

全民户外时代加速到来，产业规模有望创新高

汉鼎智库咨询 2026-05-10

城市露营成为周末标配、徒步越野刷爆社交平台、冰雪运动从专业走向大众、骑行桨板成为全民新风尚，这场席卷全民的户外生活革命，已从小众爱好变成全民生活方式。伴随健康消费升级、政策持续加码、场景全域渗透、国产品牌快速崛起，户外运动赛道迎来确定性爆发期，成为体育产业第一增长引擎。

户外运动是面向自然场景与城市户外的综合性运动体系，涵盖徒步、登山、骑行、露营、冰雪、水上、极限等多元形态，以亲近自然、强身健体、社交休闲为核心，覆盖装备、场地、培训、赛事、文旅等全链条，是健康中国与绿色消费的核心载体，被誉为现代生活的活力出口。按场景与品类，主流赛道分为五大类：

徒步登山类，以山地穿越、高海拔攀登、野外探险为主，强调防护性、轻量化与耐用性，是户外基础大盘。代表品牌：始祖鸟、北面、凯乐石、探路者。

骑行运动类，覆盖公路骑行、山地越野、城市通勤，注重器材性能、穿戴舒适与安全防护。代表品牌：捷安特、美利达、禧玛诺、迪卡侬。

露营休闲类，聚焦轻量化露营、精致露营、亲子户外，主打便捷组装、场景美学与舒适体验。代表品牌：牧高笛、挪客、迪卡侬、骆驼。

冰雪运动类，包含滑雪、攀冰、冰雪户外，适配低温环境，强调保暖、防水与抗冲击。代表品牌：萨洛蒙、波顿、迪桑特、国产冰雪装备品牌。

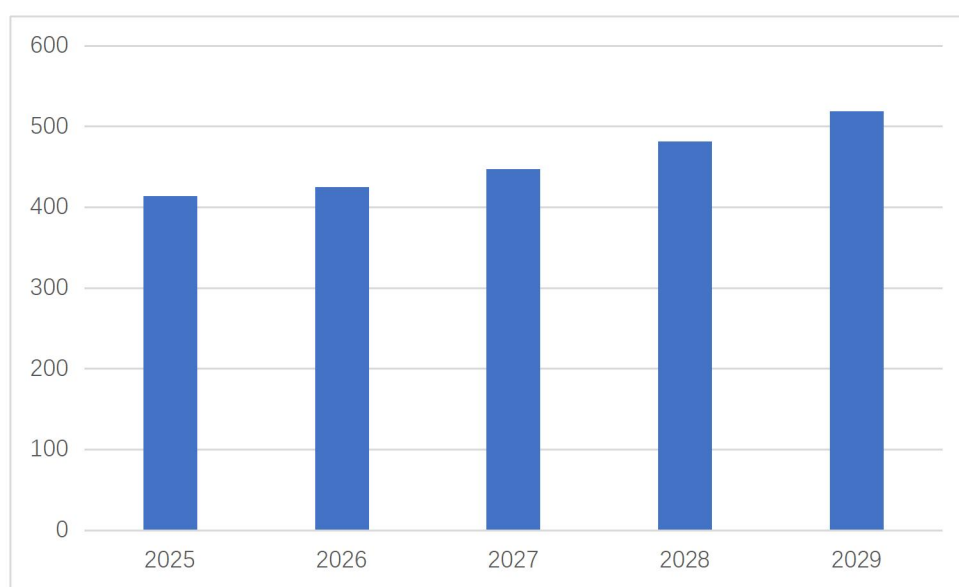
水上/极限类，涵盖桨板、冲浪、潜水、攀岩、滑翔等，专业性强、安全性要求高。代表品牌：HOBIE、黑钻、Demon、本土极限品牌。

早期户外运动以专业圈层、小众探险为主，装备笨重、体验单一、门槛偏高；

如今在智能面料、轻量化科技、穿戴监测、场景模块化加持下，已实现装备便携化、体验全民化、安全数字化，从“专业极限运动”升级为“全民休闲生活方式”，深度融入文旅、消费、健康、社交全生态。

伴随消费升级与健康生活理念深入人心，户外运动产业将持续拓宽边界，从体育细分赛道成长为千亿级全民消费产业，成为驱动消费复苏、助力健康中国、激活绿色经济的核心力量，开启全民户外的黄金新周期。叠加政策扶持、文旅融合等因素影响，我国户外运动市场持续扩容。截至 2025 年 6 月底，我国户外运动相关企业已达 33.5 万家，其中 2025 年上半年新增注册相关企业约 2.4 万家，反映出市场对行业未来发展前景持续看好，我国户外运动用品需求快速增长，2025 年中国户外运动用品市场规模约 414.04 亿美元，预计到 2029 年市场规模将增长至 518.71 亿美元，年均复合增长率达到 5.80%。

图表 1 2025-2028 年中国户外运动用品市场规模（亿美元）



数据来源：汉鼎智库咨询整理