

天生好动 野有花样

大学生运动户外消费洞察

2025年3月



目录

运动户外产业整体概况

大学生运动户外消费现状

大学生运动户外新趋势



— 01 —

运动户外行业

整体概况



政策助推中国户外运动市场持续高增长发展

得益于政府出台的多项引导和支持政策，中国户外运动市场呈现出巨大的市场潜力。预计到2025年，中国户外运动产业规模将超3万亿元

MobTech研究院

相关政策引领户外运动市场增长

2021.10

国家体育总局发布《“十四五”体育发展规划》，提出“重点发展多项户外运动产业，打造多个户外活动品牌”

2022.11

国家体育总局、国家发改委等八部门发布《户外运动产业发展规划（2022-2025年）》，提出“到2025年，户外运动产业总规模超过**3万亿元**，建设各类户外运动营地**1万个**”



2023.10

国家发改委、体育总局等5部门发布《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023-2025年）》，提出“为行业提供高效、更落地的政策保障”

2025.01

国家发改委、体育总局等制定《关于建设高质量户外运动目的地的意见》，提出“2027年初步形成一批成熟目的地，2030年建**100个左右**；科学布局、推动资源开放，强化场地及配套建设”

户外体育赛事持续推动中国户外运动产业发展

冰雪季1853项活动燃动全民热情；自行车赛事场次安排逐年创新高，CAGR达25.1%；路跑参赛656万人次扩容产业生态；多元项目共筑户外运动经济新势能

MobTech研究院

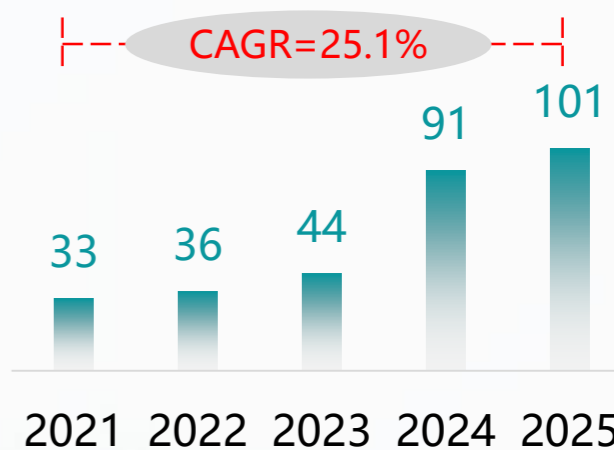
体育赛事持续推动中国户外运动产业发展



2024年12月21日，第十一届全国大众冰雪季启动仪式在内蒙古自治区呼伦贝尔市举行。本次计划开展的各级各类全国性联动或区域性联动的群众冰雪赛事活动共计**1853**项，其中冰雪赛事**820**项，冰雪活动**655**项，冰雪嘉年华及其他综合性活动等**378**项目



中国自行车项目全国竞赛计划 (场)



2025年中国自行车项目全国竞赛计划组织**101**场，主要包含五大项，分别为场地自行车、公路自行车、山地自行车、竞速小轮车、自由小轮车和泵道自行车，场次安排逐年增长，CAGR达**25.1%**

2024年，全国路跑参赛人数增幅明显，达**656万人次**。

其中，中等规模赛事（1.5-3万人），以及半程马拉松赛事、女子马拉松赛事数量呈现出更加明显的上升趋势

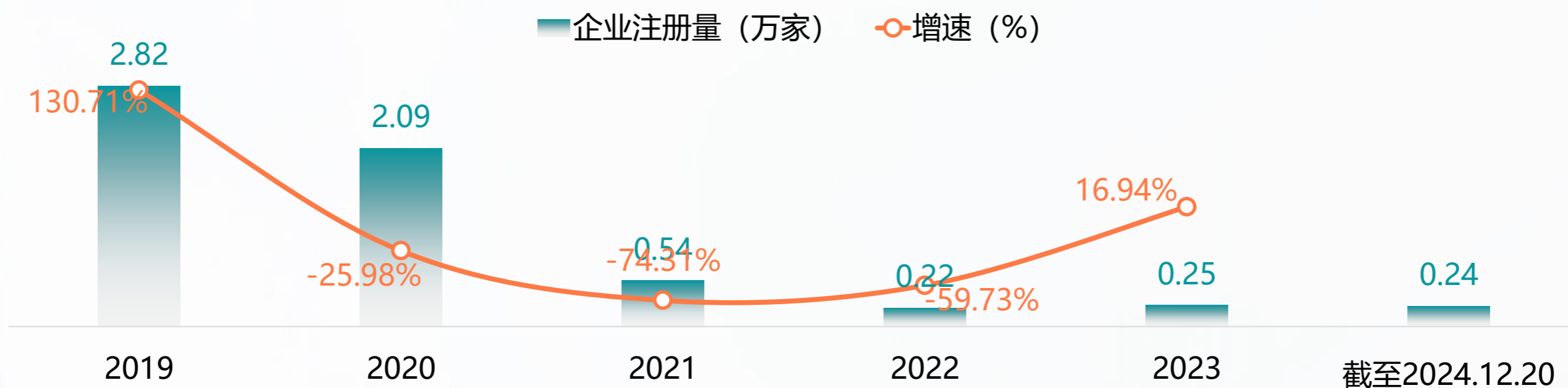
中国路跑赛事（800人以上）规模及参赛人数



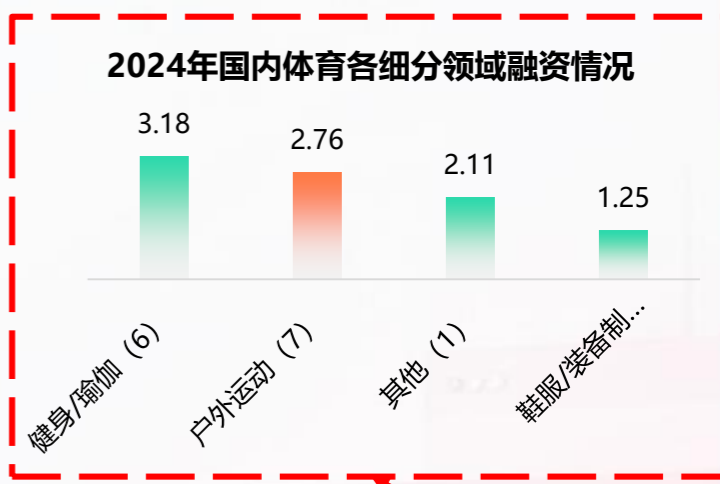
户外运动产业经营主体发展复苏，投融资表现亮眼

2020年至2022年相关企业注册量逐年减少；随着经济的复苏，2023、2024年注册量开始止跌回升；2024年，户外运动投融资事件数、融资额分别为7起（占25%）、2.76亿元（占27.5%）

2014-2024（截至12.20）年中国户外运动相关企业*注册量及同比增速



2015-2024年国内体育领域投融资概况



深度融合相关产业，户外运动呈现多元发展态势

户外运动依托高关联性和强带动性，与相关产业深度融合（例如文旅、研学、乡村振兴、环保、健康医疗等），呈现多元发展态势

MobTech研究院

户外运动产业联动

康养

体育科技

文旅

张掖市将马拉松赛事与丹霞地质公园深度绑定，推出“跑马+夜游丹霞”

研学

千岛湖环湖自行车赛道引入青少年研学项目，结合生态保护课程与骑行挑战赛

户外运动产业

装备制造

数字经济

乡村振兴

怒江州打造“徒步+乡村振兴”路线，串联傈僳族村寨与高山茶园

城市经济

健康医疗

北京三甲医院推出“森林徒步康复疗法”，针对慢性病患者定制户外运动方案

环保

浙江某企业研发可降解帐篷材料，应用于2024年环青海湖骑行赛事

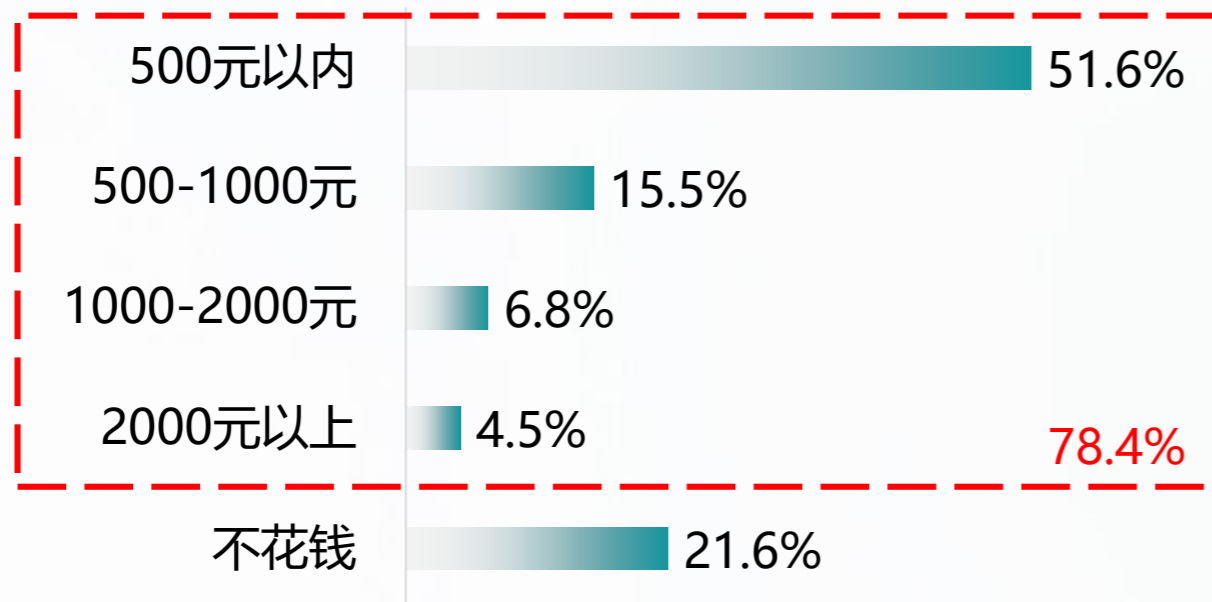
年轻释放运动活力，近八成大学生会为户外运动买单

51.6%的大学生年均运动消费控制在500元以内，主要用于购买运动类鞋服（49.2%）和运动器材/配件（36.4%）；性价比（66.7%）和质量（65.7%）是大学生们最在意的产品属性

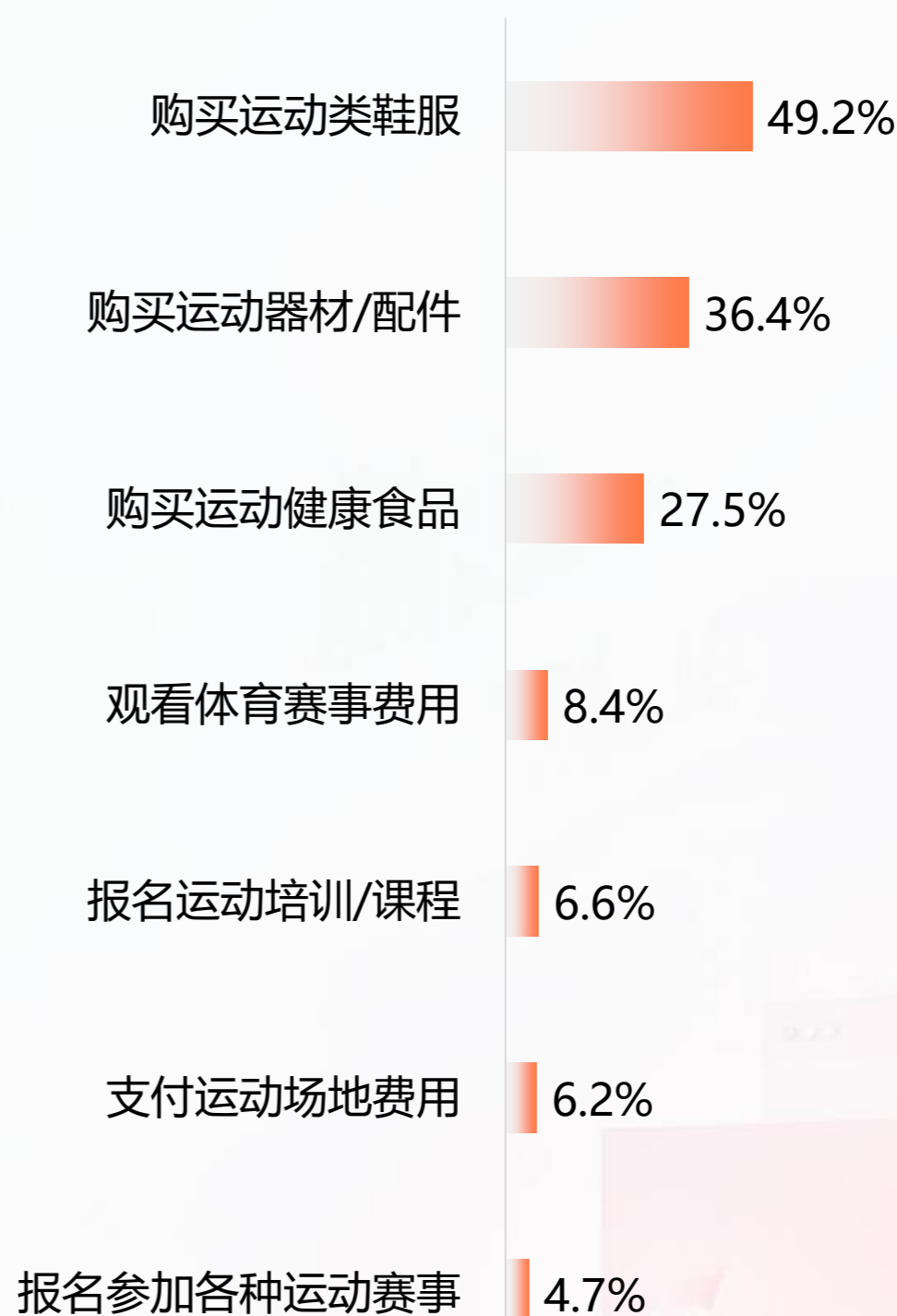
MobTech研究院

大学生运动消费偏好

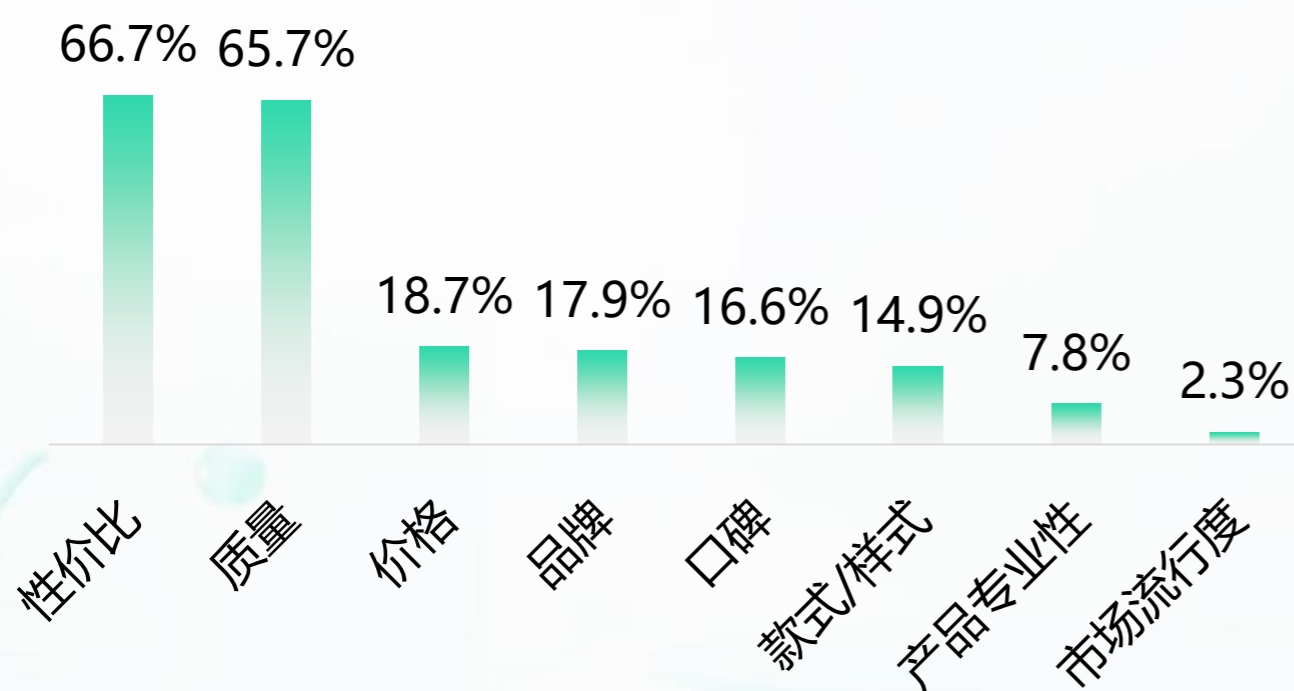
大学生一年运动消费金额



大学生运动消费类型



大学生运动产品属性购买偏好



— 02 —

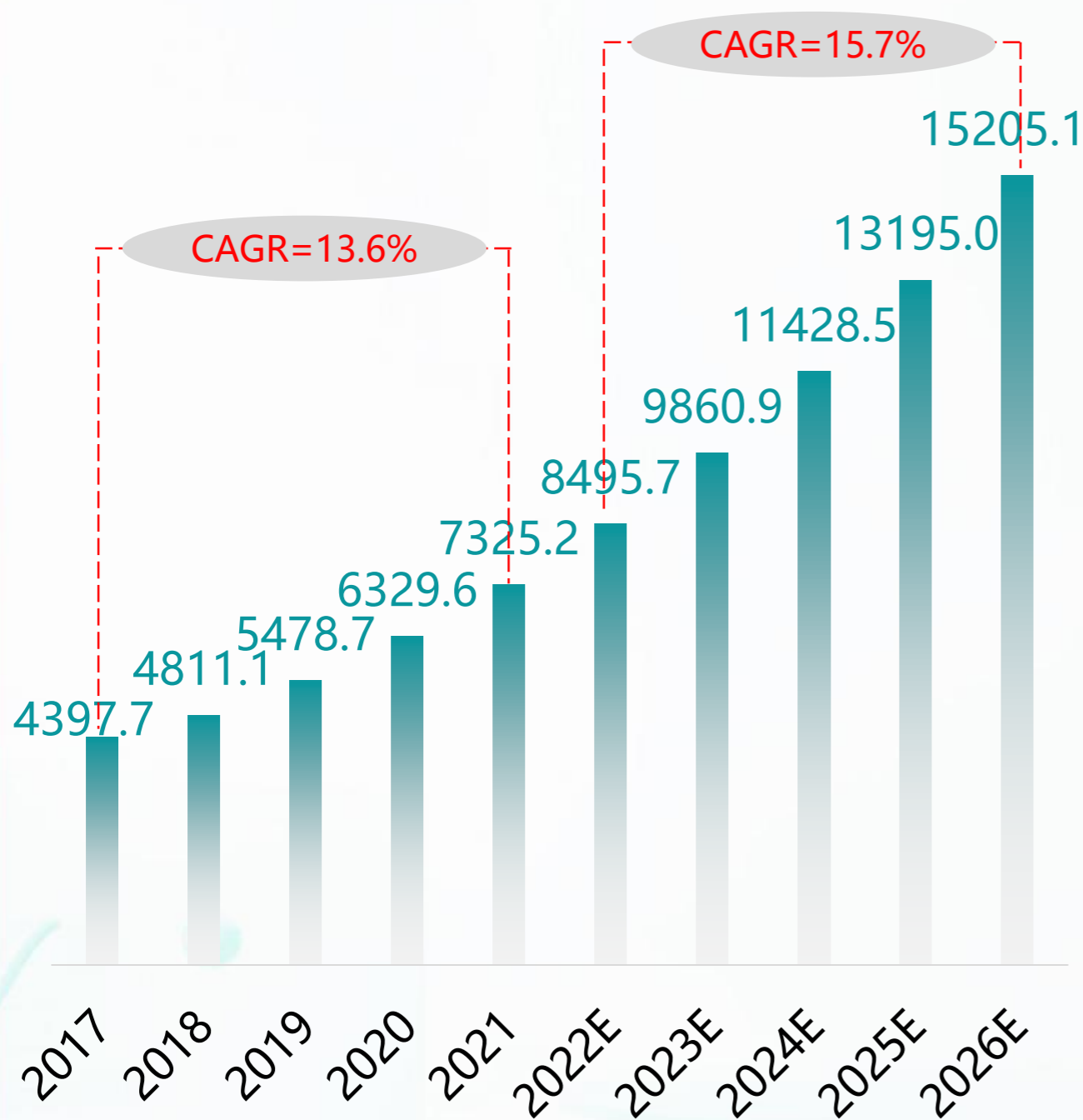
大学生运动户外 消费现状



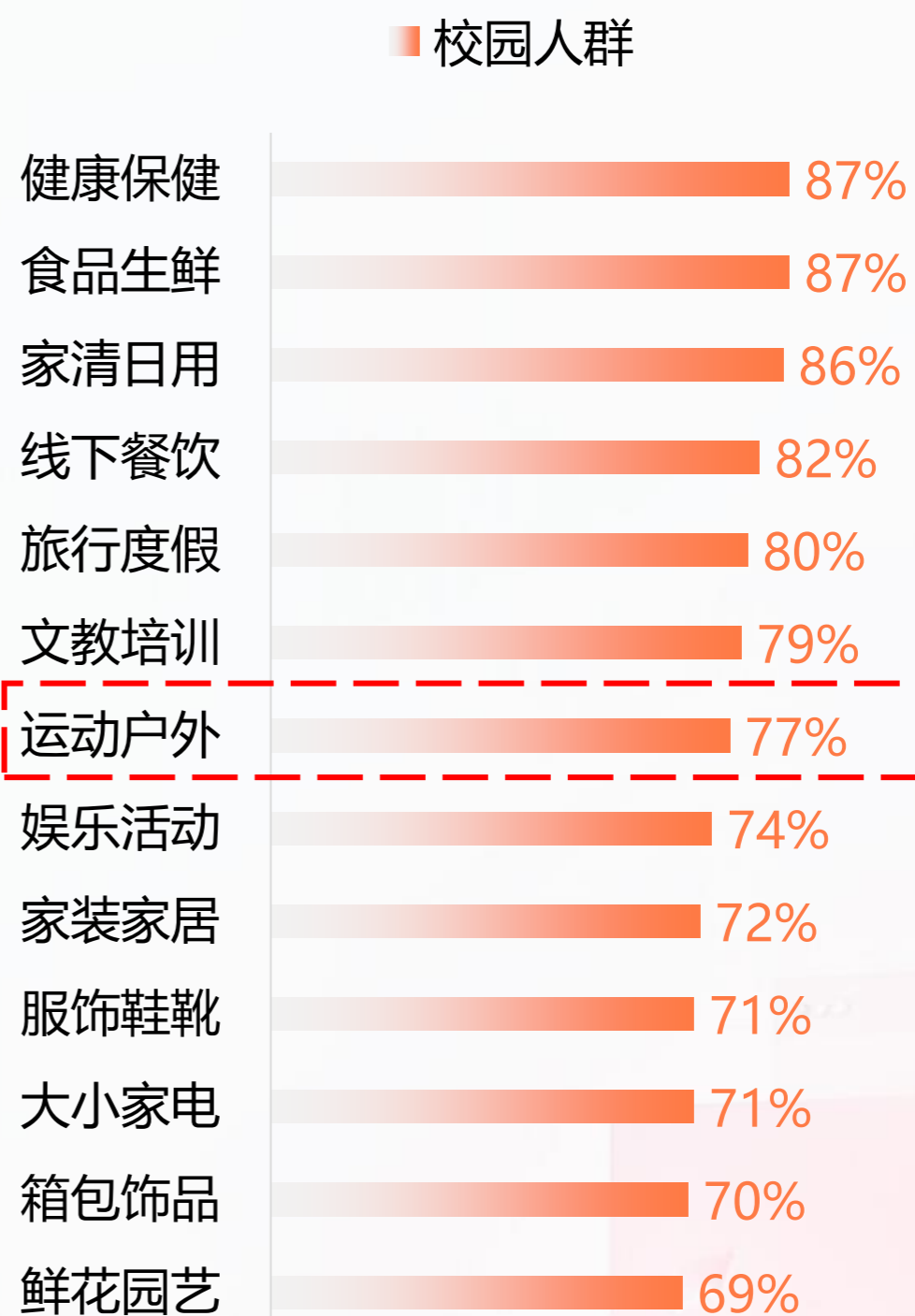
高校市场消费潜力大，运动户外消费意愿度较高

高校学生具备用户长生命周期的特点。2025年，中国高校市场消费规模预计将达1.3万亿元；根据调研，校园人群对运动户外品类的消费意愿较高，77%的受调人群不会节省该品类的开支

高校市场消费规模 (亿元)



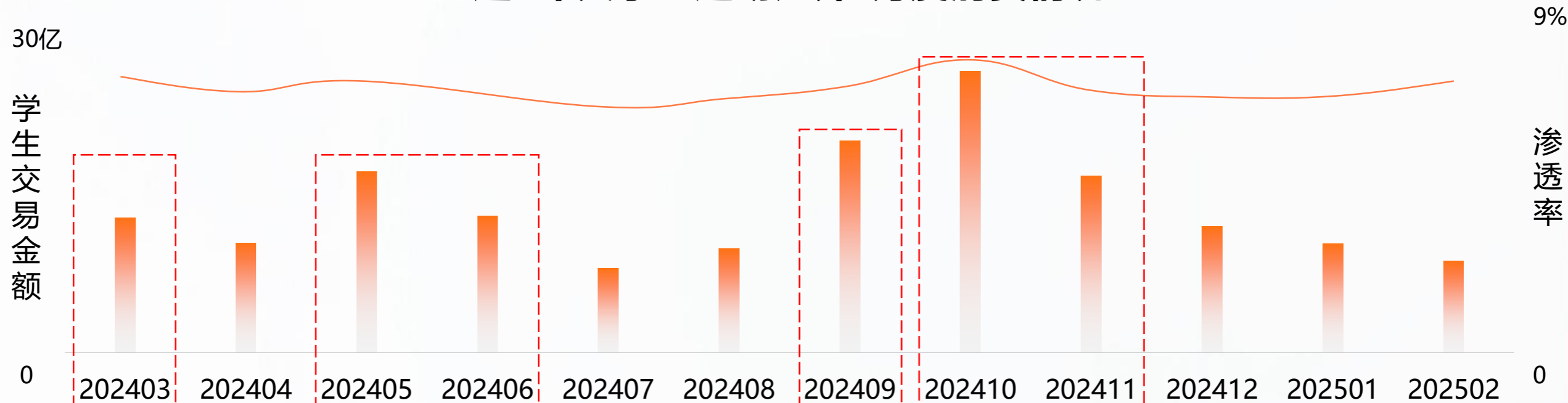
您预计不会节省以下哪些品类的开支



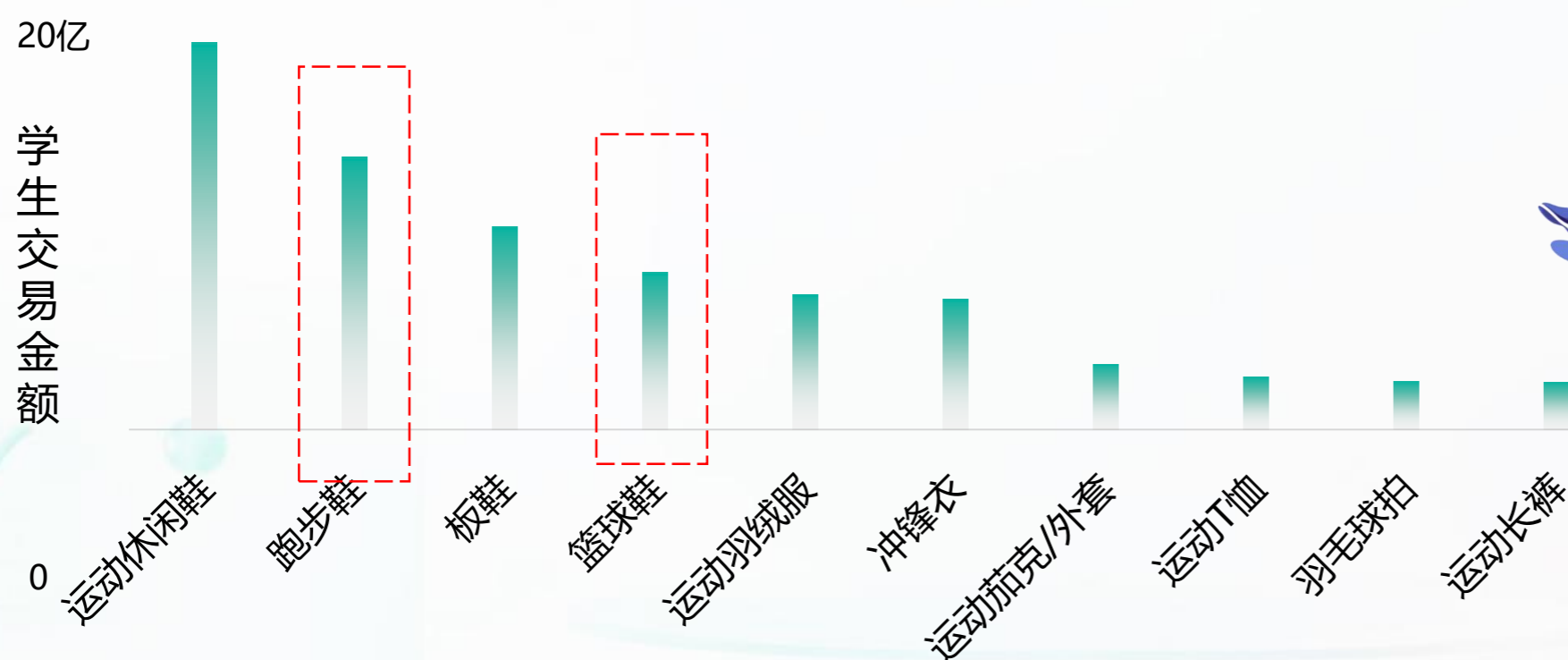
大学生运动户外线上消费超百亿，呈节点式分布

近1年运动户外消费有明显节点分布，主要围绕在返校季、毕业季、开学季、双11这4大高热校园节点；深入分析消费品类分布，鞋服作为基本款占据半壁江山，跑步和篮球依旧是经典高热的校园运动

近1年大学生运动户外-月度消费情况



近1年大学生运动户外-消费品类分布



大学生运动户外消费力攀升，女大领跑校园运动风潮

国家政策推动下，近2年的大学生运动户外消费规模全面扩大；其中，女生更关注身材健康且运动积极性优于男生，高线城市、国家重点及本科院校的学生运动意识强，更热衷于参加各类运动户外活动

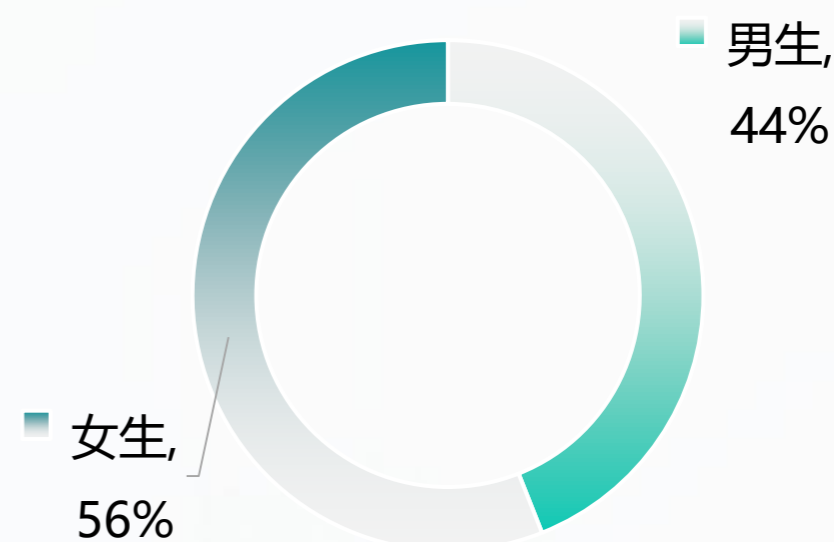
MobTech研究院

大学生运动户外消费规模

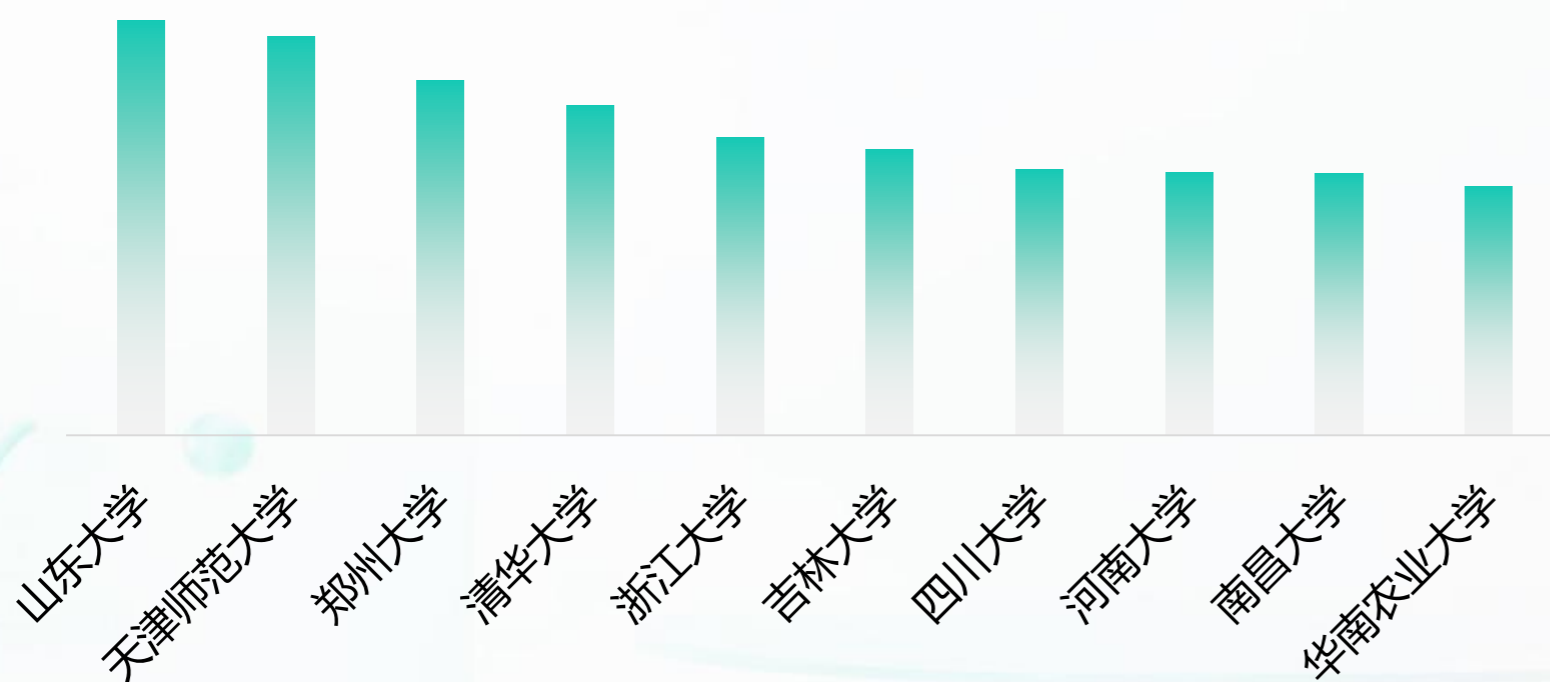
近2年大学生运动户外消费规模同比



近1年大学生运动户外-男女消费比例



近1年运动户外高校消费TOP10



大学生运动户外高频消费城市TOP5



耐克和阿迪达斯的运动鞋服仍为主流，户外首选骆驼

耐克、阿迪达斯引领校园运动潮，鞋服地位遥遥领先，而New Balance和lululemon紧随其后彰显新风格；大学生是户外探索主力，偏爱购买冲锋衣、徒步鞋等装备，骆驼凭高性价比成品类购买首选

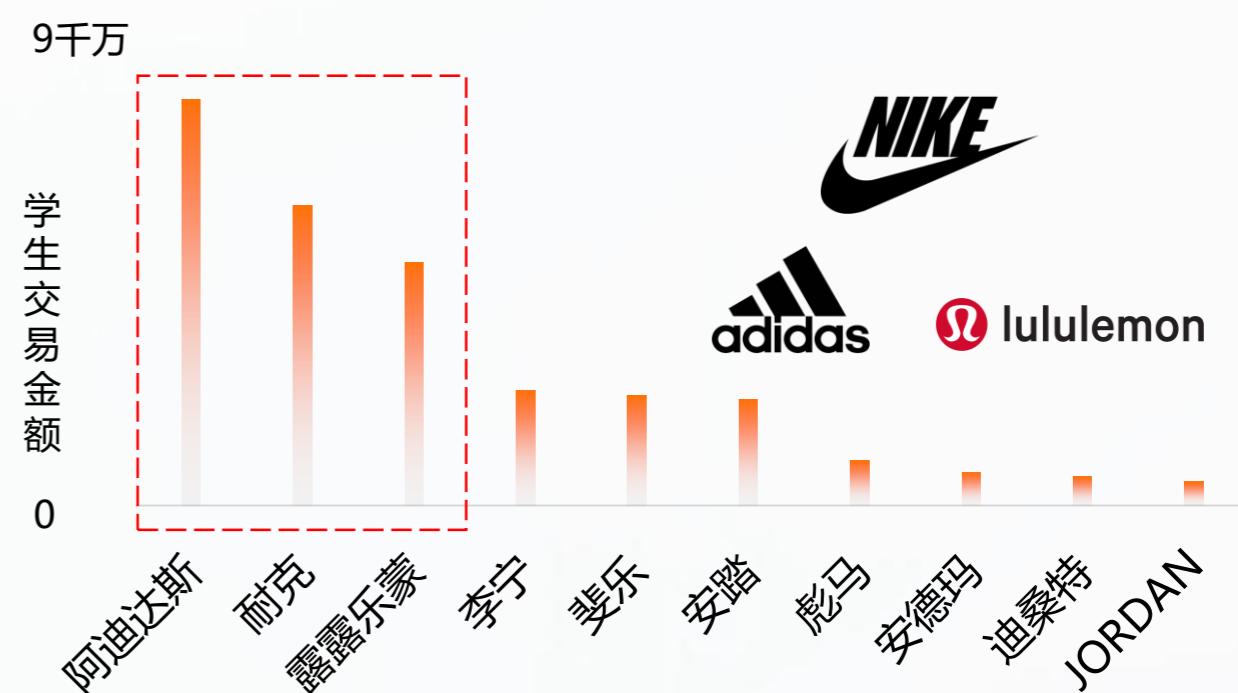
MobTech研究院

大学生运动户外品牌偏好

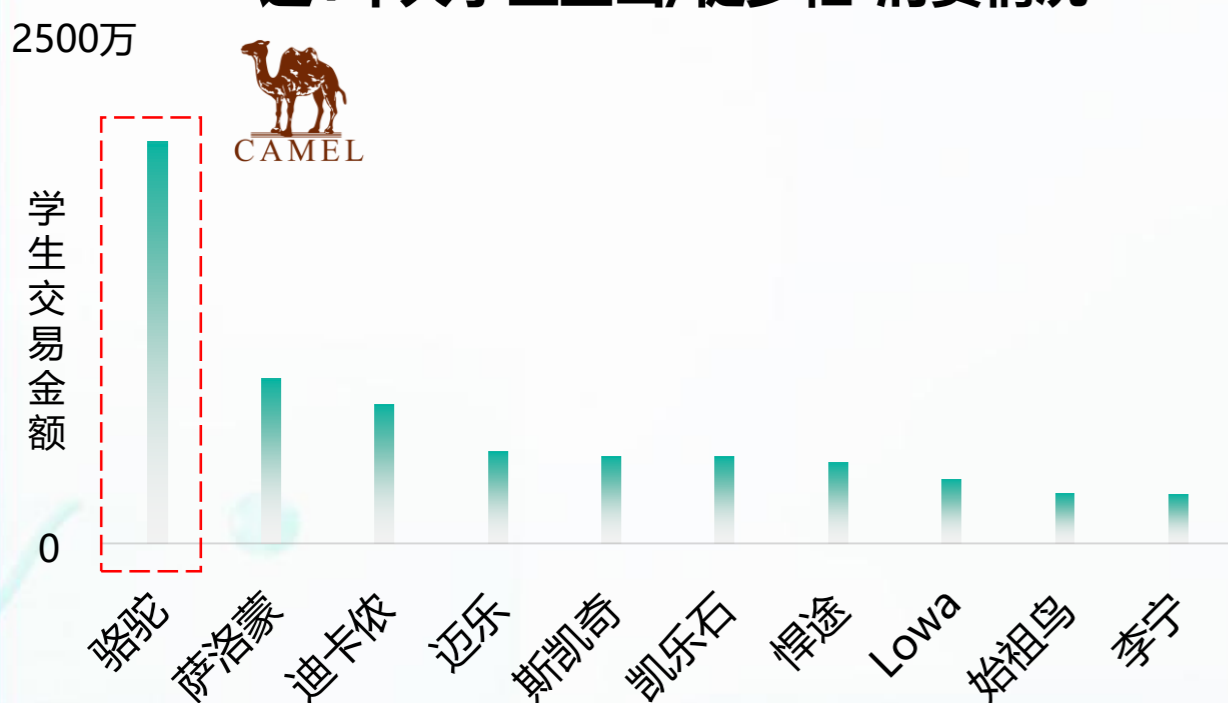
近1年大学生运动休闲鞋-消费情况



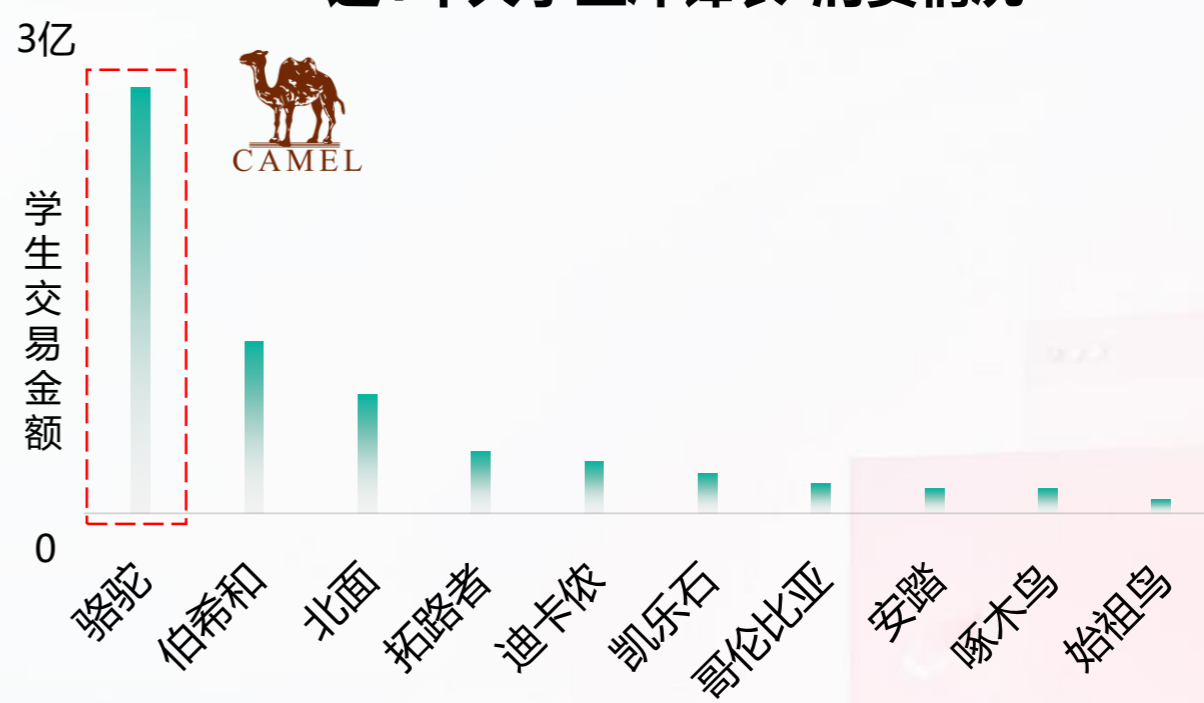
近1年大学生运动茄克外套-消费情况



近1年大学生登山/徒步鞋-消费情况



近1年大学生冲锋衣-消费情况



大学生掀起运动户外新风潮，衍生出五大趋势赛道

跑步为入门级运动，热度持续高涨；羽毛球比起其他球类门槛低，更受大学生欢迎；在热爱探索的基因加持下，大学生选择用骑行和徒步去走向大自然；冬奥会的科普推动让滑雪从小众运动中脱颖而出

MobTech研究院

大学生运动户外兴趣趋势

大学生趋势运动兴趣指数：



跑步

经典永不过时



羽毛球

双人成行养生运动



骑行

骑向诗和远方



徒步露营

走进大自然怀抱



滑雪

小众运动正兴起

— 03 —

大学生运动户外 新趋势



校园跑推动跑步积极性，慢跑或已成高校全民化泛运动

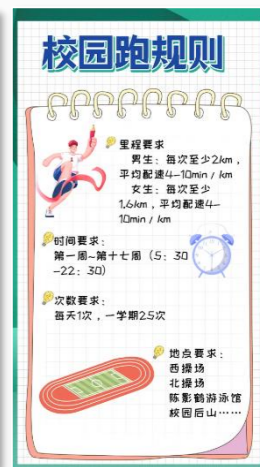
大学校园跑关联学生体测锻炼成绩考核也大力推动了校园人群的跑步积极性，除寒暑假以外，全民保持高涨运动热情；产品选择上，大学生首选专业化的品牌跑鞋，而近期对国产品牌的好感度也逐渐提升

MobTech研究院

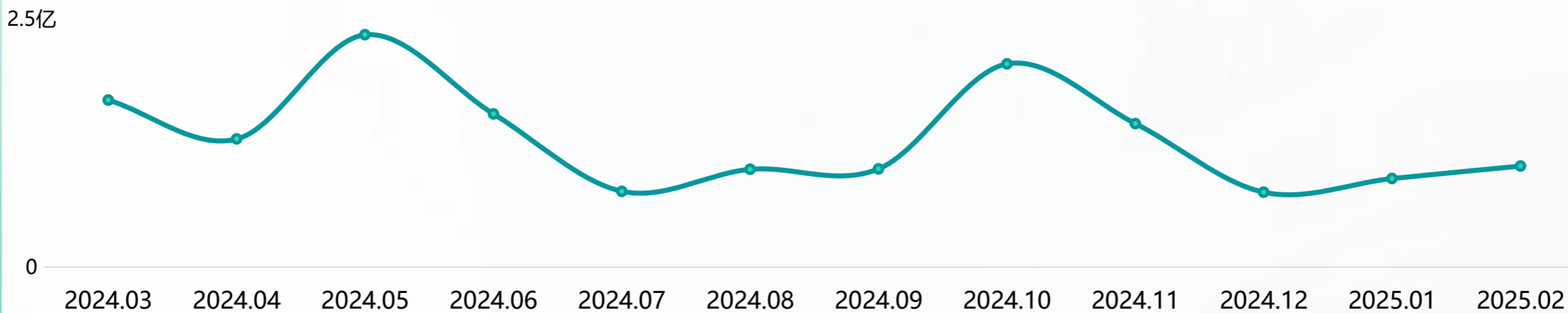
大学生跑步人群消费偏好

圈层	进阶性	指标	年轻人群占比
跑步	专业	越野跑	2.4%
跑步	专业	挑战跑	8.8%
跑步	进阶	健身跑	14.3%
跑步	入门	入门跑	5.6%
跑步	入门	休闲穿搭跑	11.2%
跑步	泛运动	城市泛运动	6.4%

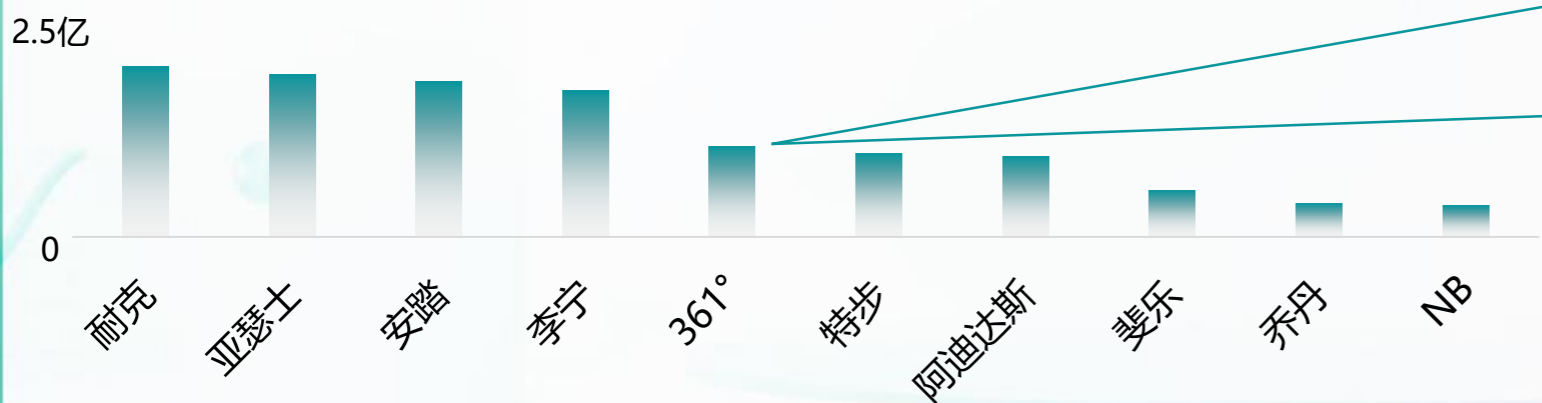
TGI 134



近1年大学生跑步消费趋势：



近1年大学生跑步鞋品牌偏好：



2025年2月361°跃升至大学生跑鞋TOP1

TOP 1
361°

锚定跑步趋势赛道-产品力迭代促销量



飞燃系列-马拉松竞速跑鞋 | 飚速系列-体考体测跑鞋

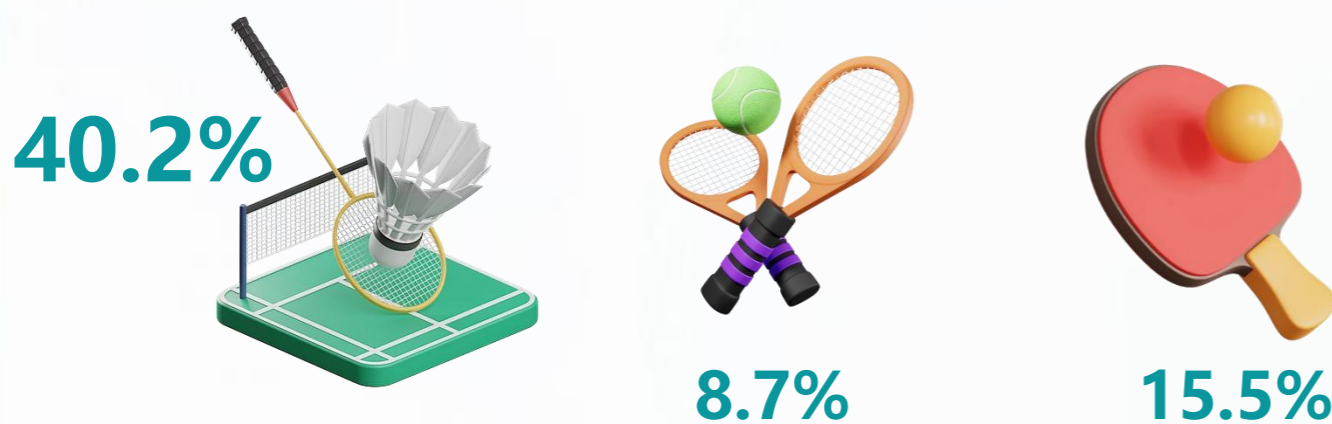
羽毛球成最受欢迎的挥拍运动，大学生乐意为专业消费

挥拍类运动可锻炼全身肌肉协调性，广受欢迎，而羽毛球因不受场地限制门槛低也大受追捧；在高校各类羽毛球赛事积极推动下，大学生超爱随时随地来场羽毛球对决，但装备上却不含糊且追求极致专业化

MobTech研究院

大学生羽毛球人群消费偏好

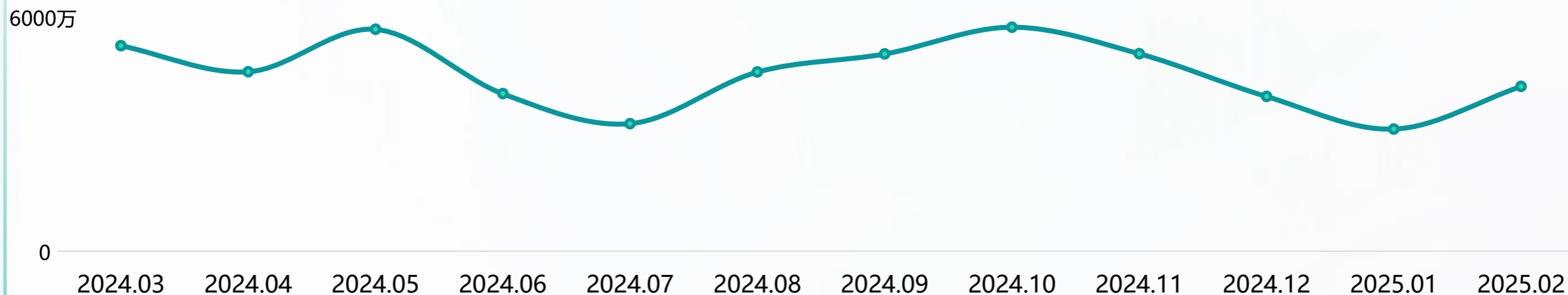
年轻人群挥拍类运动偏好榜：



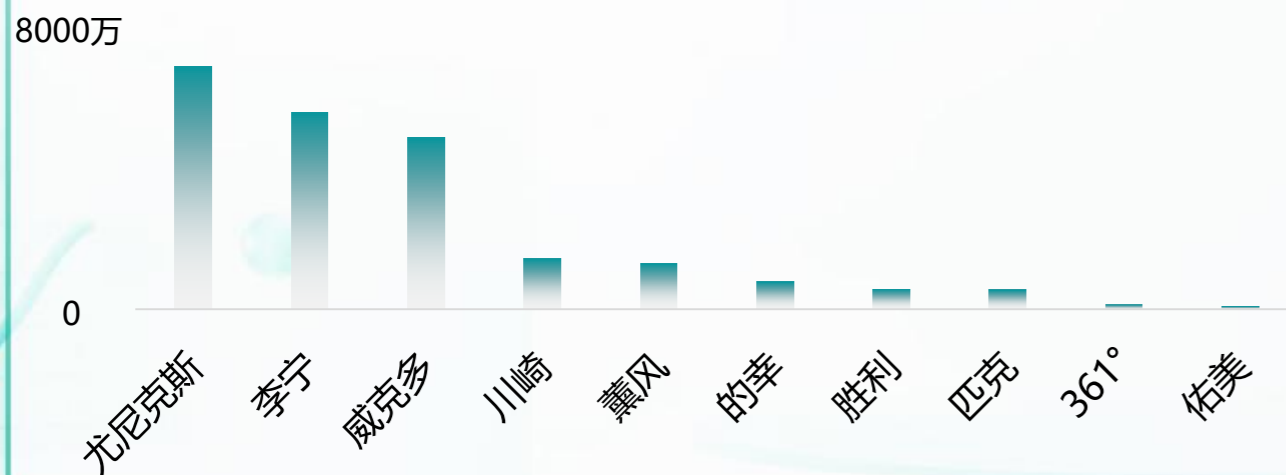
高校羽毛球赛事扫描：



近1年大学生羽毛球消费趋势：



近1年大学生羽毛球品牌偏好：



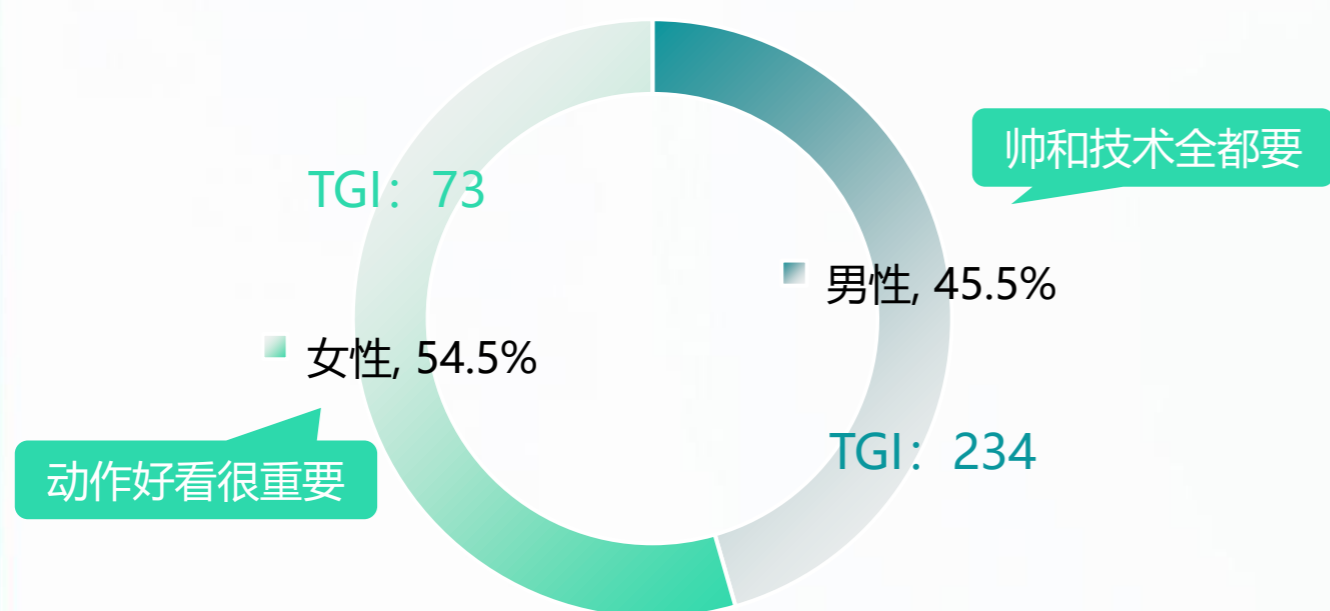
羽毛球轻盈安全圈粉女大，而男大更爱钻研羽球技术

作为自带轻盈时尚感的运动项目，上海大学生紧跟潮流，成为全国最爱打羽毛球的地区，天津、辽宁等地区紧随其后；超爱整活的大学生，开发了“宿舍打羽毛球”新玩法，迅速引爆社媒平台

MobTech研究院

大学生羽毛球人群社交聆听

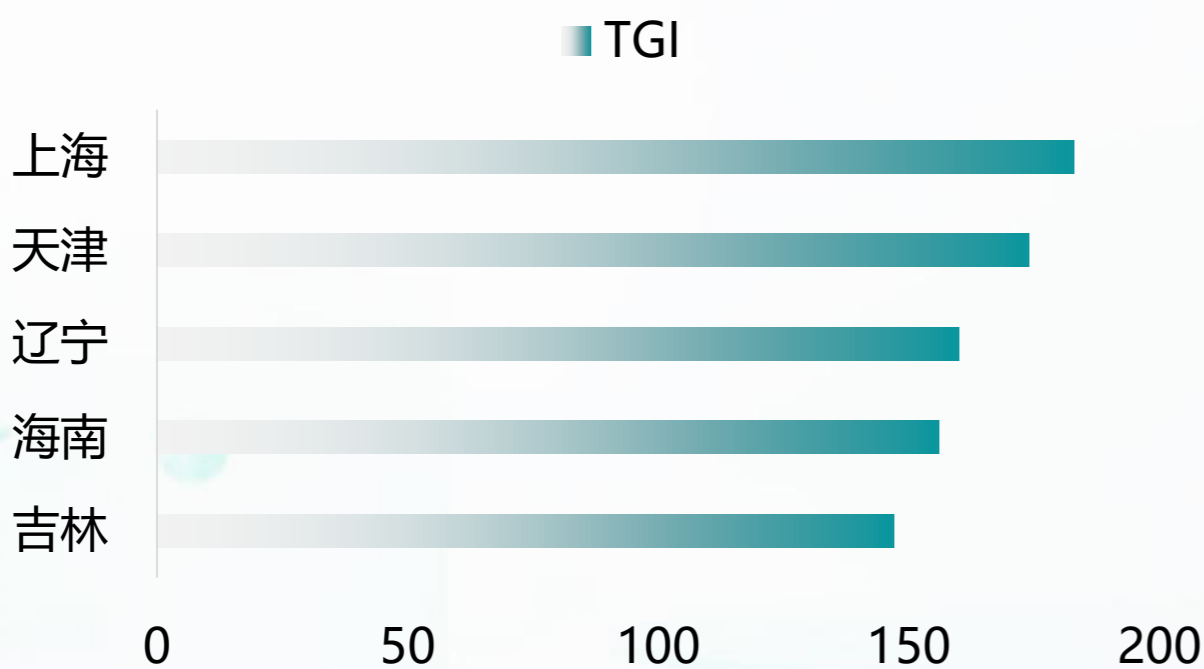
大学生羽毛球人群社媒性别分布



大学生羽毛球社媒内容切角：



大学生羽毛球人群TGI (Top 5 省份)



羡慕啊，她们的宿舍简直是我们梦寐以求的样子！

好羡慕啊，宿舍还有如此宽敞地方打羽毛球！#宿舍羽毛球热#

哇，这样的宿舍生活太有幸福感了吧，我要是在学校也这样就完美了！

活力满满的大学生 🥳

大学生涌入公路骑行破风大军，讲究速度与颜值并存

大学生把时尚骑进风里，成为骑行穿搭的主力军。骑行在乎的不是目的地，而是一种很新的运动美感，这也驱使了高颜值的公路自行车成为他们的首选。除了寒冬腊月，没有什么能够阻挡破风骑行的步伐

MobTech研究院

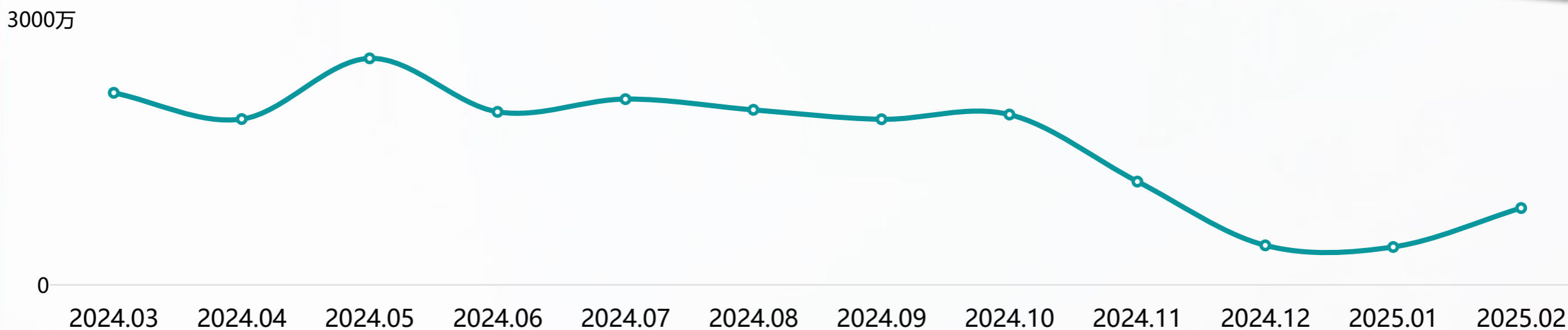
大学生骑行人群消费偏好

圈层	进阶性	指标	年轻人群占比
骑行	专业	公路竞技	11.1%
骑行	进阶	城市骑行	11.5%
骑行	入门	学生骑行	8.5%
骑行	泛运动	骑行穿搭	14.2%

TGI 559



近1年大学生骑行消费趋势：



近1年大学生骑行消费品类及品牌偏好：



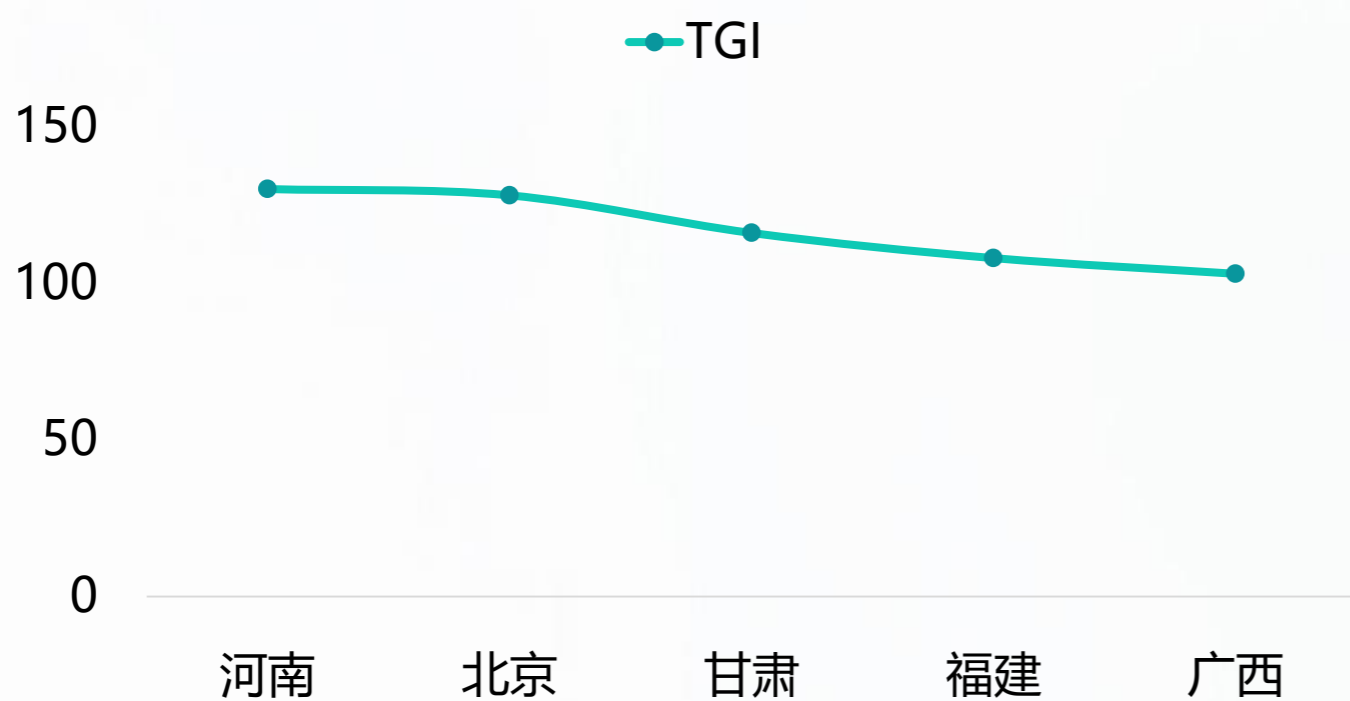
骑行成为大学生追求诗和远方，健康夜生活的新方式

2024年11月，“青春没有售价，骑行开封脚下”话题火爆网络，这一话题不仅点燃骑行讨论热情，更让开封迅速成为众多大学生开启骑行之旅、踏入骑行圈的热门目的地

MobTech研究院

大学生骑行人群社交聆听

大学生骑行人群TGI (Top 5城市)



#青春没有售价，骑行开封脚下！腿是真疼，爽是真爽，下次还骑！

#这就是当代脆皮大学生？操场的800m跑道一步都跑不动，50km骑行说走就走



露营徒步成为大学生周末出逃校园、奔赴自然的新选择

对于向野而生的大学生来说，露营徒步是向自然撒野，短暂逃离生活烦恼的解压良方。哪里有公园，哪里便可搭起第二个家，随地大小躺坠入生活的慢节奏

MobTech研究院

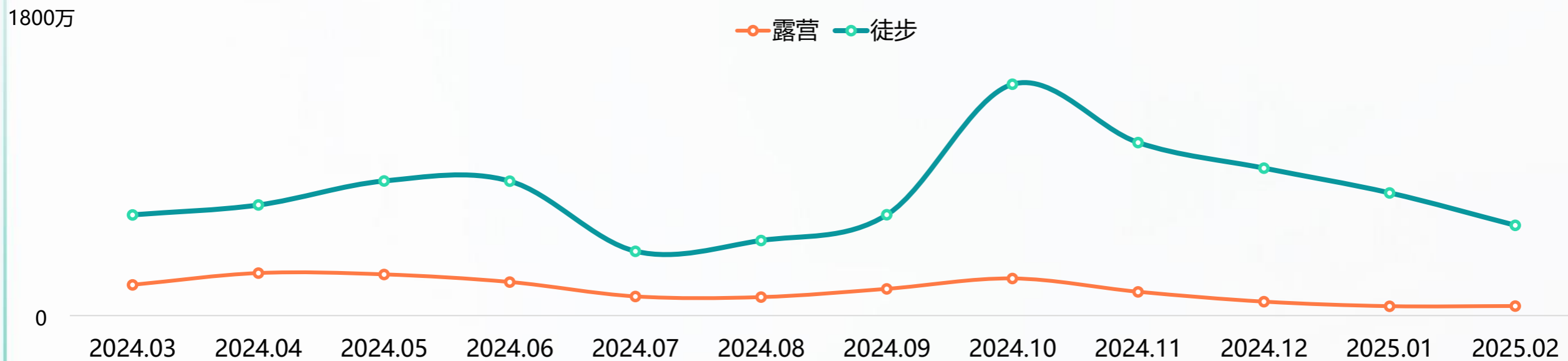
大学生露营人群消费偏好

圈层	进阶性	指标	年轻人群占比
露营	进阶	精致露营	2.6%
露营	入门	公园露营	21.8%

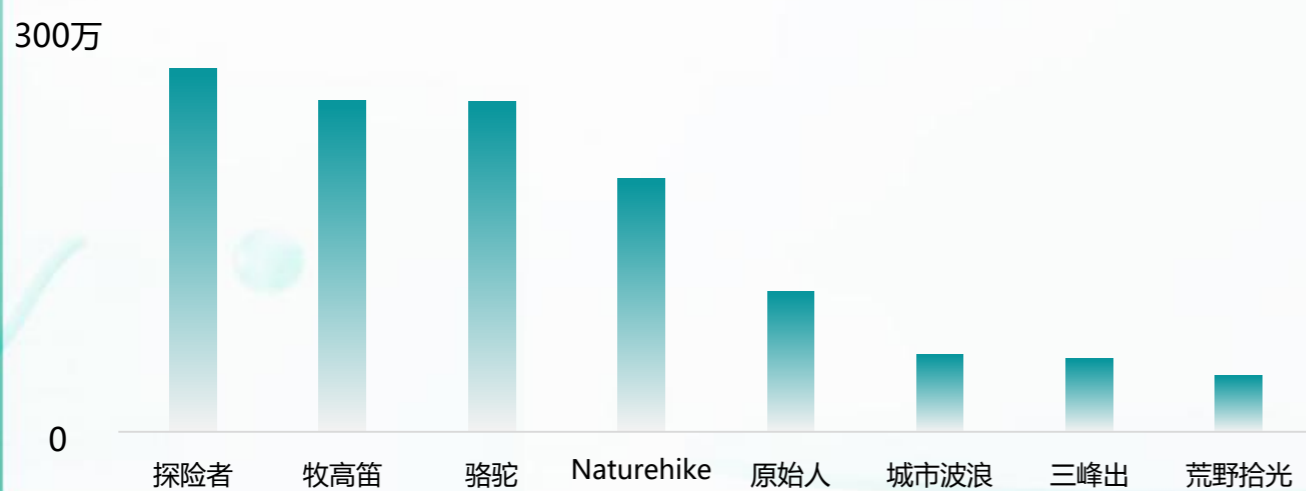
TGI 187



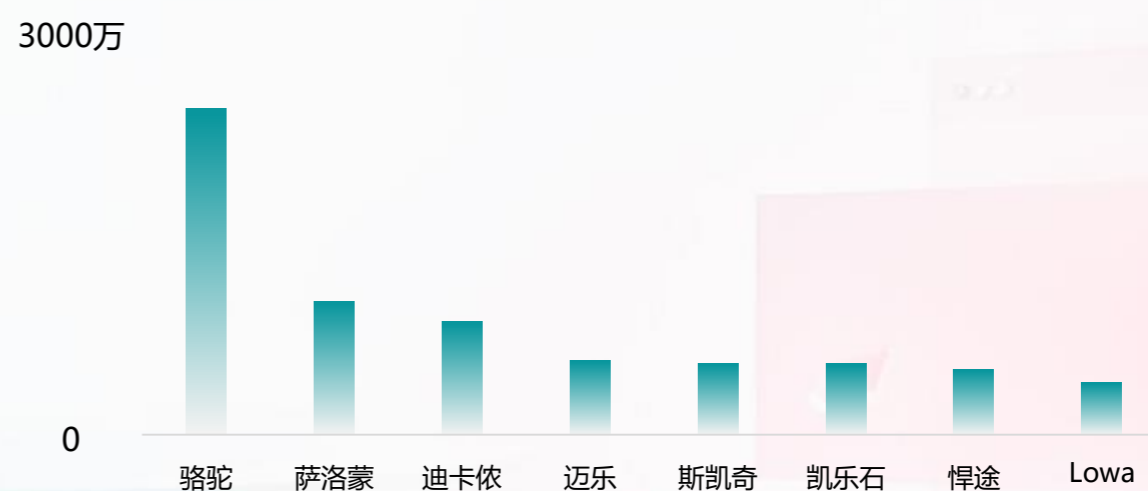
近1年大学生徒步/露营消费趋势：



近1年大学生露营消费品牌偏好：



近1年大学徒步消费品牌偏好：



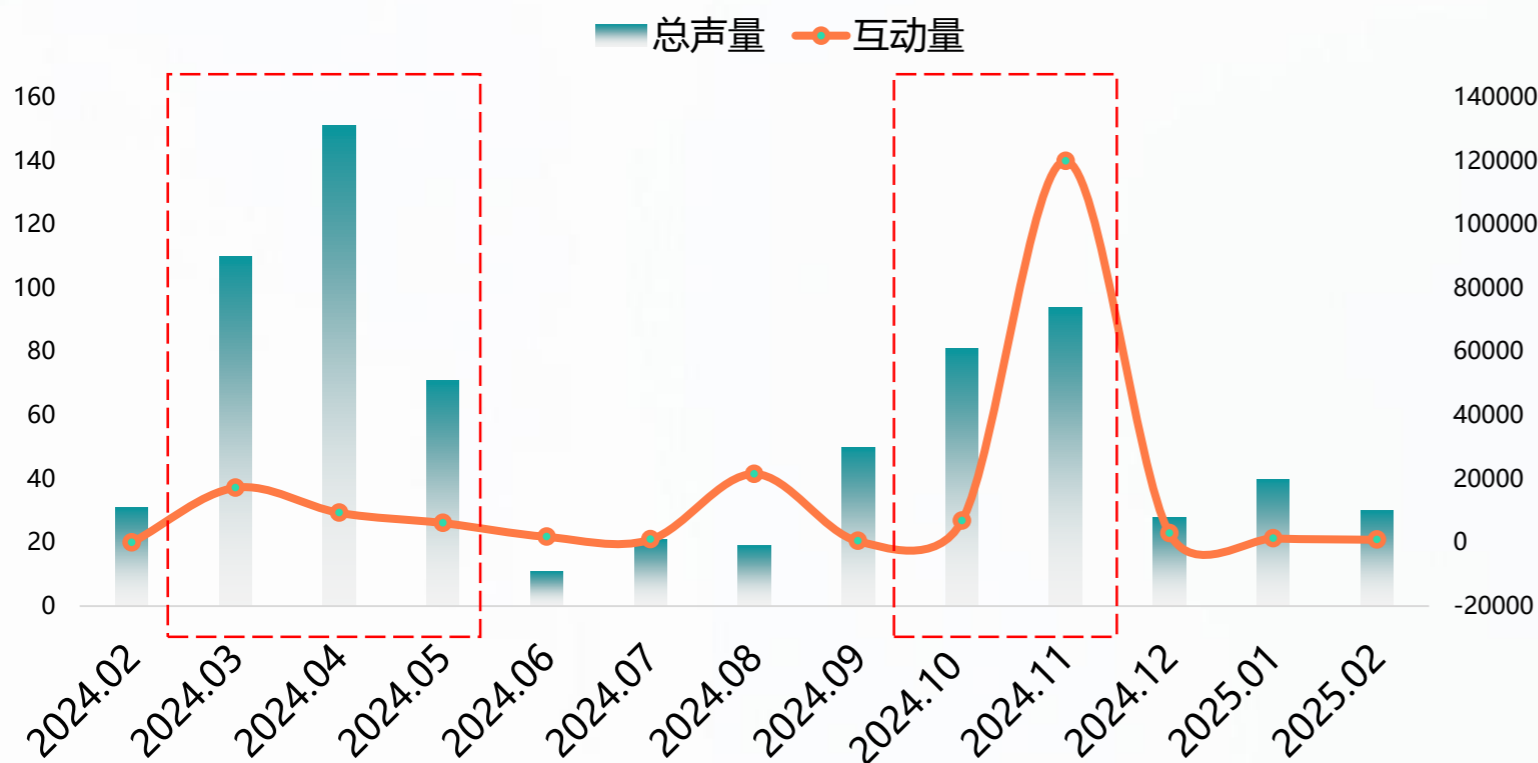
春季和秋季是探索自然的旺季，而美食是必备搭子

纵观全年的露营徒步声量，内容活跃集中再3-5月和10-11月，打开自然的正确方式就是踏春赏秋；关于露营徒步计划，比起关心美景，大学生更热衷美食，既要精致咖啡也要烟火烧烤

MobTech研究院

大学生徒步人群社交聆听

大学生徒步人群总声量集互动量分布



大学生露营都关注什么？



大学生徒步人群对露营的偏好词云图

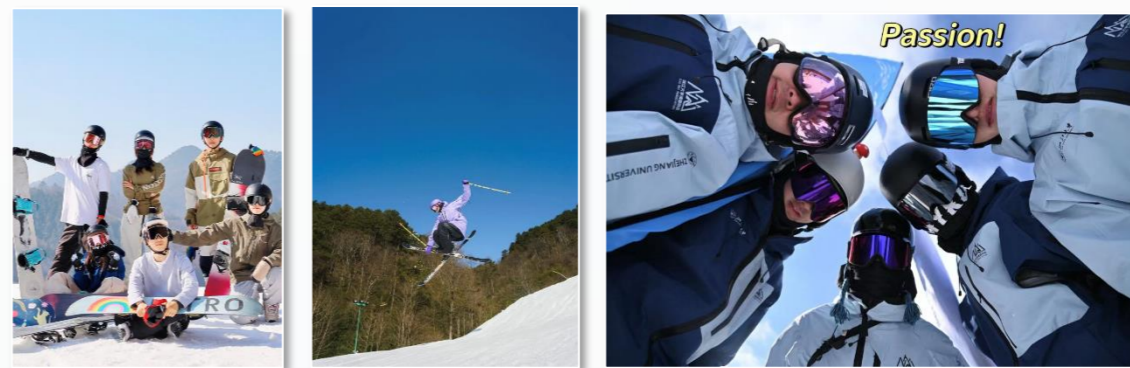
滑雪是季节性运动，但也挡不住大学生的热雪开局

滑雪原本是充满危险性的小众运动，却被热衷于挑战的大学生改写，成为年轻人拥抱寒冬的新方式；踩上滑雪板的他们从不含糊，装备必须专业拉满，而技术更要从入门滑到进阶，帅气和快乐全都要

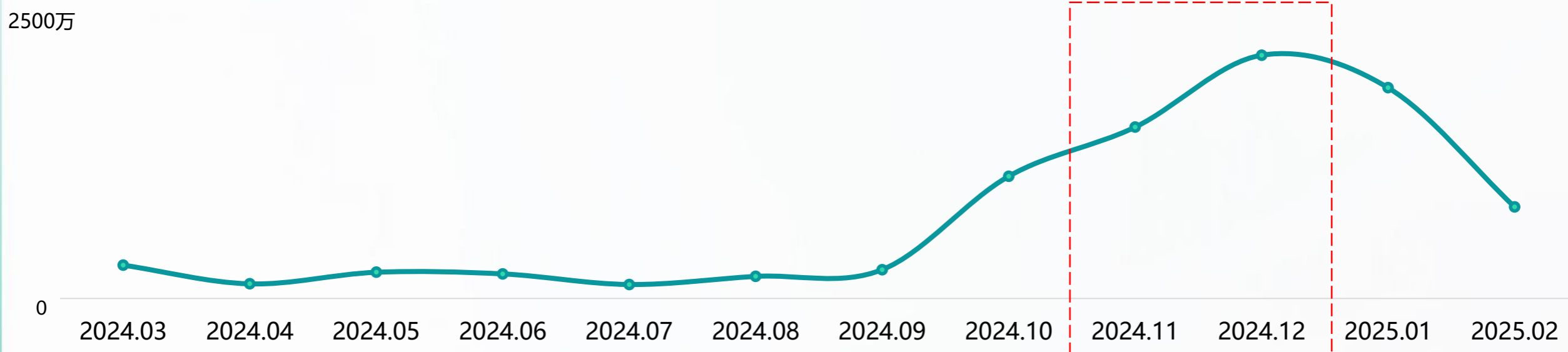
MobTech研究院

大学生滑雪人群消费偏好

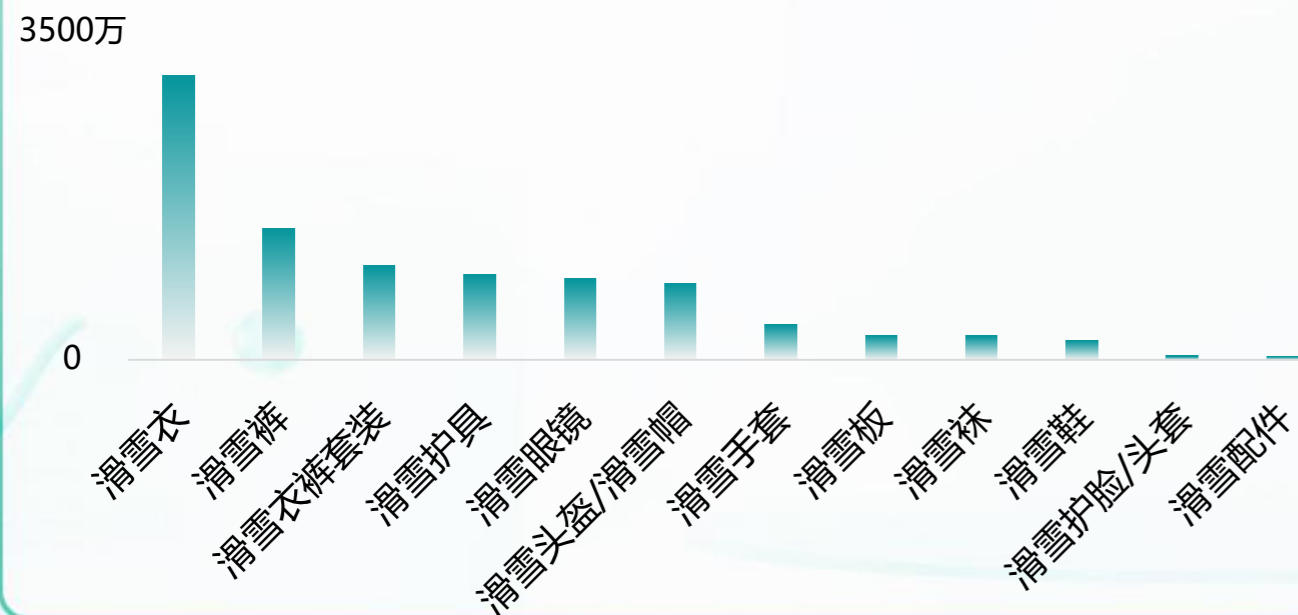
圈层	进阶性	指标	Z时代
滑雪	专业	滑雪进阶	18.7%
滑雪	入门	滑雪入门	23.1%



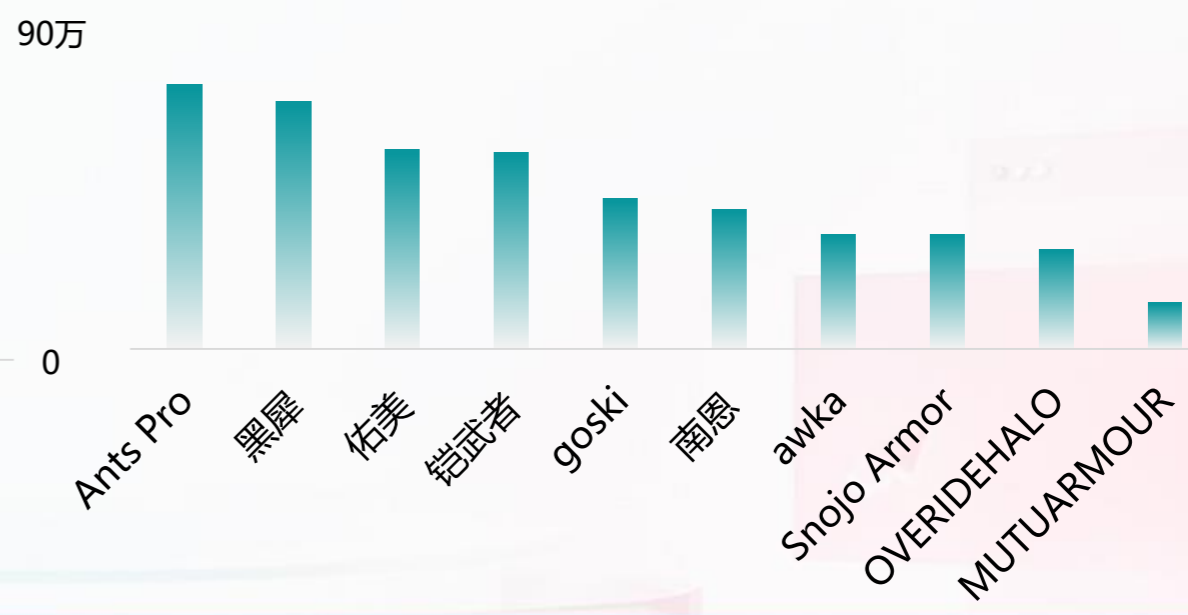
近1年大学生滑雪消费趋势：



近1年大学生滑雪消费品类分布：



近1年大学生滑雪消费品牌偏好：



追星、东奥会和旅游是大学生滑雪的重要动力

从大学生滑雪人群兴趣词云来看，追星、冬奥会、旅游是他们主动加入滑雪大军的三大兴趣点；北京、新疆、吉林具有的得天独厚的“粉雪”资源，也让这里的大学生享尽地利优势，领跑校园滑雪风潮

MobTech研究院

大学生滑雪人群社交聆听

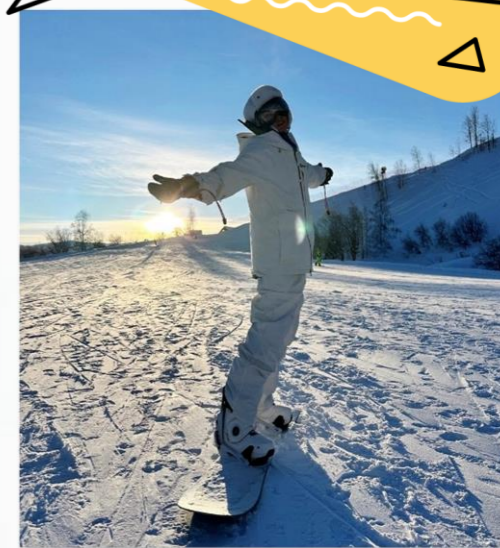


#王俊凯的滑雪课
阅读量1558.46w

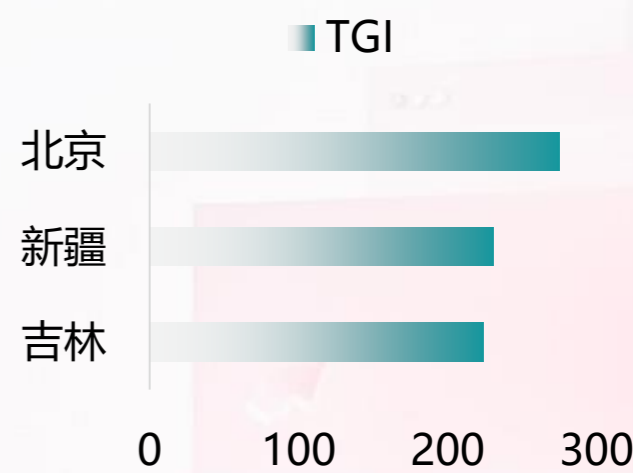


#王一博学习安装雪板好认真
阅读量457w

#新疆偶遇王源滑雪
阅读量594.6w



大学生滑雪人群TGI (Top 3省份)



大学生滑雪人群兴趣词云图

运动户外营销加速“破圈”，引领生活新风尚

随着运动户外不断突破产业界限，一众品牌积极破圈联动，茶饮、奢品、美妆等KA品牌连番打造运动向跨界活动，让运动户外打破行业认知壁垒，深度融合现代生活形态，为更多消费者带来更具层次感和新鲜感的运动生活新体验

MobTech研究院

运动户外品牌加速破圈

霸王茶姬 x 网球



LOEWE罗意威 x 城市骑行



健身 x 饿了么



天猫校园 x 特步

六大高校联跑

中南财经政法大学

四川大学

南开大学

北京理工大学

福州大学

湖南大学

星巴克咖啡 x 羽毛球



DW x 女子半马



数据说明&免责条款

数据来源

《大学生运动户外消费洞察》产出报告数据基于天猫校园营销中台、淘宝运动户外行业数据、魔镜洞察、外部资料等数据来源。

数据周期及指标说明

报告整体消费数据时间段为大学近一学年，即2024年3月至2025年2月，具体数据指标详见各页图表标注。

免责条款

本报告中所涉及的数据、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。



全国最大的高校全场景生态体系



商业化合作

欢迎邮箱咨询

qixiaoqing.qxq@alibaba-inc.com



全球领先的数据智能科技平台



研究报告合作

18516649078

marketing@mob.com