

2022

第3期

年轻人 生活消费观察

系列研究

——户外社交篇



2022.07

克劳锐

TOPKLOUT.COM

OUTDOORS
OUTDOORS
OUTDOORS

年轻人对品牌意味着什么？

年轻人作为消费市场的主力军，是品牌营销的必争群体。
如何占领年轻消费者心智成为众多品牌营销的核心命题。

关注克劳锐年轻人生活消费观察系列研究，
洞察年轻用户营销新趋势！

年轻人的生活消费观如何？

年轻人在社交平台上喜欢看什么内容？

年轻人对品牌的消费差异如何？

社交平台上的内容如何影响内容消费？

克劳锐将从**食品饮料、化妆品、数码家电、服装服饰、家居家装、游戏娱乐、出行方式**等多个热门行业和品类出发，探索不同年龄段的年轻人在这些热门领域的细分消费行为和习惯，围绕**用户、内容、达人、平台和品牌**五方关系进行研究，结合优秀的内容营销案例，展现年轻人在各领域的生活消费动向。



研究说明

研究范围

平台选取：本次报告选取主流的内容平台（微博、抖音、快手、B站、小红书）进行户外活动相关内容的研究。

研究对象：本报告聚焦80-00后年轻人群及热门的户外活动项目。重点研究人群在日常生活参与户外活动及消费相关品类的消费态度及行为偏好、及各平台高互动量内容的特点。

数据说明

线上内容数据：如无特殊说明，各平台数据均来自克劳锐指数研究院监测所得及公开发布数据。

用户调研数据：2022年6月克劳锐指数研究院调研数据（N=428）

各平台互动量说明：微博/快手/抖音互动量=点赞+分享+评论

小红书互动量=点赞+分享+评论+收藏

B站互动量=点赞+分享+评论+收藏+投币+弹幕



报告核心看点

01.

户外已成年轻人**社交拓圈新场景**，更多新消费需求出现，年轻人在户外寻求社交价值、情绪价值、健康价值三合一

02.

年轻人在线上内容平台获取户外活动的知识干货和潮流内容，同时**在线上公开分享、呼朋唤友，构建社交圈层**

03.

丰富的户外内容，触及年轻人生活的方方面面；**便捷性、氛围感、圈层文化**是热门项目掀起户外新浪潮的关键点

04.

疫情后，“户外概念”成为线下商业复苏新引擎；近郊化的户外趋势，**为城市周边营地、新潮小众项目带来新机遇**



目录 CONTENTS

01.

年轻人在户外玩什么？

年轻群体对户外活动的行为偏好研究

02.

年轻人在线上看什么？

线上平台互动量最高的户外内容分析

03.

户外经济如何让年轻人买单？

相关品类营销案例及年轻人消费趋势



01 PART



年轻人在户外 玩什么？

1. TA们喜欢哪些户外活动？参与频次如何？
2. 不同代际的TA参与户外活动有何表现？
3. TA们参与户外项目的目的是什么？
4. 为户外添置新装备，TA们有哪些消费特征？
5. TA们从哪些渠道获取户外活动的信息？

年轻人在户外社交新场景下，需求趋于多元、消费市场广阔

● 年轻人群参与户外活动的态度偏好^①

陪伴亲友、拓宽社交圈

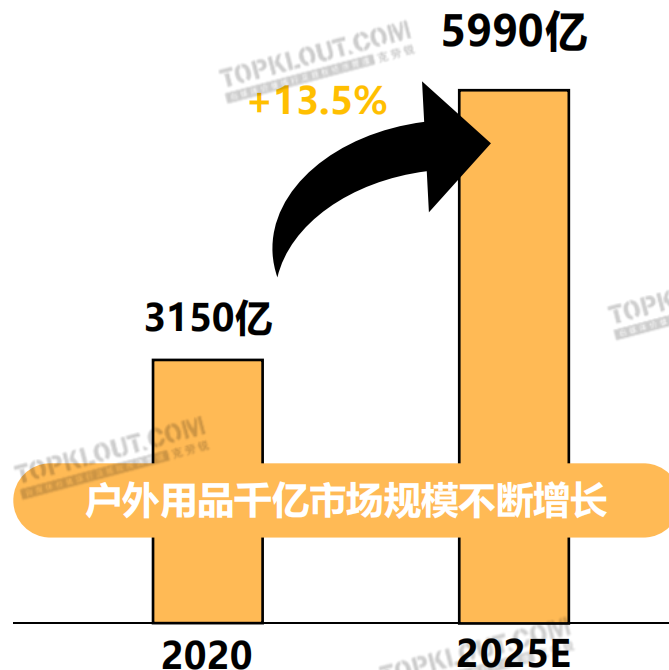
记录分享、积极尝鲜

追赶潮流、精致装备

轻量化出行、愉悦身心



● 中国户外用品市场规模^②



● 户外品类近一年销售额同比增幅^③

复古骑行服+700%

防水野餐垫+160%

成人飞盘+340%

车载帐篷+120%

天幕帐篷+270%

一次性烧烤炉+70%

.....



2022年618大促，
京东开门红10分
钟 户外露营产品
成交 额 同 比
+210%

【数据来源】①克劳锐指数研究院线上用户调研问卷（N=428）；②天猫×科尔尼《运动户外消费者运营白皮书》；③《2022京东618消费新趋势》。

活动偏好

活动需求

行为偏好

消费特征

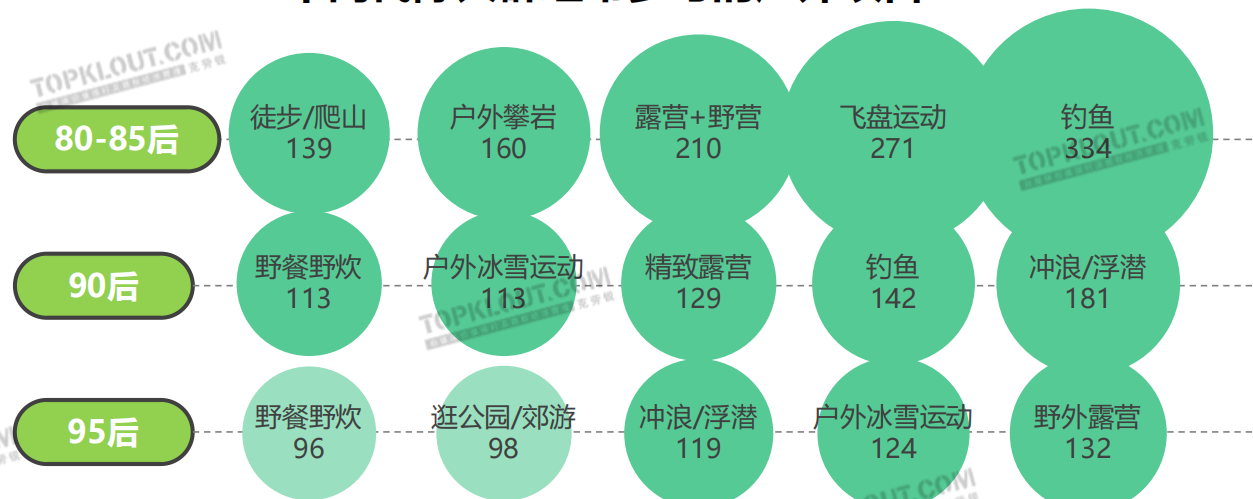
信息获取

不同代际年轻人日常生活中偏爱的户外活动一览

年轻人**经常参与**的户外项目，不同代际人群TA的偏好，

- 80-85后较其他代际人群偏爱钓鱼，对爬山/攀岩/野营等硬核活动热情更高；
- 90后更爱海上活动（冲浪/浮潜）；
- 95后较为懒宅，经常参与的项目较少且集中在新潮小众项目上；

不同代际人群经常参与的户外项目TOP5



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_44215

