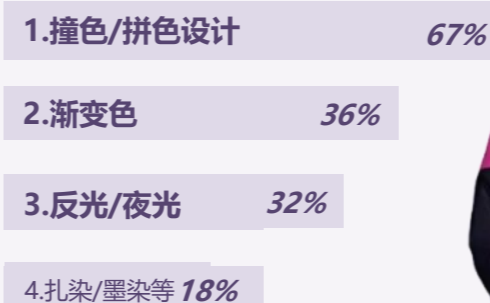
在颜色设计上，不只黑白灰基础色，从中性色到粉蜡色迎合不同代际消费者的需求；撞色拼接款、渐变色凭借鲜明的色彩成为消费者最偏爱的设计元素，各式各样的设计引领户外服饰走向多元化和个性化的方向。

跳脱黑白灰，多样颜色迎合不同代际个性



撞色、渐变受欢迎，反光设计也受热捧

冲锋衣消费者偏好的冲锋衣设计元素



Phenix

凯乐石

拓路者

数据来源: TMIC问卷调查, N=789

冲锋衣

运动户外羽绒服

运动卫衣

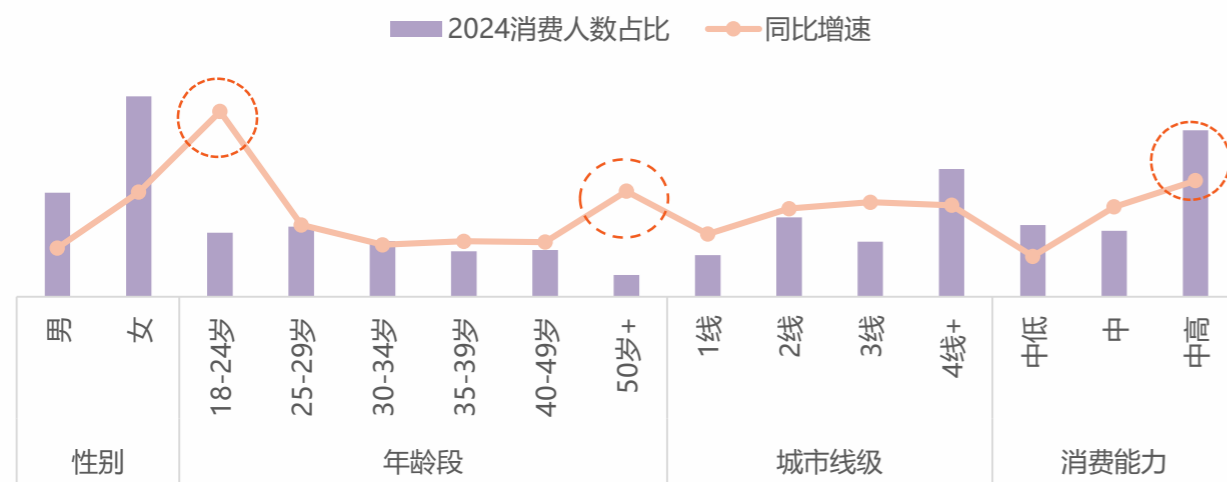
运动鞋

年轻群体驱动，渗透横跨室内到野外的多场景

18-24岁与50岁+的品质群体共同驱动增长

羽绒服的消费者结构向两端延展，18-24岁和50岁+银发族的人数规模见显著提升，其中主要由中高消费能力的品质群体引领。

近两年天猫运动户外羽绒服品类下的人群画像变化



运动羽绒服与篮球、露营场景高重叠，在滑雪、徒步场景下高渗透

运动羽绒服以其独特的保暖性能和时尚设计，逐渐成为篮球、露营、徒步、滑雪等多样化运动场景的新选择。

近两年天猫运动户外羽绒服品类下的穿着场景偏好



重叠率=购买运动户外羽绒服且购买某场景用品的人数/购买运动户外羽绒服的总人数*100% 横轴：重叠率
渗透率=购买运动户外羽绒服且购买某场景用品的人数/购买某场景用品的总人数*100% 圆圈大小：同时购买人数

数据来源：阿里消费洞察

双11成羽绒服“囤购”季，各价位区间销量均有上涨

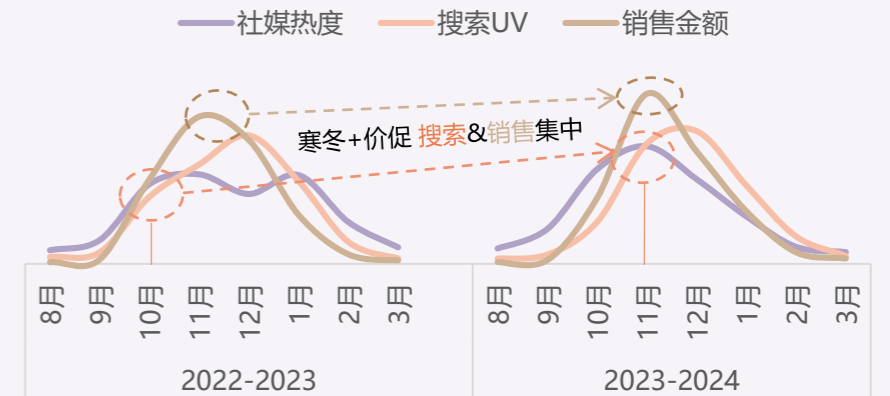
运动羽绒服需求热度保持增长，在双11节点带动更高峰趋势

社媒热度助力运动羽绒服热销，淘内消费者搜索行为随之增加；运动羽绒服社媒讨论随秋季深入热度开始攀升，消费者竞相把握双十一机遇，促使11月稳定为销售顶峰，商家可抓住大促与气温预警双重契机，强化运动羽绒服推广，精准满足市场需求。

品类需求增长模型 (YOY)



近两年天猫运动户外羽绒服品类社媒热度走势

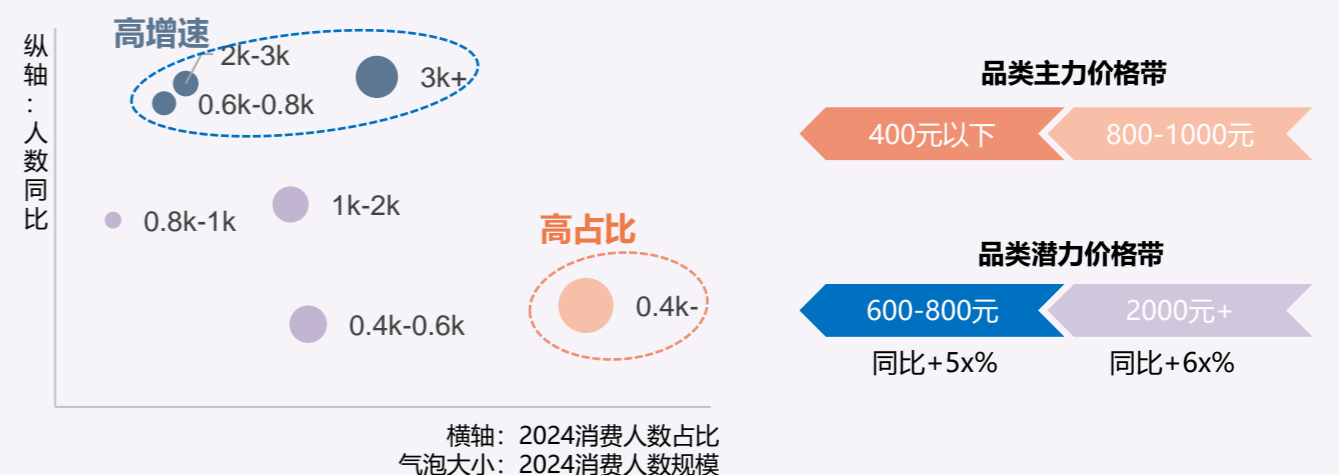


数据来源：阿里消费洞察，智篆GI

运动羽绒服品类低价位段持续供给，高端市场蕴含蓝海契机

羽绒服价格带因材质与填充量有所差异，消费者集中购买0-400元（偏轻量）产品，近一年运动羽绒服呈现消费升级趋势，高价羽绒服通过功能科技模块升级，全方位满足消费者品质需求，高增长的价格带在600-800元（偏轻量）与2000元+区间。

近两年天猫运动户外羽绒服品类价格机会



横轴：2024消费人数占比
气泡大小：2024消费人数规模

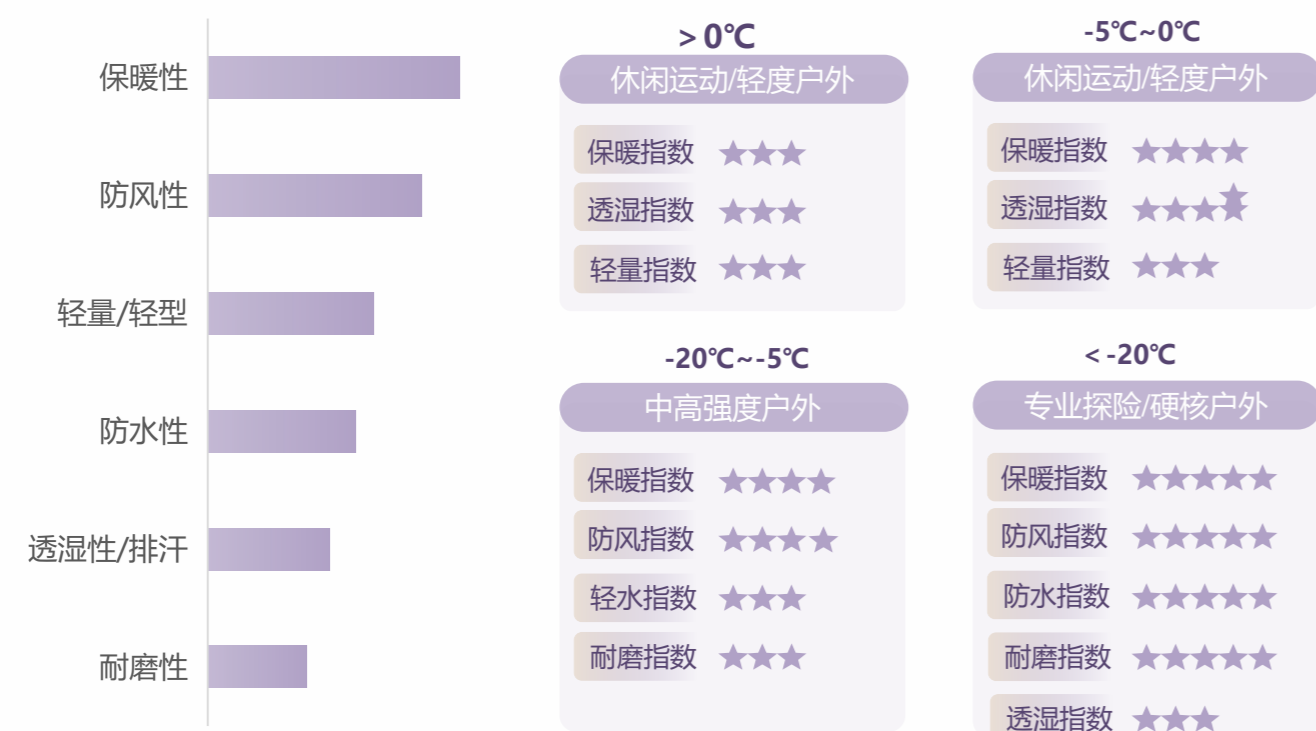
数据来源：阿里消费洞察

平台推出羽绒服六边形专业标准，基于温度细分提供选购建议

随着消费者对运动羽绒服需求的日益多样化，淘宝天猫平台创新性的推出羽绒服六边形专业标准，重塑羽绒服功能价值体系，建立羽绒服功能价值壁垒；更有利于消费者选择符合不同气温需求的功能属性产品。



消费者在判断运动羽绒服性能的指标



数据来源：TMIC问卷调研，N=980

头部商家通过优质填充物与科技的双重结合大力提升羽绒服保暖性



创立于1991年，是一家专门从事设计、生产、销售运动鞋服、配饰等运动装备的综合性、多品牌的体育用品集团，将超越自我的体育精神融入每个人的生活，安踏作为中国奥委会合作伙伴，累计为28支国家队打造装备，科技助力运动服装。

代表商品 安踏羽绒服

安踏自研三层聚暖系统+优质填充物——

- 外层防护科技+发热科技：防泼水、防油、防污、防风，有效抵挡雨雪浸湿，延长羽绒保暖周期。
- 安踏自研自研蓄热温升纱线，远红外保暖，纱线中的粉体可吸收远红外线产生热能发热；
- 中层：填充精选优质鸭绒，蓬松度600+。
- 内层：国家队炽热科技，内层科技印花将人体散发的热量再返还给人体，循环保暖，达到从里层热到外层的循环保暖效果。



波司登创始于1976年，专注羽绒服48年，是国内兼具大规模及先进生产设备的品牌羽绒服生产商。主要从事自有羽绒服品牌的开发和管理，包括产品的研究、设计、开发、原材料采购、外包生产及市场营销和销售。波司登羽绒服畅销美国、法国、意大利等72个国家，全球超2亿人次在穿。

代表商品 太空系列羽绒服

科技显性标识，时尚经典廓形，打造未来科技风；采用抗静电黑科技超轻面料，内里银离子蓄热里布，反光材料彰显科技感。



时尚运动系列羽绒服

680+品质羽绒蓄热保暖，90%绒子含量，700+清洁度，符合国标双重标准认证；多种配色图案设计，新年联名款打造话题热度，展现国风美学。



冲锋衣

运动户外羽绒服

运动卫衣

运动鞋

不同衣长下的版型偏好差异化

运动羽绒服消费者愈发关注潮流设计，追求穿着场景的多样性，期望羽绒服不仅能在专业运动场景中展现功能性，也能够融入都市时尚潮流。



消费者潮流关注度 ★★★★★ 分数: 4.36

潮流属性关注点



运动羽绒服消费者版型*衣长偏好及代表商品

直身版型*中长款
(21%)



FILA

修身/收腰版型*中长款
(16%)



波司登

A字版型*中长款
(8%)



波司登

数据来源: 阿里消费洞察、TMIC问卷调研, N=980

注重整体配色以及流行设计元素

运动羽绒服消费者偏好有所差异，18-29岁偏好平衡中性色系，熟龄更喜多彩色系；在设计元素上，渐变色、吸睛的拼色/撞色设计、扎染/墨染等更能展现个人风格与品味。

运动羽绒服消费者整体色彩偏好及代表商品

18-29岁偏好

平衡中性色系



Asics

30-39岁偏好

活泼中间调



波司登

40-49岁偏好

大地中间调



Lululemon

运动羽绒服消费者配色设计偏好及代表商品

TOP1 58%
渐变色



波司登

TOP2 33%
吸睛的拼色/撞色设计



Adidas

TOP3 25%
扎染/墨染等



The North Face

TOP4 21%
金属光泽



波司登

数据来源: 阿里消费洞察、TMIC问卷调研, N=980

冲锋衣

运动户外羽绒服

运动卫衣

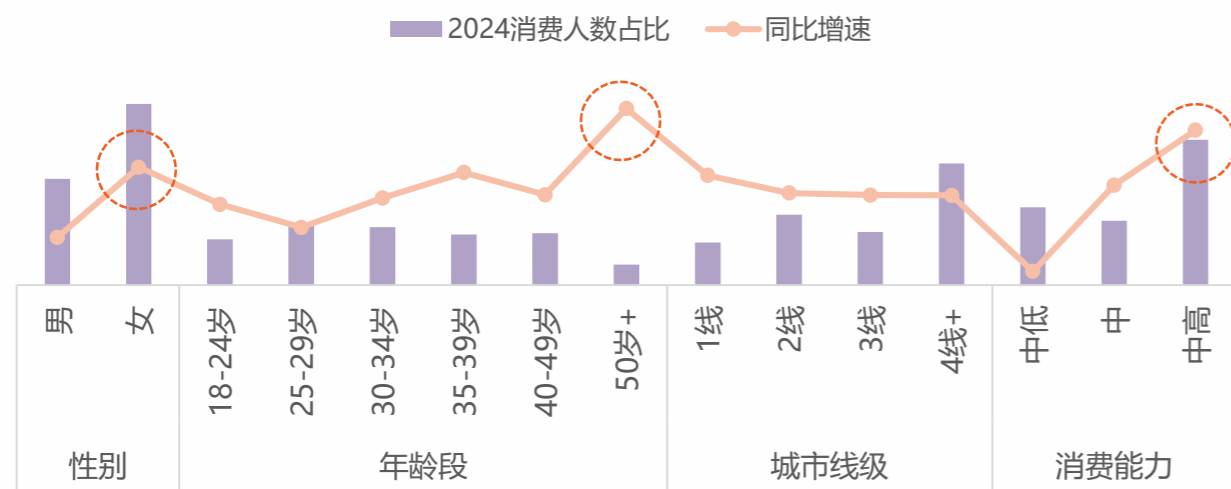
运动鞋

运动卫衣女性群体增长发力，驾驭徒步、网球等多场景

女性群体增长显著，追求品质化进阶

近一年运动卫衣女性的消费人数有显著增长，同时熟龄群体规模也有一定扩张，多方追求高价值的品质进阶。

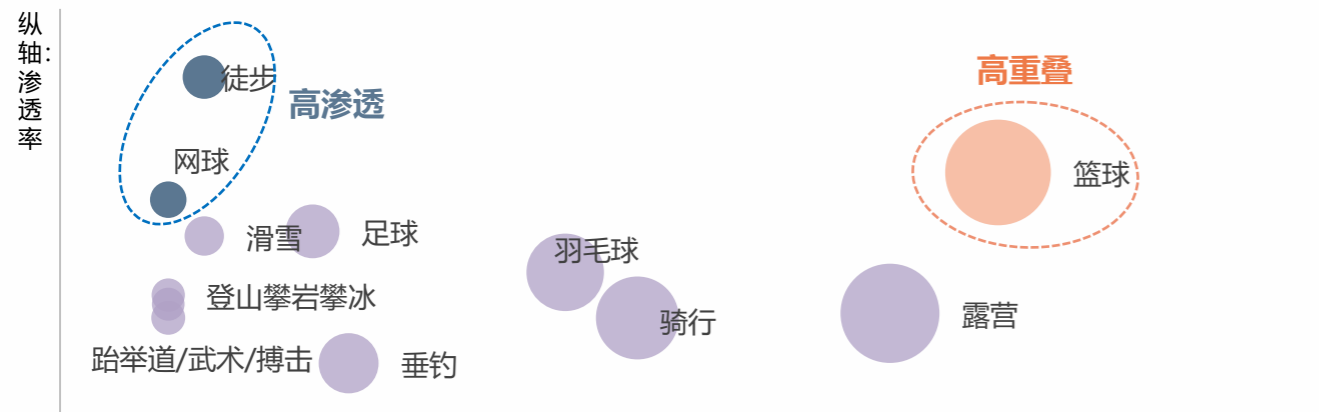
近两年天猫运动卫衣品类下的人群画像变化



运动卫衣驾驭多场景，以篮球、徒步和网球为趋势

运动卫衣成为运动爱好者在诸多场景的穿搭选择，如篮球场上挥洒汗水、徒步旅行中探索位置或是网球场上奋力拼搏，运动卫衣都能满足消费者舒适与时尚的需求。

近两年天猫运动卫衣品类下的穿着场景偏好



重叠率=购买运动卫衣且购买某场景用品的人数/购买运动卫衣的总人数*100%
渗透率=购买运动卫衣且购买某场景用品的人数/购买某场景用品的总人数*100%

数据来源：阿里消费洞察

运动卫衣的消费需求前置，中高价位段有进入机会

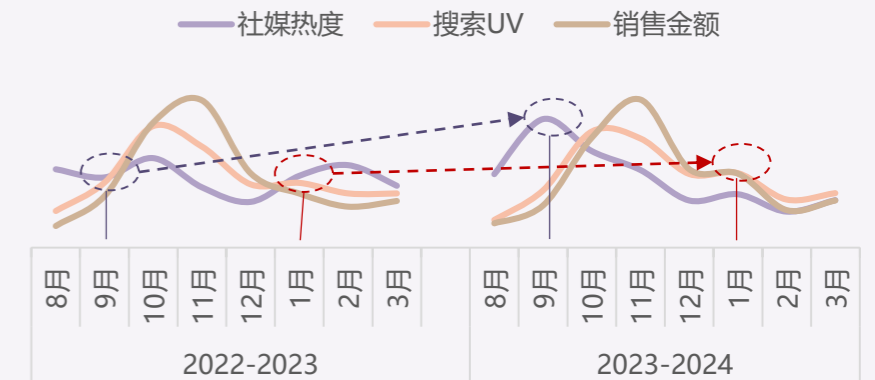
品类的秋冬关注热度整体前移，年初可见早春需求抬头

运动卫衣的品类趋势整体前移，秋冬的讨论热度较上一年提前，且次年1月的成交出现次高峰，消费者的早春需求也有所前置。

品类需求增长模型 (YOY)



近两年运动卫衣社媒热度走势

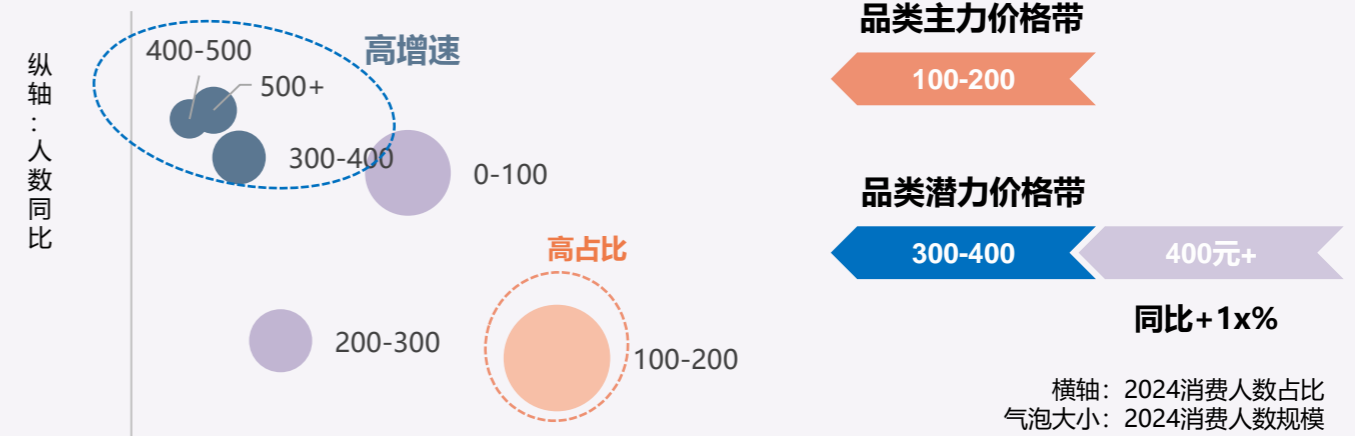


数据来源：阿里消费洞察，智篆GI

运动卫衣的300元+中高价位区间有进入机会

运动卫衣单价成增长趋势，300+区间增长迅速，消费者对中高端运动卫衣的需求正在不断增加；品牌需提供独特的设计、高品质的面料和卓越的穿着体验，以满足消费者日益变化的需求。

近两年秋冬运动卫衣品类价格机会



横轴：2024消费人数占比
气泡大小：2024消费人数规模

数据来源：阿里消费洞察

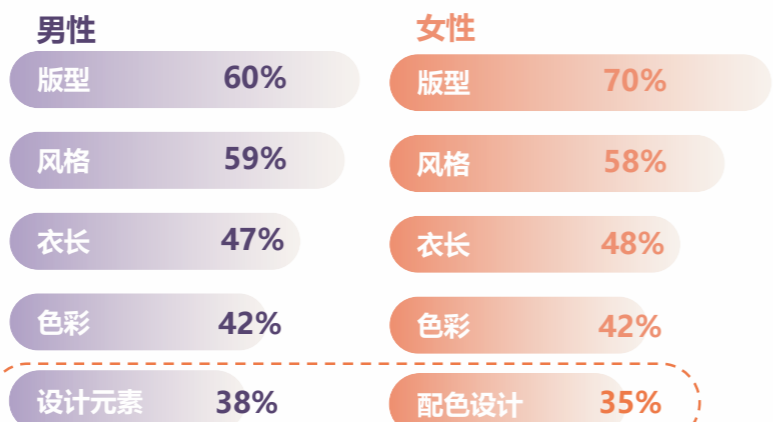
版型与风格影响运动卫衣消费者决策

运动卫衣消费者关注版型，追求合身又符合个人风格的剪裁，同时注重风格能否展现个性与时尚感。对男女关注点的差异而言，男性更加关注卫衣中的设计元素，女性则更加关注色彩搭配。



消费者潮流关注度 ★★★★★ 分数：4.25

潮流属性关注点



男女关注点显著差异

运动卫衣消费者版型偏好及代表商品

男性偏好



女性偏好



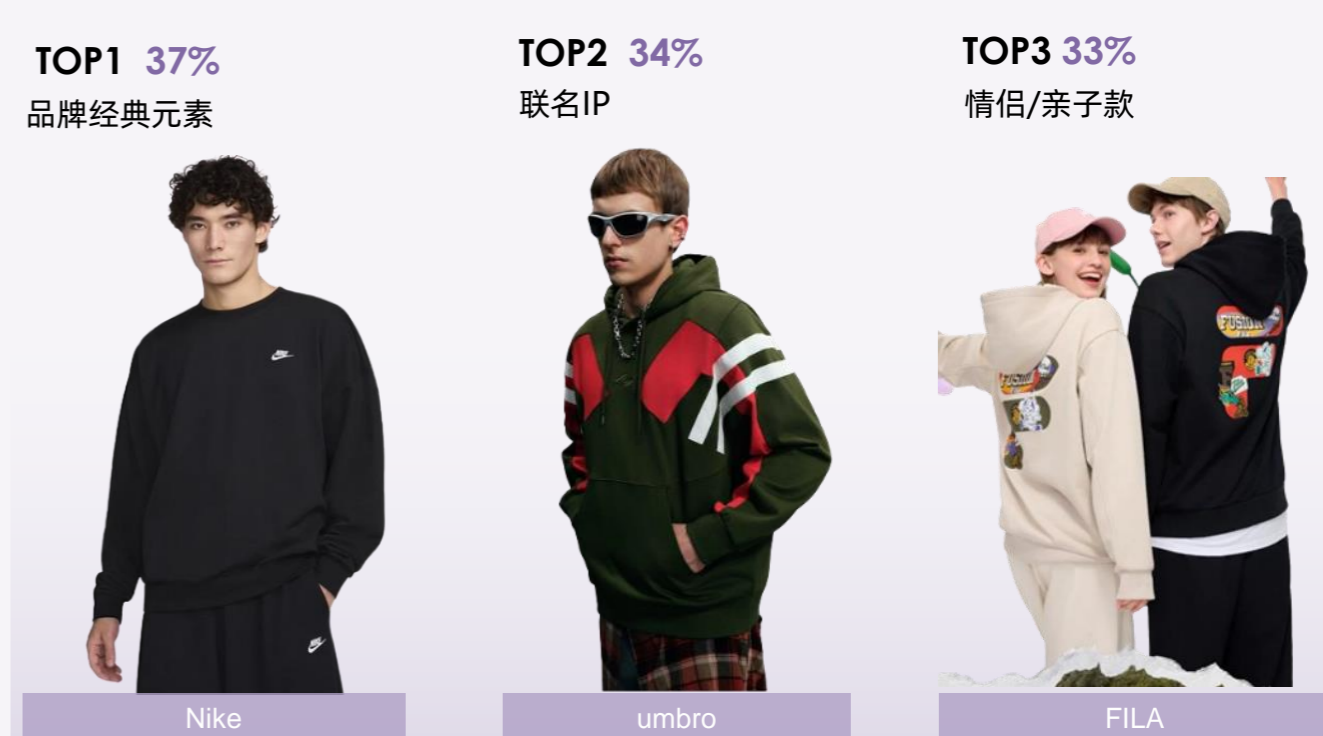
注重整体配色以及流行设计元素

女性运动卫衣消费者偏爱色彩平衡，钟爱色彩的和谐搭配；对于男性消费者而言，在设计元素上，喜欢能够满足搭配需求与情感共鸣，如情侣/亲子款、联名IP或是经典元素。

女性消费者对运动卫衣配色设计偏好及代表商品



男性消费者对运动卫衣设计元素偏好及代表商品



数据来源：阿里消费洞察、TMIC问卷调研，N=575

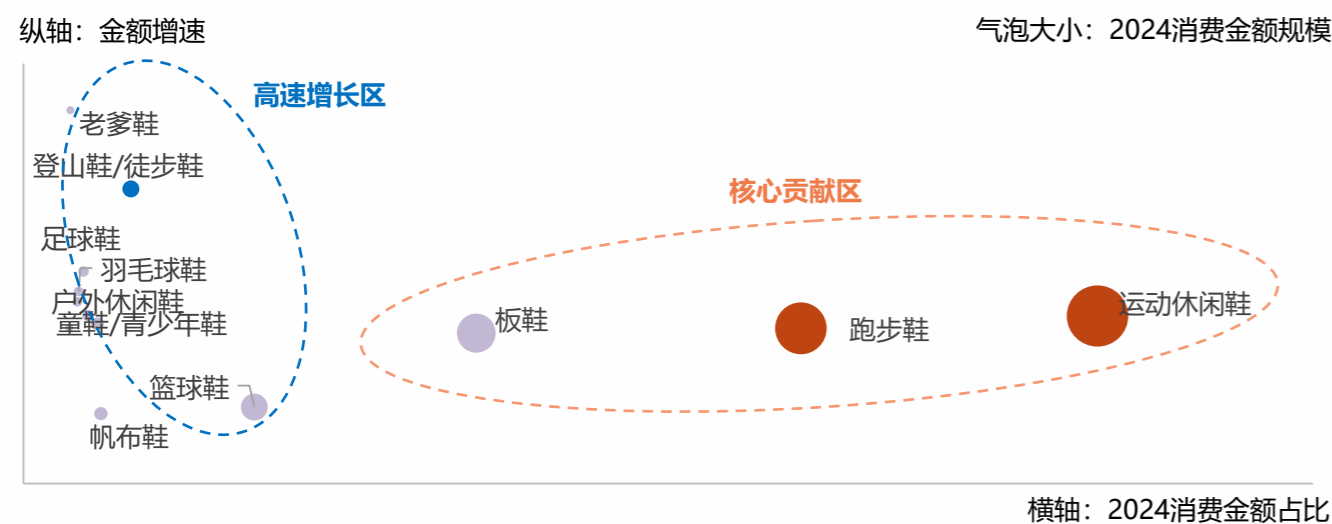
数据来源：阿里消费洞察、TMIC问卷调研，N=980

运动休闲鞋、跑步鞋“买得更频繁更贵”，登山鞋新客大量涌入

运动休闲鞋、跑步鞋份额领跑整体，长尾品类中登山鞋潜力爆发

运动休闲鞋、跑步鞋作为适用多元运动户外场景下的运动鞋品类，近两年始终保持核心的市场消费贡献，并稳步增长；在长尾的运动鞋品类中，登山鞋/徒步鞋的增长强劲。

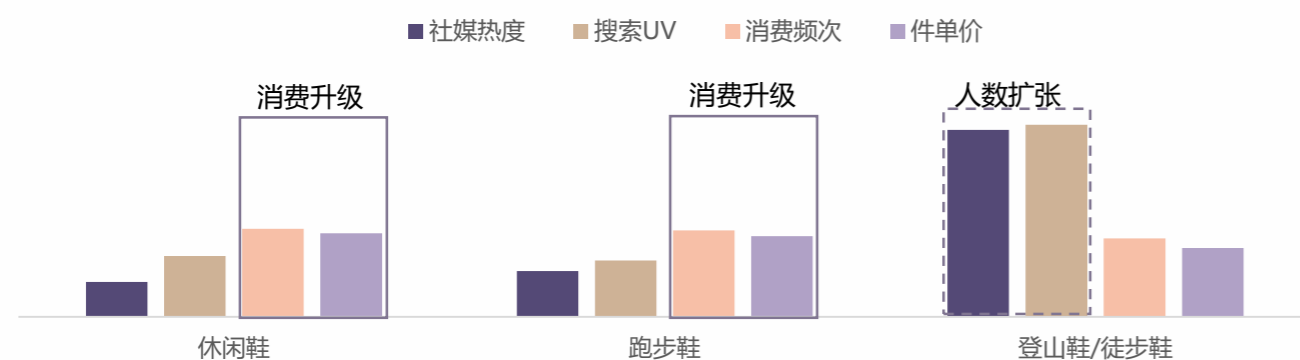
近两年天猫运动鞋各叶子类目的消费趋势



运动休闲鞋、跑步鞋迎来消费升级；登山鞋显现蓝海扩张趋势

运动休闲鞋、跑步鞋主要由件单价和人均消费频次的增长驱动，消费者为购入更多元的款式加大投入；登山鞋/徒步鞋近两年的关注热度大大提升，带动大量兴趣新客涌入消费。

近两年天猫趋势运动鞋类的需求增长模型 (YOY)



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI

运动休闲鞋、跑步鞋向中高价位发力，年轻群体成登山鞋中坚力量

运动休闲鞋、跑步鞋的价格带趋势接近，纷纷集中500元+区间升级

运动鞋核心价位段聚焦在200元以下性价比区间，满足大众消费者基本需求；近一年随着消费者购买力提升与消费观念转变，500元+区间呈现出快速增长趋势。

近两年天猫趋势运动鞋品类价格机会

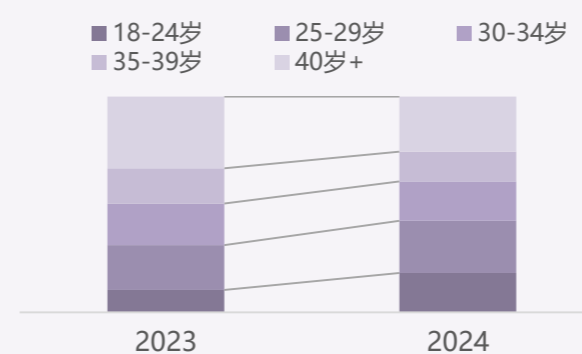


数据来源：阿里消费洞察，智篆GI；主力价格为购买人数占比高区间，潜力价格为购买人数增速TOP区间

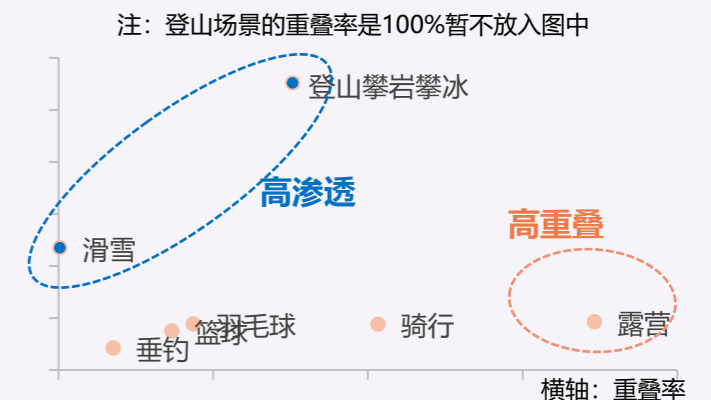
18-29岁年轻群体聚焦登山鞋，露营、滑雪、登山为核心场景

登山/徒步在年轻群体当中的关注度日益提升，对比近两年的消费者结构，18-29岁的消费人数翻倍式增长，其中大多是露营、登山、滑雪等热门户外活动的爱好者。

近两年天猫登山鞋的购买人群基础画像



近两年天猫登山鞋消费者的穿着场景偏好



数据来源：阿里消费洞察

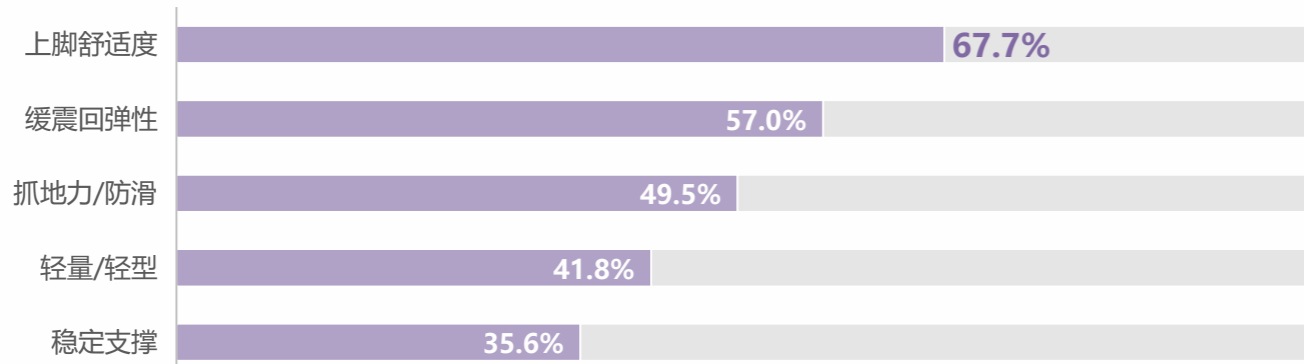
各类运动鞋性能以舒适度为先，登山鞋尤其强调抓地力

休闲鞋、跑步鞋与登山鞋消费者均追求舒适度，但在不同活动场景，其功能需求各有侧重：休闲鞋注重日常行走的弹力舒适与轻便性；跑步鞋则专为运动设计，强调缓震回弹与防滑；而登山鞋则针对户外探险，强调抓地力、舒适与稳定支撑性。

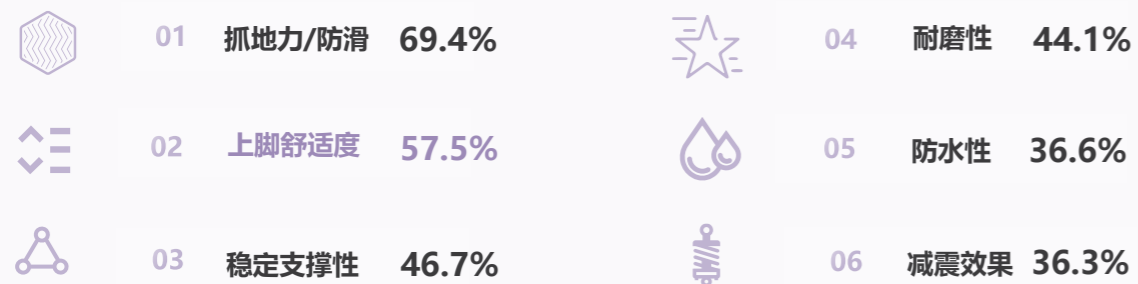
运动休闲鞋消费者功能属性偏好



跑步鞋消费者功能属性偏好



登山鞋/徒步鞋消费者功能属性偏好



数据来源：TMIC问卷调研，N=980

商家踊跃自研运动鞋缓震技术，不断开发新款鞋型，使产品兼具舒适度与潮流感

代表品牌



New Balance, 1906年创立于美国波士顿，享誉全球的传奇跑鞋品牌，永远鼓励人们秉承着“无畏与独立思考”的精神，勇于打破常规，不断挑战自我，坚定向前。



解构风老爹鞋1906AD

1906系列是New Balance“性能跑鞋”产品代表之一，配备双缓震系统、混合材料鞋面及抗磨损橡胶外底，全面提升产品的抓地力和舒适度。1906AD采用解构主义设计的鞋面，搭配质感白灰配色，再现千禧复古美学。



WRPD Runner老爹鞋

秀场同款WRPD Runner系列创新诠释质感美学新表达。采用极简考究的流线型设计、融合轻量化FuelCell中底技术，打造鲜明的雕塑感轮廓，营造舒适脚感，实现运动时尚的完美平衡。



冲锋衣

运动户外羽绒服

运动卫衣

运动鞋

04

预见·风格主题迭起

秋冬运动户外五大趋势主题发布



2024秋冬运动户外五大趋势主题

2024秋冬运动户外 圈层 x 趋势主题 半径矩阵

用户不同的生活背景与圈层之间交织出风格迥异的穿搭思路，或是追求视觉冲击、或是追求舒适松弛。结合当下的社会热点、生活方式与穿搭理念，总结出运动户外圈层下的五大趋势主题，解读其背后的人群与话题，前瞻24秋冬的商品趋势词。



五大趋势主题总结



多彩山野

关键人群：
滑雪、精致露营、公路竞技

机会品类：
防暴风雨运动外套、滑雪服、登山鞋



新派复古

关键人群：
健身入门、篮球潮流、行业先锋/潮流先锋

机会品类：
运动连衣裙、运动Polo衫、运动网球鞋



未来机能

关键人群：
公路竞技、跑步、精致露营

机会品类：
全天候速干裤、无缝针织骑行训练上衣、防风雨骑行衫、骑行马甲



街头俱乐部

关键人群：
跑步、篮球、潮流

机会品类：
运动T恤裤子套装、运动夹克、足球服运动鞋



柔和实用

关键人群：
健身高阶、滑雪专业、越野跑

机会品类：
触感半拉链健身衣、运动内衣、跑步鞋

趋势主题 | 01



多彩山野

植物系元素激发情绪能量，鼓励人们拥抱并赞颂大自然的力量，运用色彩注入活力，助力自我疗愈，追逐放松心灵的户外活动。

生活场景

消费者生活方式:

现代消费者越来越偏爱亲近自然的生活方式，积极参与远足、攀岩、野营、山地骑行等户外探险运动，挑战自我探索未知。

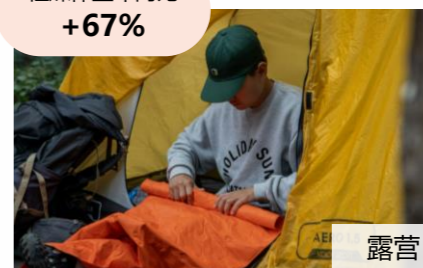
审美偏好:

他们喜欢用色彩和植物元素装点生活，从家居到穿搭都展现出对自然的热爱，不仅美化生活，还为内心注入宁静与活力。

社媒年互动量
3400万+



社媒体量年同比
+67%



社媒年体量
5800万+



行业关键圈层人群

专业人群为主:



滑雪专业+入门



精致露营



公路竞技

热点风格

从自然植物中获取灵感，将和植物有关的色彩、材质和元素融入穿搭中，打造出舒适又充满生命力的穿着

#植物系
社媒互动量74万+

#游牧风
社媒互动量60万+



#多巴胺
社媒互动量522万+



#山系
社媒互动量34万+



预测周期 (2024年秋-2025春)

品类消费矩阵

近两年 天猫运动户外市场 多彩山野主题下的品类消费矩阵



关键元素

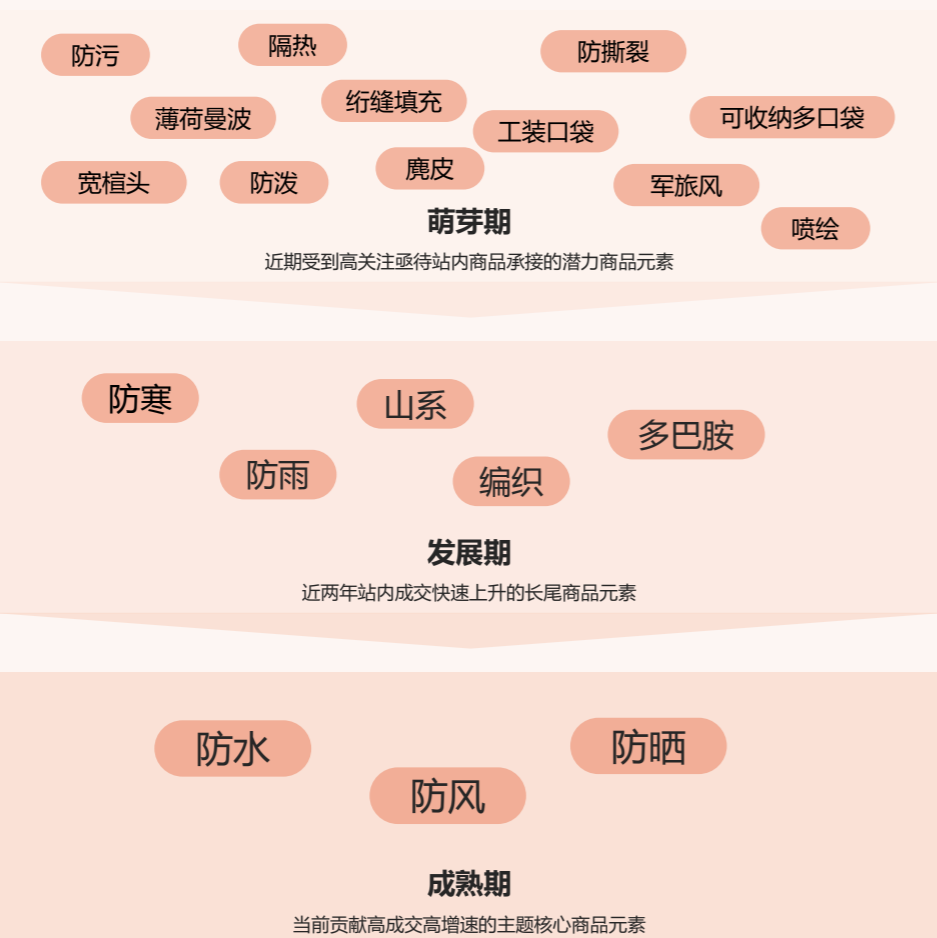
搜索 Top10

- 1 防风
- 2 防水
- 3 防晒
- 4 防寒
- 5 防雨
- 6 迷彩
- 7 手工
- 8 编织
- 9 可收纳多口袋
- 10 植物染

重性能 —— 重颜值

元素生命周期

防风防水已成为基础需求，探险服饰需要功能提升与设计升级



数据来源：阿里消费洞察

趋势品类

防暴风雨运动外套



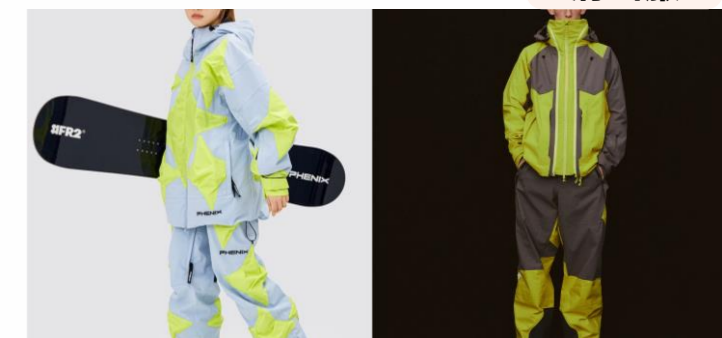
图片来源：Goldwin, WGSN

服装需要有更高的防护等级，适应消费者探险时遇到的极端的气候模式

设计升级建议：

- 选择环保耐久防水涂层和防水防风材质
- 添加内部调节扣、防水拉链、易抓拉链头和扣合等细节
- 升级耐用性（吸引追求耐穿性和转售保值性的消费者）

滑雪服



图片来源：BOGNER, DESCENTE

Snowcore雪系穿搭的核心在于兼顾滑雪服的功能性，并融入时髦元素

设计升级建议：

- 用少量高对比度亮色打造撞色效果
- 使用防水胶条或无缝工艺，兼具防水性和美观

登山鞋



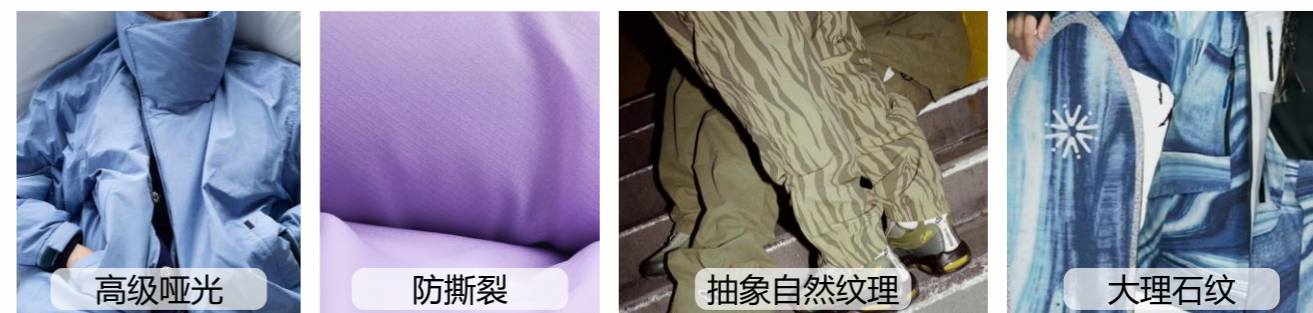
图片来源：White Mountaineering, The North Face, WGSN

登山运动鞋将在2024-25秋冬慢速增长，且是跨季系列的关键单品

上新建议：

- 早秋 [登山季]
- 早春 [春节季]：在消费者假期选购新品时推出亮眼配色的产品

趋势元素





色彩搭配指南

龙胆蓝	杏柠檬
光感绿	灯塔橙
鲜艳蔚蓝	矢车菊蓝

色彩要点:

数字与现实生活之间的界限愈发模糊，加剧了数字化美学的影响。饱和的高能色调与这些发展相呼应，尽显大胆与个性。

应用建议:

光感绿作为纯色可与灯塔橙、光学白和黑色形成强烈撞色。该调色板适合雪上运动款型、野外耐力产品、醒目运动鞋和生活风尚单品。



KAILAS凯乐石源自中国西藏冈仁波齐山。作为专业登山品牌，致力推动登山及探险运动发展，为运动员及专业爱好者提供高性能的户外装备，满足用户在极限环境下，对于安全舒适的需求。



MONT X全天候硬壳冲锋衣
中国山地配色，GORE-TEX暴雨防水防风，透气耐磨，性能综合，为恶劣环境下的高山活动提供专业防护。

MONT X-PRO全天候硬壳冲锋衣
GORE-TEX轻量防水全能硬壳，迭代升级，以更卓越的性能表现满足在户外探险中对防护性、轻量性和功能性的需求。

MT5-3 登山徒步鞋
超强抓地力，防水防滑，稳走长距离，适合中高海拔登山/多日重装徒步。

百年高端运动时尚品牌 FILA斐乐创建于1911年意大利 Biella 小镇，是FILA斐乐兄弟创立的一家纺织和针织的服装企业。定位于高级运动时装，FILA斐乐中国秉承“make performance beautiful”的品牌理念，颠覆传统运动形象，以意式优雅风格传递百年不变的热情与活力。



内里面料：
POLARTEC摇粒面料，保暖性强

外层面料：
CORDURA高性能面料，耐磨性强；
GORE-TEX面料，顶级防风防水透气；
EcoFi Cycle回收纱线面料，环境友好。

模块化细节：
大拉链口袋；三角户外扣；收纳便携；
马蹄袖、可松紧帽檐、腋下鱼鳃式透气处理等

Y字版型，更时尚修身

全系列颜色灵感来源于BBC Earth记录下的自然中的色彩：夕阳橙、草原绿、沙漠黄等

FILA | BBC Earth联名系列多彩山系冲锋衣
防风/防水/透气透湿/超级轻量化
FILA与BBC Earth联名，以塞伦盖蒂草原上生机勃勃的生灵万物为灵感，通过栖息动植物及景观的图案、环保材料使用，打造高品质的轻量户外冲锋衣。

趋势主题

02



新派复古

通过融合复古与现代的审美风格，在日常生活中不受季节限制自如地切换于运动场与社交场合之间，尽显活力与优雅

生活场景

消费者生活方式:

受新城市运动风潮影响，courtcore等复古运动美学在中国年轻群体中迅速兴起，成为他们生活方式和审美偏好的体现。

审美偏好:

这种审美偏好是他们在快节奏城市生活中对运动与休闲的独特理解，也是融合复古与现代的运动美学体现。

社媒年体量
603万



高尔夫

社媒体量年同比
+54%



羽毛球

社媒周期互动量
+137%



网球

行业关键圈层人群

城市泛人群:



健身入门



篮球潮流



行业先锋/潮流先锋

热点风格

融合了贵族网球文化和复古时尚，将奢华感与运动风完美结合。最具代表性的单品莫过于polo衫和网球裙，搭配棒球帽或草帽，既有运动的活力，又保留了复古感，增添休闲贵族气质。

#网球风
社媒互动量24万+

#老钱穿搭
社媒互动量767万+

#学院风
社媒互动量2518万+

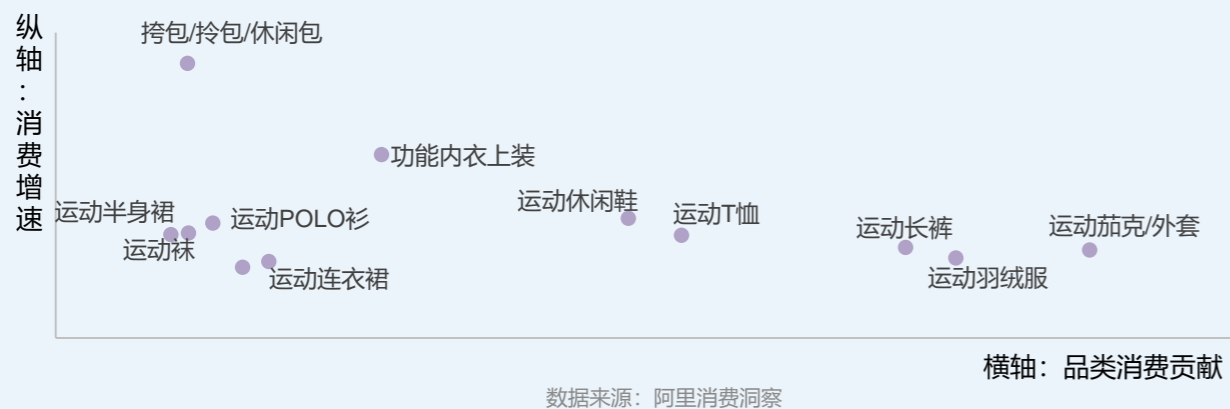
#美拉德
社媒互动量6907万+



预测周期 (2024年秋-2025春)

品类消费矩阵

近两年 天猫运动户外市场 新派复古主题下的品类消费趋势



关键元素

在运动基础功能上结合**复古风格元素**和**版型**打造考究运动单品

搜索 Top10

- 修身
- 美拉德
- 学院风
- 蕾丝
- 叠穿
- 美丽奴羊毛
- 法式复古
- 优雅
- 网球风
- 羊毛混纺

元素生命周期



数据来源：阿里消费洞察

代表品牌



Nike成立于1972年，总部位于美国俄勒冈州，是全球著名的体育用品制造商，旗下产品丰富，涵盖篮球、跑步、训练、运动休闲等多个品类。正如Nike创始人之一比尔·鲍尔曼所说——“如果你有身体，你就是运动员”，Nike品牌一直将激励全世界的每一位运动员，带给他们灵感和创新，为其献上最好的产品视为光荣的任务。其产品采用高端的材质和精湛的工艺打造而成，深受大众喜爱。

Nike Windrunner 风行者系列

郑钦文同款耐克风行者系列从80年代元年款Windrunner中汲取灵感，以**新姿态诠释经典**。赛场街头，随意搭配，轻松穿出自在气场。



Nike Court 百褶网球裙

“Tenniscore”自然少不了灵魂单品网球裙。从“纯白温网美学”到“浪漫巴黎奥运紫”，轻盈褶裥随身子轻盈摇曳，尽显灵动飘逸。



Nike Killshot 2 复古板鞋

Nike Killshot 2从Nike元年款网球鞋中汲取灵感，**翻毛皮、顺滑皮革**等材质混搭，结合天然橡胶鞋底，**复古风格拉满**。



新派复古关键造型

V领针织套头衫+卫裤



校队运动夹克+同配色棒球帽



代表品牌



李宁公司是由“体操王子”李宁先生在1990年创立的专业体育品牌公司。李宁公司以“用运动燃烧激情”为使命，秉承“赢得梦想”、“消费者导向”、“我们文化”及“突破”的品牌核心价值观。李宁致力于成为源自中国并被世界认可的，具有时尚性的国际一流专业运动品牌。

李宁运动外套

采用防泼水科技形成拒水表层，以撞色分割结构设计，完美融合复古风格，打造年轻人运动风衣穿搭范式。



李宁经典美式棒球服
结合当下流行城市新运动风格，
采用空气层面料更轻盈挺阔
尽展年轻多元活力。



李宁美式卫衣

精编抓绒质感面料抵御严寒，
复古怀旧式印花元素，结合创
意撞色设计，轻松打造学院风。



趋势品类

运动连衣裙

秋
春
夏



图片来源: The Upside



运动连衣裙是板球类球场上的必备，采用优质面料和柔美廓形，为25春推出穿着更舒适、剪裁更精致的款式，打造可穿梭在四季的灵动百褶裙。

设计升级建议:

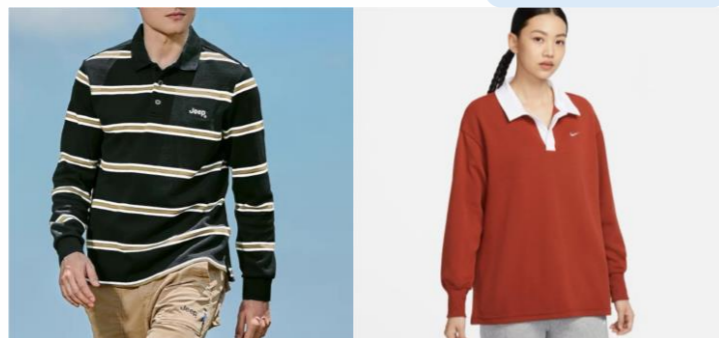
- 坦克背心设计搭配修身裙摆，打造新女性气质运动单品
- 采用气候适应性科技面料，以应对日晒高温、潮湿和暴雨等极端环境
- 学院风细节增添运动风美学

运动Polo衫

Polo衫既是春夏，也是秋冬的关键单品，目前该款式呈现缓慢增长的趋势

设计升级建议:

- 更新纹理和触感材质，选择带有抗菌特点的成分（如石墨烯、银离子等）



图片来源: Jeep, Nike

复古网球鞋



图片来源: mjumi x New Balance, Ecoalf, WGSN



随着低调奢华趋势进一步发展，经典的网球鞋处于缓慢增长期，仍然是24秋冬到25春的关键单品。

设计升级建议:

- 迎合灵活应变的生活方式，设计易于穿脱的款式
- 参考70年代复古趋势

趋势元素



网眼针织



无缝线处理



字母嵌花



石洗/砂磨表面

色彩搭配指南

冷调抹茶色	宁静蓝
坚果壳棕	未来暮色
优雅深红色	花粉黄
青蓝潮汐	神秘绿

色彩要点:

消费者需要运动和社交皆宜的怀旧风服装，复古风格和色彩必将持续吸引市场目光。

应用建议:

除了使用优雅深红色搭配未来暮色和花粉黄的经典复古色外，更新这一长期主题时，采用坚果壳棕和冷调抹茶色，以此打造精致考究的运动风造型。

代表品牌



PUMA 1948年成立于德国，全球知名运动品牌，秉承着“Forever. Faster.”的品牌理念，致力于用胆色、自信、坚定和痛快的价值理念影响体育行业与街头时尚文化。

Speedcat OG赛车风薄底鞋

Speedcat 最初为F1大奖赛而设计，并在历史长河中熠熠生辉。PUMA重新复刻推出全新Speedcat OG鞋款，荣耀追逐领奖台传奇，开创薄底鞋先锋趋势



Palermo Vintage复古德训鞋

PUMA 全球品牌代言人ROSÉ朴彩英同款复古的撞色设计，鞋面融合了磨毛皮革与织物材质。经典T字鞋头展现经典运动基因，日常可搭配性强，轻松搭出复古运动范。



趋势主题 03



未来机能

未来机能风格的户外主题融合了科技与自然，展现了高效能、数字和未来主义极简美学的完美结合。

生活场景

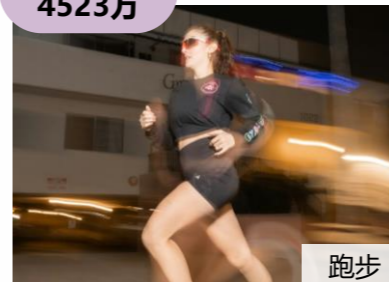
消费者生活方式:

对于参加专业跑步、骑行等高强度运动的消费者来说，他们追求科技与自然的融合，更强调功能性装备的高性能及耐用性，以应对户外运动中的各种挑战。

审美偏好:

受星际探索、元宇宙旅行、Y2K千禧风亚文化和夜生活兴起的启发，消费者的审美开始向充满视觉冲击力的神秘幽暗主题倾斜。

社媒年体量
4523万



跑步

社媒体量年同比
+38%



骑行

社媒年体量
7635万+



Citywalk日常出行

行业关键圈层人群

户外越野:



公路竞技



跑步



精致露营

热点风格

#未来风
社媒互动量26万+



#暗黑风
社媒互动量25万+



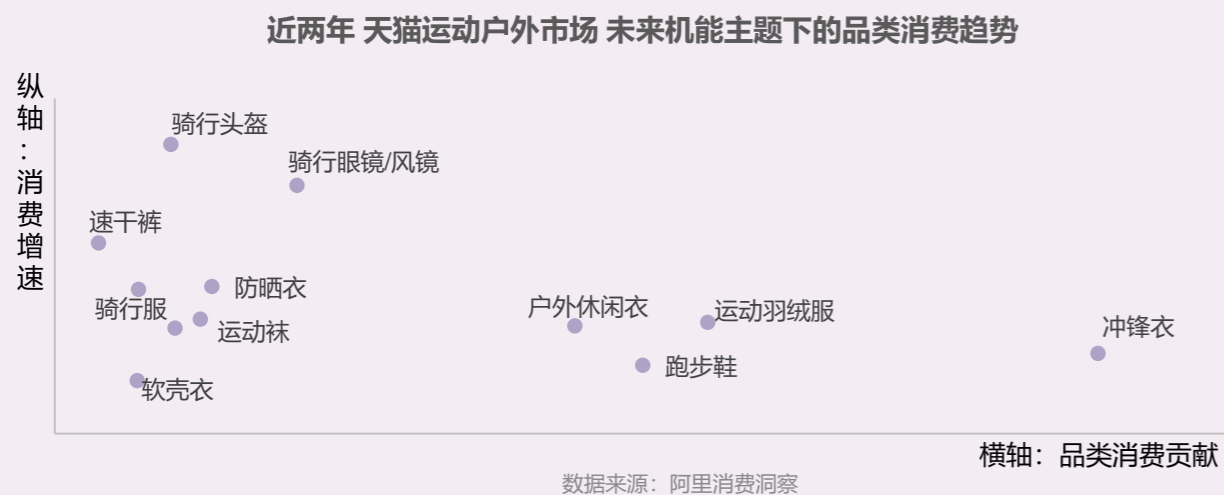
#城市机能
社媒互动量212万+



将简洁的都市现代感与机能服装相结合，让始于实用功能的设计，以一种充满装备感、科技感的装饰形式融入休闲服装。

预测周期 (2024年秋-2025春)

品类消费矩阵



趋势品类

全天候速干裤



图片来源：@runjanji, WGSN

全天候速干裤由冬季紧身裤演化而来，兼具防护和保暖功能，适合冬季的户外训练和户外探索

设计升级建议：

- 打造便于活动的锥形裤版型
- 使用有耐磨、透气、防水、四向弹力等特质的材料
- 在较脆弱易损的部位使用耐磨材质
- 口袋&反光细节

消费者渴望舒适、性能良好、款式醒目的产品，可以在骑行、健身等不同的训练场景中使用

设计升级建议：

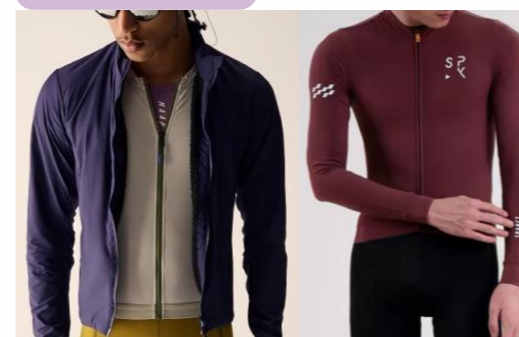
- 修身无缝针织富有触感，便于活动又具有设计感

无缝针织骑行训练上衣



图片来源：WGSN, DESCENTE, Nike

防风雨骑行衫



图片来源：MAAP, SPAKCT

在传统骑行衫的基础上，这款四季皆宜的外套采用了全新版型及面料。融合了传统骑行元素和户外实用风格，便于穿着者在冬季开展短途冒险骑行或周末旅行。

设计升级建议：

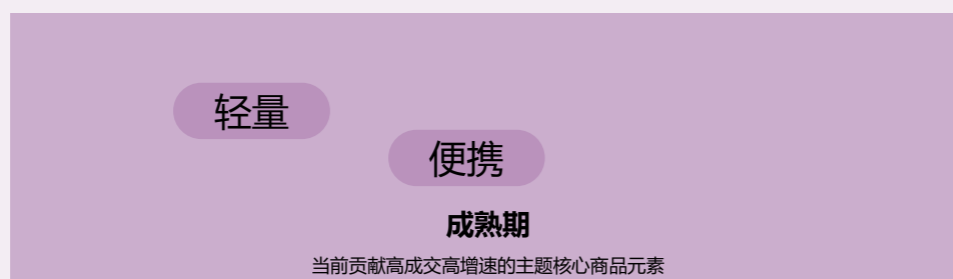
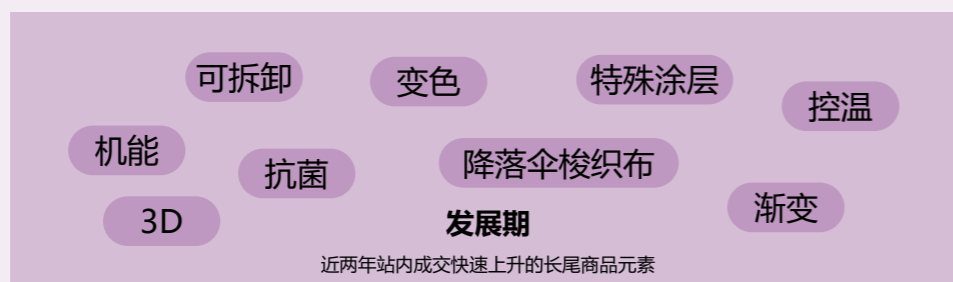
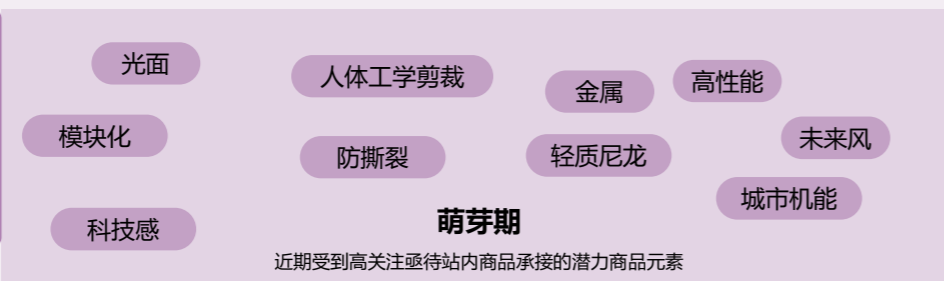
- 选择防风雨的耐磨织物，应对多变天气
- 春夏款使用速干、防晒材质

关键元素

搜索 Top10

- 1 轻量
- 2 便携
- 3 可拆卸
- 4 荧光
- 5 特殊涂层
- 6 抗菌
- 7 变色
- 8 机能
- 9 渐变
- 10 控温

元素生命周期



数据来源：阿里消费洞察



骑行马甲

马甲是户外市场中的关键层搭单品，能在骑行时很好地调节温度。

设计升级建议：

- 推出短款和长款设计，丰富款式类型
- 秋冬使用保暖材质，春夏使用透气材质
- 模块化口袋便于携带水、蛋白棒等补给物品

图片来源：WGSN, MAAP, Once Upon A Ride

未来风跑步鞋



图片来源: adidas

从跑步到日常穿着，适用于不同场合的运动鞋备受青睐，兼顾性能表现和休闲穿搭的产品将继续流行

设计升级建议：

- 采用性能材质面料如网眼布和防撕裂尼龙，搭配高光皮革或皮革替代品
- 使用工业风银色搭配暗彩色，增添未来感
- 添加夸张压花细节，或采用反光饰边

机能感无鞋带结构结合弹性鞋面方便穿脱，可以利用不同材质的鞋底打造不同功能用途。

设计升级建议：

- 加入防撕裂工艺，增加耐用性
- 选择防滑和螺纹鞋底，并考虑采用对比鲜明的鞋底来增加新颖性



图片来源: WGSN, norda run, Oakley

机能一脚蹬

趋势元素



机能辅料

金属光泽

精良针织拼接

机能纹理

同色系羽绒服+卫衣叠穿

机能风马甲+黑色卫衣套装



图片来源: Stone Island, Jimmy, NOTHOMME

色彩搭配指南

黑色	午夜梅子色
菖蒲紫	温暖琥珀色
石墨灰	清新薄荷

色彩要点：

受太空探索、元宇宙旅行、地下亚文化兴起的启发，加之人们对人类情感中较黑暗、较具挑战性的方面愈发产生共鸣，浓郁暗色系也将回归。

应用建议：

主打以奇幻、太空和避世为灵感的深沉暗色。午夜梅子色与菖蒲紫、黑色和石墨灰的搭配适用于外套和训练装备，温暖琥珀色和新鲜薄荷能增添一抹鲜活。

未来机能关键造型



趋势主题 04



街头俱乐部

球类美学为街头混搭注入活力，带来全新的运动俱乐部风潮。

生活场景

消费者生活方式:

随着欧洲杯、世界杯等大型体育赛事的到来，足球运动的关注度大幅提升，球场时尚也随之在现代消费者生活中占据了重要地位。

审美偏好:

#SoccerScene足球文化衬衫从T台走向街头，奢侈品牌与足球、篮球队的联名系列掀起了一股时尚热潮。这种球类美学为街头穿搭注入个性活力。

社媒年体量
2282万



滑板陆冲

社媒年体量
2268万+



足球

社媒体量年同比
+17000%



匹克球

行业关键圈层人群

初高阶人群: 挑战跑/越野跑/健身跑 篮球实战/篮球潮流 潮流先锋/潮流玩咖

热点风格

#Blockcore球迷风
社媒互动量29万+



#美式复古/美高风
社媒互动量242万+



美式风格起源于上世纪50年代，注重混搭，是复古与前卫的结合。与街头潮流、学院风、辣妹风、运动风等结合延伸出众多细分子风格，美高风就是其中一个，彰显活力随性的自信风格。

#SportyChic时髦运动风
社媒互动量92万+



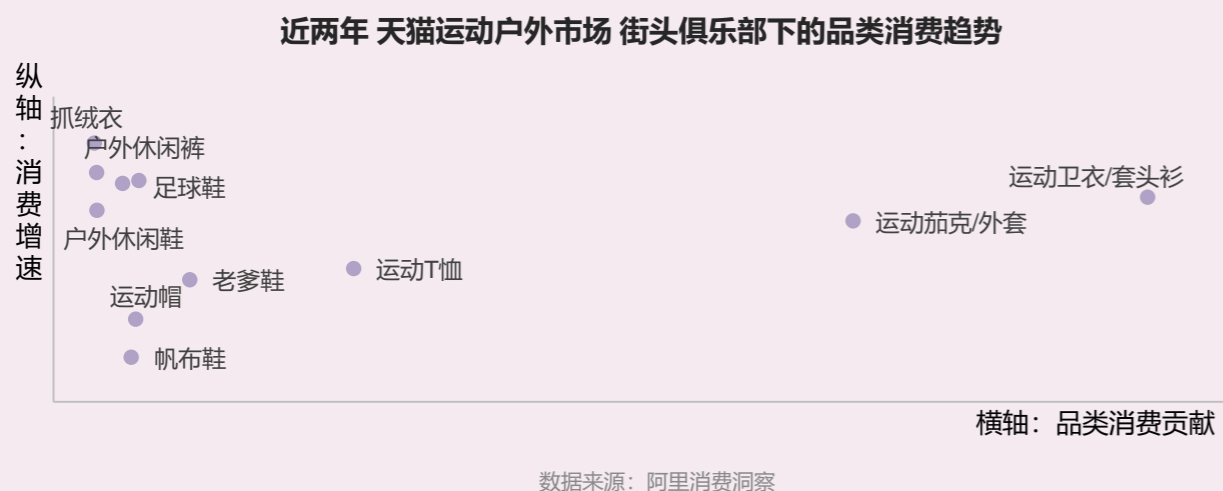
#街头
社媒互动量23万+



#混搭
社媒互动量5927万+

预测周期 (2024年秋-2025春)

品类消费矩阵



趋势品类

运动上衣裤子套装



图片来源：adidas Originals, Nike

足球和街头篮球等团队运动越来越受欢迎，超本地化的灵感源和合作关系将是关键。

设计升级建议：

- 与本土团队和运动社群合作，制作运动时和运动后都适穿的T恤、帽衫、短裤
- 推出各类长短薄厚供消费者在不同季节自由组合

关键元素

利用风格元素和版型长短薄厚在不同季节更新核心经典品类

搜索 Top10

- 1 镂空网面
- 2 拼接
- 3 美式复古
- 4 撞色
- 5 抽绳系带
- 6 DIY饰品
- 7 中性
- 8 oversize
- 9 字母图案
- 10 豹纹

元素生命周期



重性能 ———— 重颜值

数据来源：阿里消费洞察

运动夹克



图片来源：umbro, adidas Originals

高级实用性让运动夹克维持市场吸引力，宽松舒适的耐穿设计既适合户外时光，也适合日常活动。

设计升级建议：

- 使用超轻、透气、防水新面料，搭配可收纳兜帽和模块化口袋
- 在早春添加活力色彩和印花

足球风运动鞋



图片来源：adidas Originals, Eytys

足球与时尚的匹配度达到新高，经典足球风运动鞋仍是消费者搜索量最多的单品。

设计升级建议：

- 在秋冬使用锡面光泽、抽象兽纹进行设计
- 2025春夏使用关键材质彩色麂皮作为关键材质

趋势元素



街头俱乐部关键造型



赛车夹克+机车球鞋

滑雪背带裤+亮色雪服

色彩搭配指南

黑色	奶油布丁色
光雪白	冰河蓝
闪粉色	优雅深红色
鲜艳蔚蓝	牡丹粉

色彩要点:

粉色仍然是街头风格服饰的关键色彩，主题的整体配色具有强烈的跨季风格，充满包容性，男女皆宜。

应用建议:

适用于街头复古运动鞋、冬季层搭和生活风尚产品。可将牡丹粉、奶油布丁色和冰河蓝作为纯色应用，也可以配合鲜艳蔚蓝、闪粉色和优雅深红色的点缀印花、条纹或渐变色更新单品，为设计增添吸睛感。

代表品牌



阿迪达斯成立于1949年，总部位于德国，旗下拥有专注专业运动领域的运动表现系列，自在舒适的轻运动系列，以及引领时尚的运动经典系列，满足消费者在运动场上和日常穿搭的多变需求



adicolor复古撞色外套

个性十足的复古外套，为时尚先锋和打破常规的创新者而生。

复古风夹克外套

将运动传统与潮酷元素相结合的复古风夹克，兼顾舒适与型格。

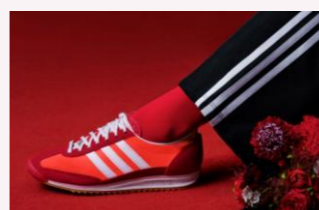


撞色运动POLO衫

经典好穿复古撞色POLO衫，简约利落自成酷飒型格。

休闲复古球衣

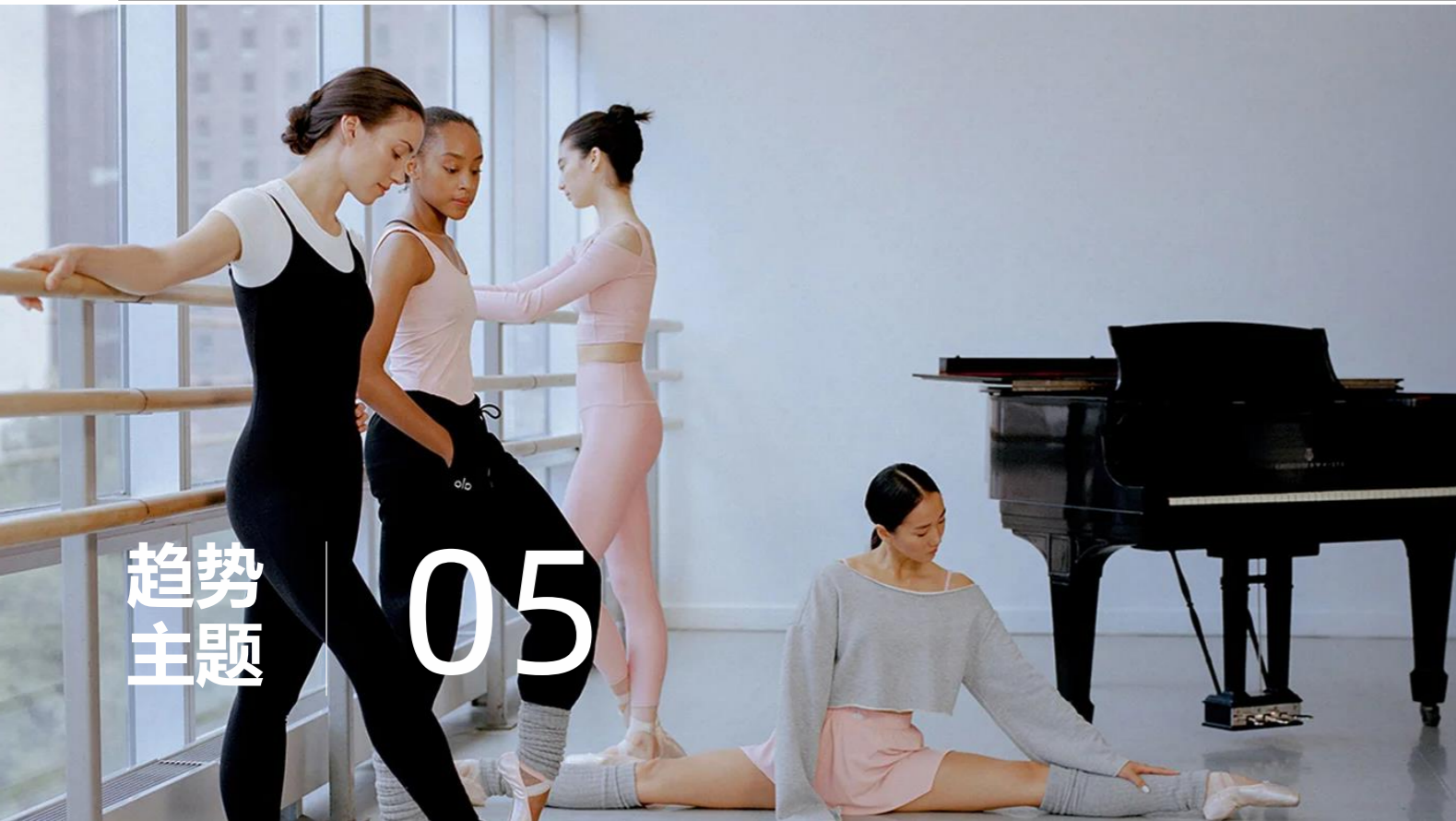
型格大胆、配色明快的复古球衣，引领Blokecore穿搭风潮。



SL 72 T头鞋

SL 72为公路跑步运动而生，自上世纪70年代推出以来便一直被奉为经典之作，它有着复古风格和多彩的配色选择，不同厚度的鞋底设计以迎合不同场景穿着。





趋势主题 05



柔和实用

具有触感和多感官交互的材质能够帮助保持平静、安定身心并提高运动中的专注力。

生活场景

消费者生活方式:

在快节奏的生活中，消费者对身心健康的关注不断加深。他们希望所穿戴的产品能够提供一种全方位的身心体验，让他们在日常生活中感受到放松与愉悦。

审美偏好:

他们希望通过穿着舒适、功能性强的运动装，平衡身体与精神的健康，同时展现简约而不简单的时尚风格。

社媒周期互动量
1.7亿+



舞蹈

社媒周期互动量
7100万+



瑜伽普拉提

社媒年体量
+47.5%



室内攀岩

行业关键圈层人群

专业人群:



健身高阶



滑雪专业



越野跑

热点风格

#极简
社媒互动量683万+

#Cleanfit
社媒互动量119万

#运动芭蕾
社媒互动量51万+



运动芭蕾是时尚运动和芭蕾元素的碰撞，这种风格的融合打破了性别的界限，既展现了女性的柔美与性感，又赋予了运动服饰新的活力与魅力。

预测周期 (2024年秋-2025春)

品类消费矩阵

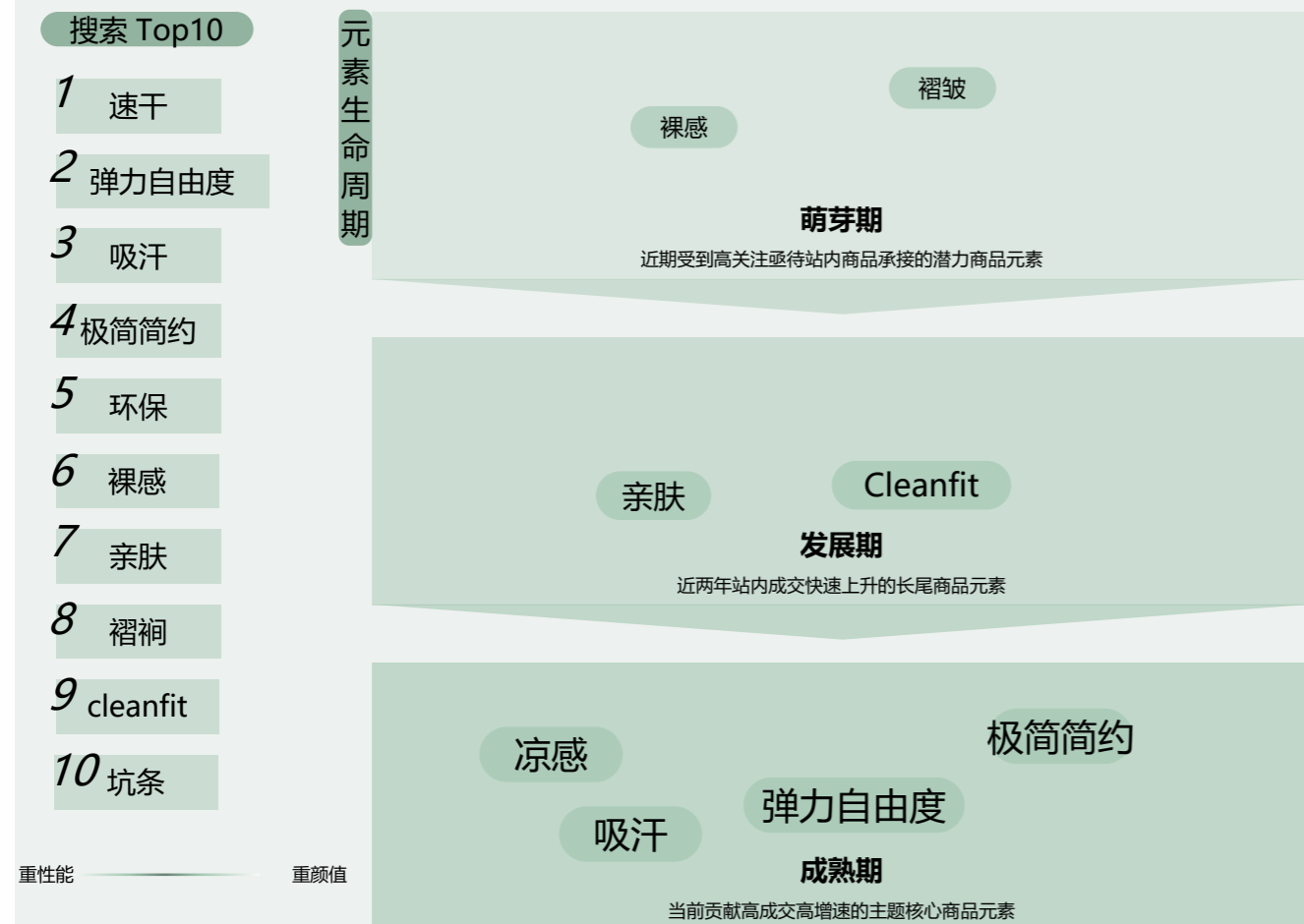
近两年 天猫运动户外市场 柔和实用主题下的品类消费矩阵



数据来源：阿里消费洞察

关键元素

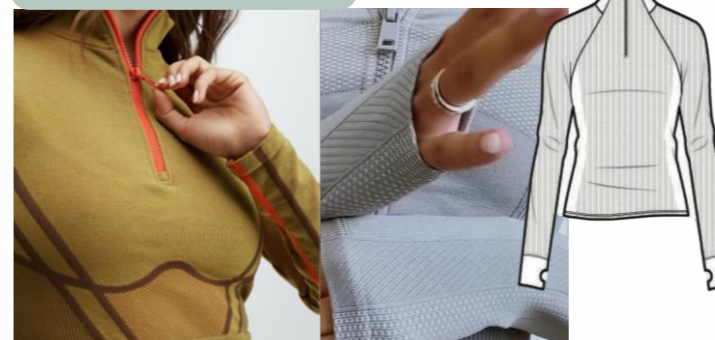
舒适、亲肤、弹力是基础款运动单品的必备元素



数据来源：阿里消费洞察

趋势品类

触感半拉链健身衣



图片来源: Fabletics, The Giving Moment

可以在训练时穿着，彰显时尚功能性，也可以作为叠穿单品，打造#BeyondTheGym健身常服风格。

设计升级建议：

- 将明线接缝的简约款式与触感面料结合
- 采用3D经织结构，随运动展现出不同层次的色彩

运动内衣是女性一年四季中必备的功能单品，低强度支撑和中强度支撑的文胸越来越受关注，因为它们既舒适又百搭。

设计升级建议：

- 用线形纹理、网面结构更新材质，让产品舒适透气

运动内衣



图片来源: fpmovement, lululemon

跑步鞋



图片来源: HOKA, On x PAF

跑鞋在户外运动热潮的快速增长后持续保持常青，需要用更强的性能及设计细节带来新意。

设计升级建议：

- 融入更轻质厚实的结构和防水功能
- 在25早春中加入彩色绳索和精致徽标

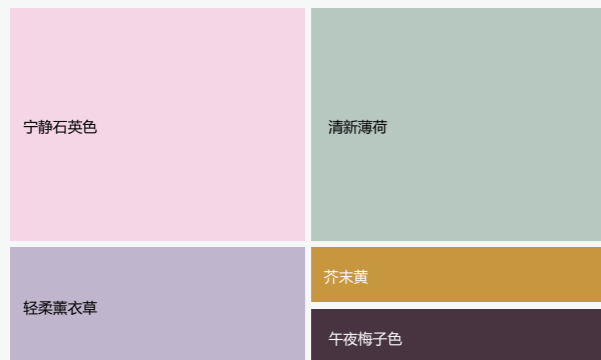
趋势元素



柔和实用关键造型



色彩搭配指南



色彩要点: 轻柔、感性的色彩代表了宁神与专注，是纷繁喧闹中的一剂镇静剂，给人以宁神质感，有助于人们重新集中精神，追求个人目标。

应用建议: 以宁静石英色、轻柔薰衣草和清新薄荷打造全身造型，彰显个性。这些色彩能为户外、越野和雪上运动装备增添新意，也适用于瑜伽、养生或舞蹈等柔软面料。午夜梅子色可作为点缀，鞋品上的柔和色调与天然橡胶材质相辅相成。

代表品牌



lululemon为瑜伽、跑步、训练等运动及生活场景打造专业装备，建立有意义的人际联结，激发潜能，提升幸福感。



Define™系列
多种款式设计，**四面弹力**，延展肢体与想象，**自在**在每个日常中。

Scuba系列
拥抱柔软，稳住风格。
多种元气色彩，天天搭出新感觉。



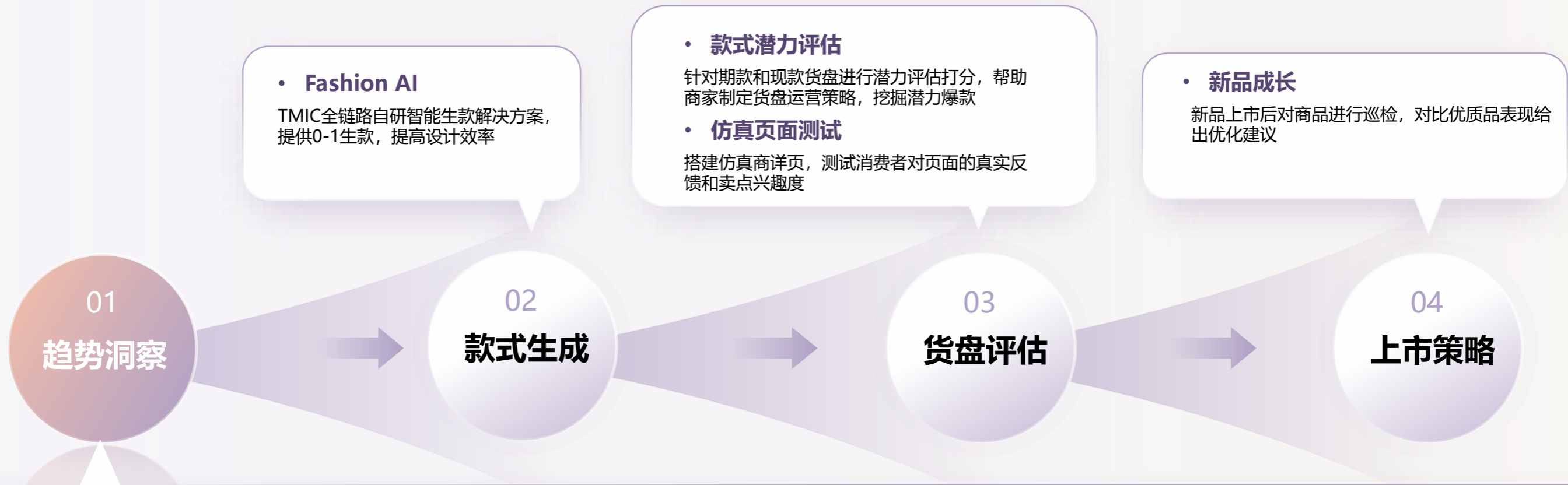
Softstreme™系列
面料**柔软顺滑、自然垂坠**，四面弹力**无拘束**，室内户外**舒适贯穿**。



Align™系列
亲肤裸感，**四面延展**，沉浸每一次伸展，感受**专注的力量**。

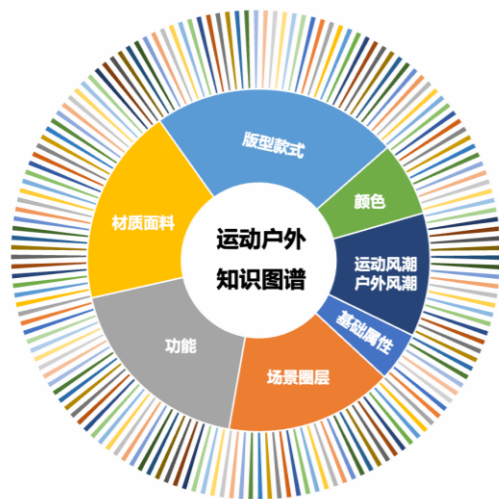
Groove系列
黄油触感的Nulu™面料，复古喇叭裤造型，伴你**从习练到出行**。

TMIC天猫新品创新中心-运动户外服饰新品数智化解决方案



• 运动户外知识图谱

从圈层属性、人群属性、风潮属性、行业知识属性等维度重新定义行业知识图谱, 帮助商家挖掘机会潜力赛道, 解读当下市场流行趋势, 为商家新品研发提供更多维度的数据洞察。



知识图谱应用

行业大盘知识详情

红蓝海竞争趋势

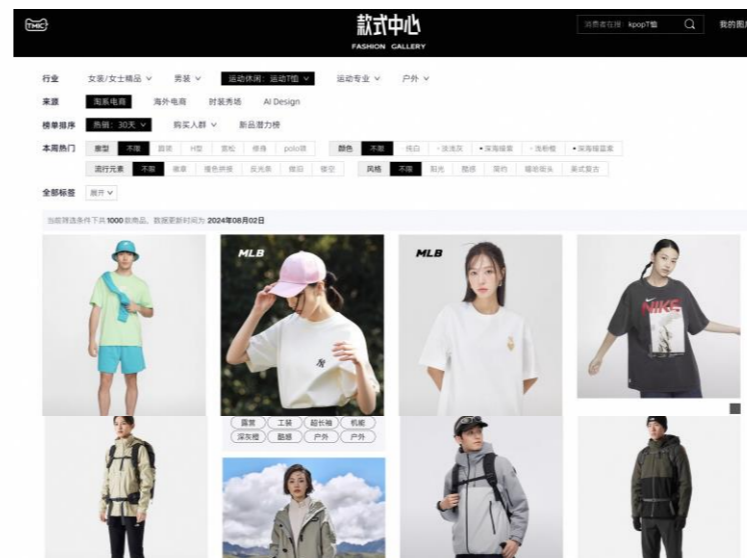
细分类目&价格带

TA人群画像

形色质流行趋势

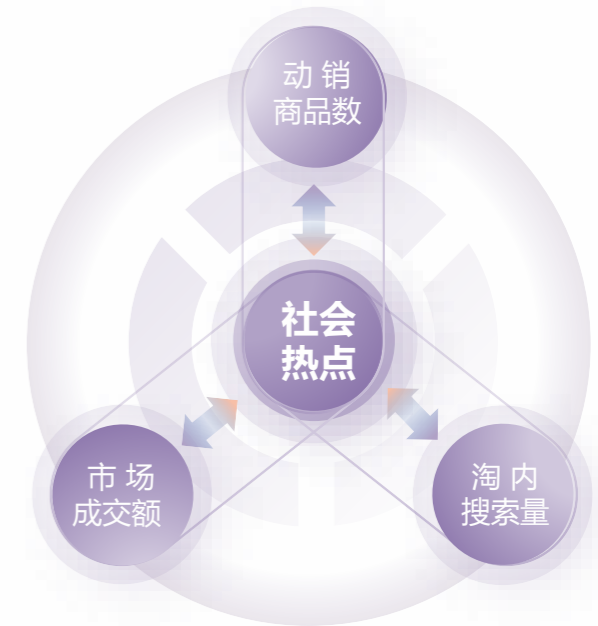
• 款式中心

基于行业知识图谱和全网趋势数据, TMIC为商家提供当下流行趋势及灵感快速捕捉能力, 加速企业选款效率。



• 站内外趋势

挖掘淘外社媒当下热点, 支持匹配淘内消费表现, 辅助新品快反更有靶向性, 并助力踩准当下营销趋势。



平台趋势运营-全链路蓝海趋势市场机会货品共建

淘宝天猫运动户外行业基于淘系平台能力，为商家和消费者打造全链路蓝海趋势市场机会货品共建平台，为商家提供从趋势发现到商品企划到场域投放的全链路运营牵引：

- 行业基于洞察平台发现趋势，商家可基于商机提报现货、发布新品；
- 平台基于趋势赋能商品研发，通过AI概念工坊+PK测款+仿真测试研发赋能，犀牛同时提供面料科技供给方案及柔性供应链能力；
- 趋势商品上线后，平台会提供多项场域资源曝光，如淘宝热搜、趋势长颈鹿等，确保热趋商品更大程度的曝光。孵化新品趋势品引爆带来增长。

STEP1 发现趋势·高增趋势洞察及共建

高增趋势赛道洞察

站内外趋势
搜索热词
供给蓝海

STEP2 基于趋势·赋能商品研发

TMIC 新品数智化平台助力

全链路自研智能生款解决方案，从0到1生款提高设计效率
AI概念工坊 + PK测款 + 仿真测试 → 投产

STEP3 趋势商品上线·场域资源孵化放大

场域投放

不同场域资源加速孵化

趋势现货上新/提报

犀牛智造快反

面料科技研究供给专家
精益制造&柔性供应链能力

营销会场

不同楼层趋势商品投放

2024秋冬运动户外重点趋势赛道发布

运动		
品类	重点趋势	趋势解读
羽绒服	高绒子含量羽绒服 (绒子含量大于80%)	羽绒服填充绒子含量大于80%的羽绒服, 高品质御寒能力
	高蓬松度羽绒服 (蓬松度大于等于650)	羽绒服填充蓬松度含量大于80%的羽绒服, 高品质御寒能力
	轻薄羽绒服	低克重, 便携易收纳的羽绒服, 方便携带
	薄款运动羽绒马甲	适合户外跑步、骑行时御寒的羽绒马甲
	收腰羽绒服	采用收腰设计的羽绒服款式, 更加贴合身体曲线
	绗缝羽绒服	使用特殊绗缝的羽绒款式
运动外套	复古风立领运动外套	宽松的复古设计外套, 下摆和袖口有松紧收口, 搭配立领
	通勤修身外套	修身版型外套、拉链口袋设计、适配工作运动多场景
	机能风运动外套	功能性的时尚衍生、设计大量运用拉链、口袋、反光条的元素
	慵懒卫衣拉链外套	宽大版型、使用高克重卫衣面料, 搭配大号帽兜, 打造慵懒感
	校队棒球夹克	复古撞色袖口领口细节, 精工刺绣字母, 刺绣队徽元素
	美高风复古运动夹克	宽松舒适, 超轻透气面料, 一般具备防水及模块化口袋, 配以撞色拼接或镶边
卫衣	半拉链运动卫衣	套头款式半拉链卫衣, 宽松版型, 可切换半高领和翻领穿着
	美式复古卫衣	使用字母, 贴布秀等工艺进行设计, 颜色多为低饱和色系
	插肩袖卫衣	插肩袖设计卫衣、袖子与大身为两种低饱和颜色
	宽松卫衣裤套装	同色宽松版型卫衣套装, 袖口, 裤口使用松紧束口、运用高克重面料打造挺阔感
长裤	抓绒卫裤	采用一体式抓绒面料卫裤, 增加秋冬保暖性及舒适性
	低腰宽松卫裤	流行时尚低腰款式, 宽松直筒版型打造热辣造型
	工装降落伞裤	工装款式多口袋降落伞, 裤脚宽松可调节
	微喇叭卫裤	针织面料微喇叭裤型卫裤
	宽松毛巾裤	宽松直筒毛巾料长裤
T恤&polo	高克重长袖T恤	秋冬内搭T恤, 高克重, 穿着不易变形
	长袖拉链POLO	拉链款式polo, 兼顾商务和运动多场景需求
	敞领POLO	小V领设计的polo衫、复古百搭
运动套装	无缝针织运动上衣	舒适, 添加透气或可降温部位, 修身设计, 无缝针织
运动鞋	老钱风全拉链撞色运动套装	成套搭配造型, 复古图案印花, 搭配撞色镶边细节
	足球风运动训练鞋	撞色拼色、混合材质、外翻鞋舌、撞色缝线, 锡面光泽, 抽象兽纹(豹纹等)
	蓬松轻质跑鞋	镂空蓬松鞋底, 防水功能, 方便穿脱结构
	芭蕾一脚蹬运动鞋	芭蕾绑带设计元素, 配以魔术贴易穿脱
	未来风跑鞋	工业风银色搭配暗彩色, 压花细节, 反光饰边

户外		
品类	重点趋势	趋势解读
羽绒服	可拆卸羽绒服	灵活设计, 模块组合化, 方便穿搭, 多样穿着方式
	蓄热羽绒服	银离子蓄热, 金离子蓄热。防护保暖, 蓄热保温
	三合一鹅绒羽绒服	防护性能 + 高端鹅绒品质填充
	多彩羽绒服	高对比度亮色、自然纹理印花、大理石纹、
冲锋衣	无缝滑雪服	防水胶条、无缝工艺、雪系风貌设计
	多彩冲锋衣	粉彩色系、多巴胺色系、中性低饱和色系
	三合一抓绒冲锋衣	三合一、保暖防护、灵活设计、轻便
	越野跑冲锋衣	越野场景下、多口袋设计
	多彩渐变撞色冲锋衣/登山服	防护升级应对恶劣天气、防暴风雨、升级耐用性、活力亮色、渐变色、鲜艳撞色
	轻量便携冲锋衣	轻量便携、防风、防水、植物系印花、动物印花
	骑行冲锋衣	防护- 防风防水性能, 灵活设计
	可拆卸冲锋衣	袖子帽子可拆卸、灵活设计、便携, 连接处设计穿着舒适
	防水软壳冲锋衣	优越的防水性能、透气面料, 相对柔软的舒适感
	机能风冲锋衣	未来感风格、融合科技与自然, 特殊涂层、渐变、荧光
户外其他	山系风冲锋衣	山系户外风、拼色设计、防风防水功能
	加绒速干衣	速干功能, 柔软触感、双倍保暖, 特殊工艺的设计穿着舒适
	美丽诺羊毛速干衣	高品质原材料、颜值+质感, 叠加速干功能性;

垂类		
品类	重点趋势	趋势解读
骑行	骑行内衬帽	透气速干, 3M反光, 防晒凉感面料
	休闲骑行外套	梭织弹力面料, 防风性能, 反光标志, 多功能收纳口袋, 松紧袖口有效阻挡风阻
	休闲骑行裤	内置可拆卸独立裤垫, 透气网布内衬
	加绒骑行服	内层抓绒面料有效保暖, 防风松紧袖口
	休闲骑行鞋	安全系带设计, 防滑耐磨硬底, 快速穿脱设计

垂类		
品类	重点趋势	趋势解读
滑雪	多彩滑雪服	多巴胺色系、粉彩色系
	速干滑雪套装	透气干爽、亲肤舒适、内里柔软触感外壳防风防水防雨雪、纯色或拼接设计
健身	后背交叉绑带瑜伽背心	后背绑带设计增强运动的稳定性同时提升美观度
	微喇瑜伽长裤	脚口开叉、褶皱喇叭脚口、高腰提臀微喇提升瑜伽裤舒适度与美感
	无缝一体织瑜伽背心	无缝设计减少衣物与皮肤摩擦
	轻量多功能健身大器械	具有多功能合一的满足多类健身需求的健身大器械
	轻商务专业健身大器械	对爬坡度数、配速等专业功能有需求的轻商务机型
	多巴胺配色居家小器械	融合更丰富配色和可调节性的高颜值及实用性一体的居家小器械
	绒感保暖鲨鱼裤	触感细腻，紧身高弹，秋冬加绒材质自带保暖属性
	零压裸感连体瑜伽衣	吊带款、长袖款，强包裹感连体瑜伽服
球类运动	复古球衣	剪裁上追求超大比例，包容性极强的廓形兼具实用舒适，点缀球类运动元素
	全碳素超轻羽毛球拍	采用碳素材质，打感干脆，球拍强韧不易变形，接球、回球更稳妥
	专业匹克球拍	新兴运动，入门初学者和专业训练均可适用
	网球拍套装	新手装备，一套配齐：网球、球拍、网球线、手胶、避震球
	过膝运动袜	微压工艺、防滑设计、无骨缝头、抗菌抗起球
	空顶网球帽	内侧吸汗带、后侧可调节闭合设计、魔术贴设计，轻薄透气
	鹅毛羽毛球	精选鹅毛、毛片厚实粗壮且均匀落点精准，更耐打；搭配复古球头，精密缠线
	高尔夫Polo衫	弹力面料、伸展自如，撞色设计，速干透气
	运动护膝	轻量化设计、稳定髌骨、均匀减压，跑跳无负担感
	羽毛球裙/网球裙/高尔夫裙	短裤安全设计，无痕腰封舒适包裹，背后口袋设计兼具实用
露营	全遮光黑胶天幕	采用加厚黑胶固化层，实现全遮光，满足户外露营防晒需求，抵御强紫外线
	汽车露营(车尾帐、车顶帐)	结合自驾场景，车顶车尾搭建帐篷，装车即走，惬意便捷
	登山杖	大众市场年轻女性偏好的色彩系、性价比，高阶用户的轻量化、易收纳
	徒步帐	极致轻量化面料杖杆、适应高海拔环境，收纳体积小，专业性

风格主题品类趋势		
趋势主题	重点趋势	趋势关键词
新派复古	修身剪裁网球连衣裙	#精致收腰剪裁 #修饰身材 #四季皆宜
	透气百褶网球短裙	#百褶裙摆 #舒适透气 #针织材质 #日常运动皆宜
	老钱风全拉链撞色运动套装	#成套造型 #复古图案印花 #撞色镶边细节
	怀旧复古网球鞋	#70年代复古 #低调奢华 #拼接混合材质 #麂皮 #网眼材质
	校队棒球夹克	#复古撞色袖口领口细节 #精工刺绣字母 #刺绣队徽元素
	运动学院polo卫衣	#四季必备单品#根据季节更新长短薄厚
	立领半拉链复古卫衣	#半拉链卫衣 #品牌经典元素 #复古配色
多彩山野	轻量便携防风冲锋衣	#轻量便携 #防风 #防水 #植物系印花 #动物印花
	多彩渐变撞色冲锋衣/登山服	#防暴风雨 #升级耐用性 #活力亮色#渐变色 #防水涂层#防水拉链#易抓拉链头
	Snowcore大理石纹滑雪服	#Snowcore雪系穿搭 #高对比度亮色#自然纹理印花
	多彩方便穿脱登山鞋 多彩防风雨登山鞋	#防护胶套 #登山扣 #快系式鞋带 #BOA紧身拨盘 #防水涂层 #防水尼龙鞋面 #彩色弹力绳 #早春更新亮眼配色
街头俱乐部	篮球/足球运动卫套装	#不同长短薄厚#跨季节自由组合 #足球篮球元素
	美高风复古运动夹克	#宽松舒适 #超轻 # 透气# 防水 #模块化口袋 #撞色
	街头足球条纹上衣	#宽松版型 #休闲街头感 #肩膀衣袖镶条 #球衣号码
	足球风运动训练鞋	#锡面光泽 #抽象兽纹 #撞色 #混合材质 #外翻鞋舌
柔和实用	蓬松轻质跑鞋	#轻质 #蓬松鞋底 #防水功能 #方便穿脱结构
	挖空绑带运动内衣	#中低强度支撑 #线形纹理 #挖空细节 #柔和粉蜡色 #数字印花
	半拉链触感健身上衣	#触感面料 #修身 #结构线条 #BeyondTheGym健身常服 #面线接缝#3D织结构
未来机能	芭蕾一脚蹬运动鞋	#绑带 #芭蕾元素 #易穿脱
	全天候速干裤	#全天候防护 #便于活动 #锥形裤版型 #耐磨 #透气 #防水 #四向弹力 #口袋&反光细节
	无缝针织骑行训练全场景上衣	#舒适#性能良好 #款式醒目#骑行健身皆宜 #添加透气或可降温部位 #修身 #无缝针织
	未来风跑鞋	#工业风银色搭配暗彩色#未来感 #网眼布 #防撕裂尼龙 #高光皮革拼接 #压花细节 #反光饰边

报告作者&致谢

报告指导委员会

古笛	淘天集团运动户外行业总经理	阿楚	淘宝天猫运动户外分析师
近偲	淘宝天猫运动户外商品运营负责人	沐兴	淘天集团TMIC天猫新品创新中心负责人
千灯	淘宝天猫运动户外消费者运营负责人	叶挺	杭州智篆文化传播有限公司总经理
佳飞	淘宝天猫运动户外营销负责人	马力	WGSN中国区总经理

报告作者

李烨羽	智篆GI	数据咨询总监	朱茜	WGSN	趋势咨询总监
徐燕妮	智篆GI	数据咨询专家	刘芝澍	WGSN	趋势咨询顾问
王琴	智篆GI	资深数据分析师	陆毅	WGSN	趋势咨询顾问

视觉设计

辛巴 智篆商业 资深体验设计专家

报告共创

本报告由淘宝天猫运动户外事业部、TMIC天猫新品创新中心、智篆 GI 和WGSN共同完成

淘宝天猫运动户外事业部：宛珂、楚梦、研默、悦杰、寻歌、九怀、俊麟、阿米、希静、璐卡、凯若、星择、纳摩、纯以、御意、乐范、贰娃、佩妮、本灵、檀熠

天猫新品创新中心：安颀、芷豪

特别鸣谢

特别感谢Adidas、安踏、波司登、Fila、Helly Hansen、凯乐石、Kolon/可隆、李宁、lululemon、New Balance、Nike、Puma、The North Face/北面等品牌的大力支持。（品牌顺序按首字母排序）

联系我们

微信公众号



联系邮箱
zzgi@zhizhuan100.com



联系邮箱
liuhui-am@ctic.org.cn

关于我们&免责声明

智篆GI

新消费领域数字化增长研究咨询服务机构

智篆GI隶属于杭州智篆文化传播有限公司，专注新消费领域数字化增长研究，以全域数据为驱动，为客户提供行业研究、战略咨询、消费者洞察、全域数字化增长解决方案等专业服务，助力客户商业决策及增长创新。

WGSN

全球趋势预测机构WGSN，成立于1998年，总部位于英国伦敦。WGSN涉及领域包含时尚、美容美妆、食品&饮料、室内设计、科技消费品和消费者洞察，关注消费者的潮流生活方式及产品设计的未来趋势，助力全球品牌发展，是全球众多顶尖品牌信赖的合作伙伴。

今天，WGSN 仍凭借着值得客户信赖的预测分析能力，持续驱动整个行业的发展。

数据来源

《2024年天猫运动户外秋冬趋势白皮书》产出报告数据基于阿里消费数据、TMIC消费者调研、公开资料等数据来源。

知识产权声明

本数据报告页面所含的全部内容(包括但不限于文字、数据、图片、图表、标志、标识、商标、商号等)知识产权等权益均归【浙江天猫技术有限公司】(以下简称“版权方”)所有。凡未经版权方书面授权，任何单位或个人不得对数据报告部分或全部内容进行复制、转载、公开展示，亦不得截取、重制、修改、改编、或以任何形式提供给第三方使用。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯版权方享有的知识产权等合法权益，版权方有权追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

免责条款

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。