

蝉魔方 x 蝉妈妈智库

抖音电商 运动户外年度报告

2024/01

CHANMAMA
DATA
REPORT



数据说明

本报告中“运动户外”行业涉及品类（抖音电商）	
一级品类	细分品类
运动户外	所有品类
服饰内衣	包含“运动、户外、登山、徒步”等关键词的商品
鞋靴箱包	
厨卫家电	运动壶/旅行壶
母婴用品	儿童运动用品
	孕产妇运动/瑜伽/健身
3C数码	运动跟踪器
	运动相机

CONTENT

01 行业市场概况

02 热点赛道洞察

03 内容生态

行业市场概况

CHANMAMA
DATA
REPORT

©2024 chanmama All Rights Reserved

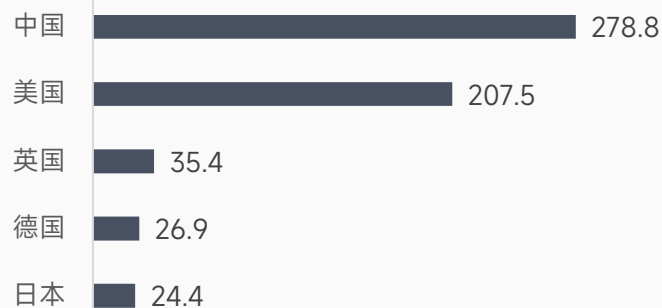
01

中国运动户外市场具有高增长潜力，行业生态繁荣发展

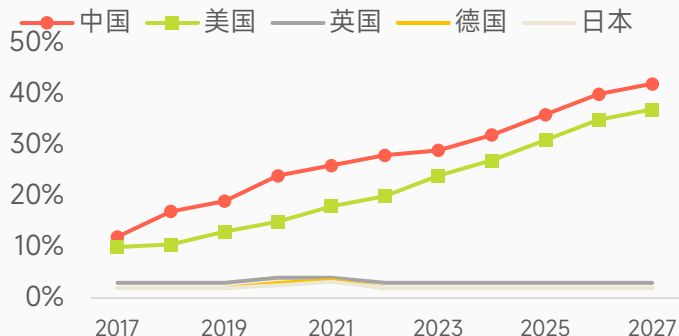
- 数据显示，2022年中国户外运动电子商务市场排名世界首位，且市场增速高于其他国家，具有高增长潜力。
- 国家持续出台多项扶持政策，保障行业稳定发展，运动户外相关企业数量稳步增长，进入成熟发展期，行业生态繁荣发展。

全球Top5消费市场规模

2022年户外运动电子商务top5国家（亿美元）



2022年top5国家户外运动电子商务增速



数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台）& Statista & 企查查 & 公开信息整理

国内运动户外行业相关政策

行动

2023.
10月

国家发展改革委、体育总局等5部门联合印发《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023—2025年）》：为行业提供更高效、更落地的政策保障。

目标

2022.
11月

体育总局、国家发改委等八部门联合印发《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。

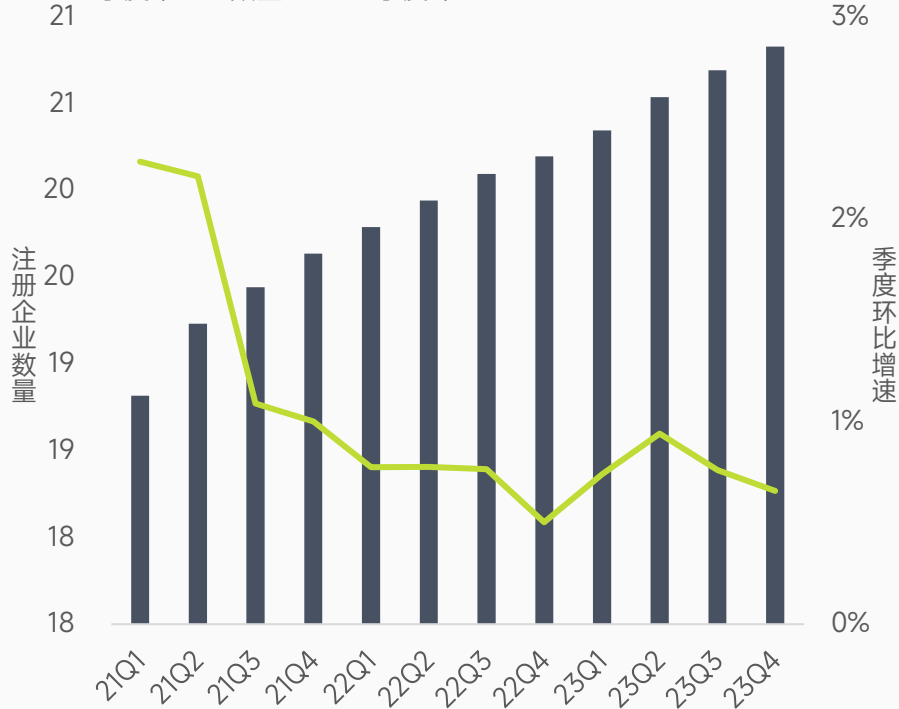
规划

2021.
10月

体育总局印发《“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。

21-23年运动户外相关企业增长情况

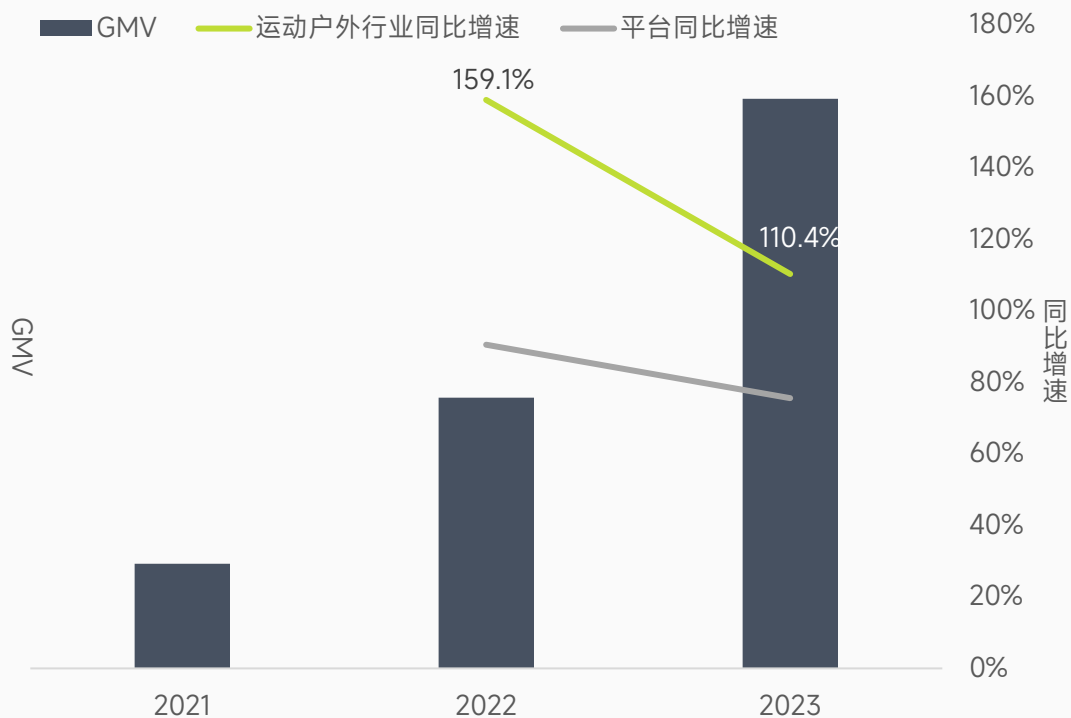
■ 季度末企业数量 ■ 季度环比



运动户外行业高速增长，5-6月和10-12月是销售旺季

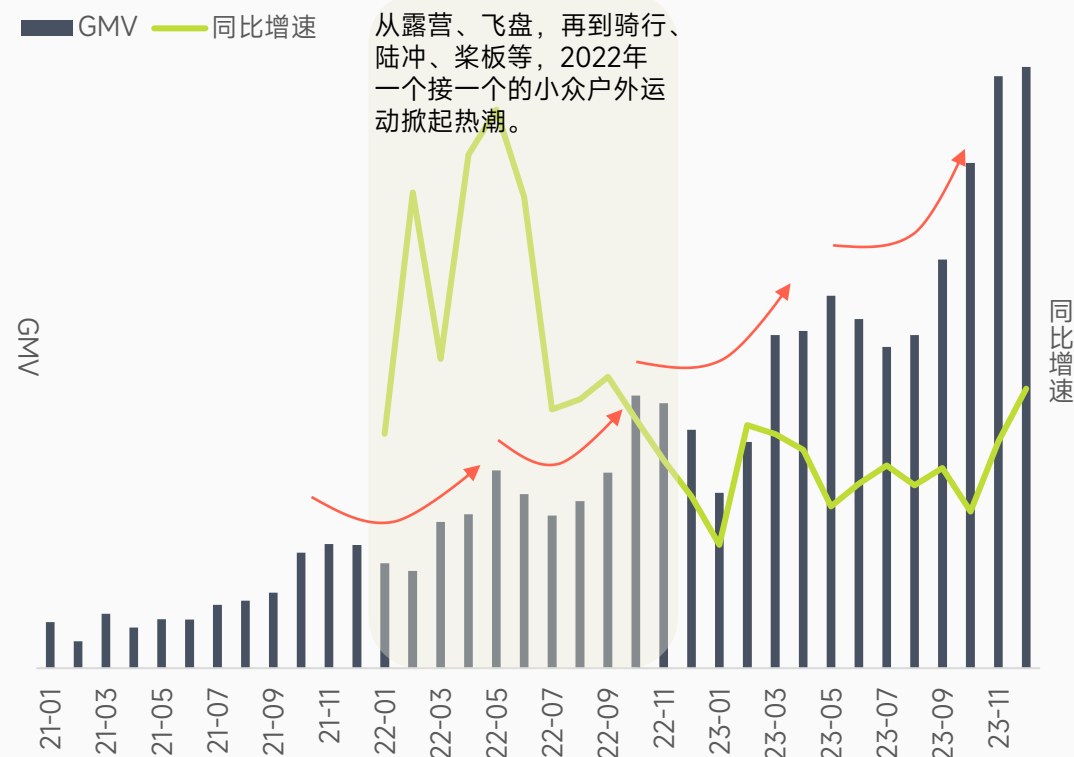
- 2021-2023年，抖音电商运动户外行业保持高于平台的增速，快速扩张。
- 21年受疫情影响，运动户外市场循序、缓慢扩张，22年-23年，消费者被压抑的户外活动热情和对自身健康、免疫力的关注，在一个接一个小众户外运动得到释放。5-6月和10-12月的夏初秋末，市场旺季来临，消费者倾向选择较为舒适的天气开展运动户外项目，使得行业具有较为明显的季节属性。

21-23年抖音电商运动户外行业规模增长趋势



数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

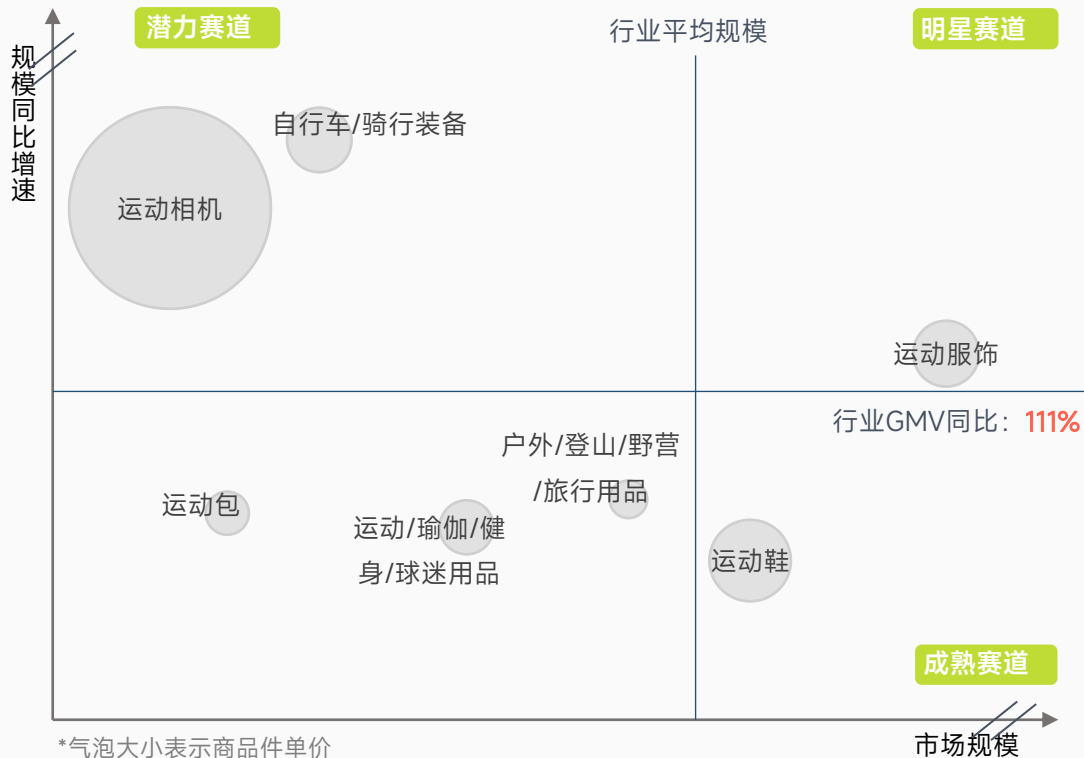
21-23年抖音电商运动户外行业规模增长趋势



运动服饰为运动户外用品第一大品类

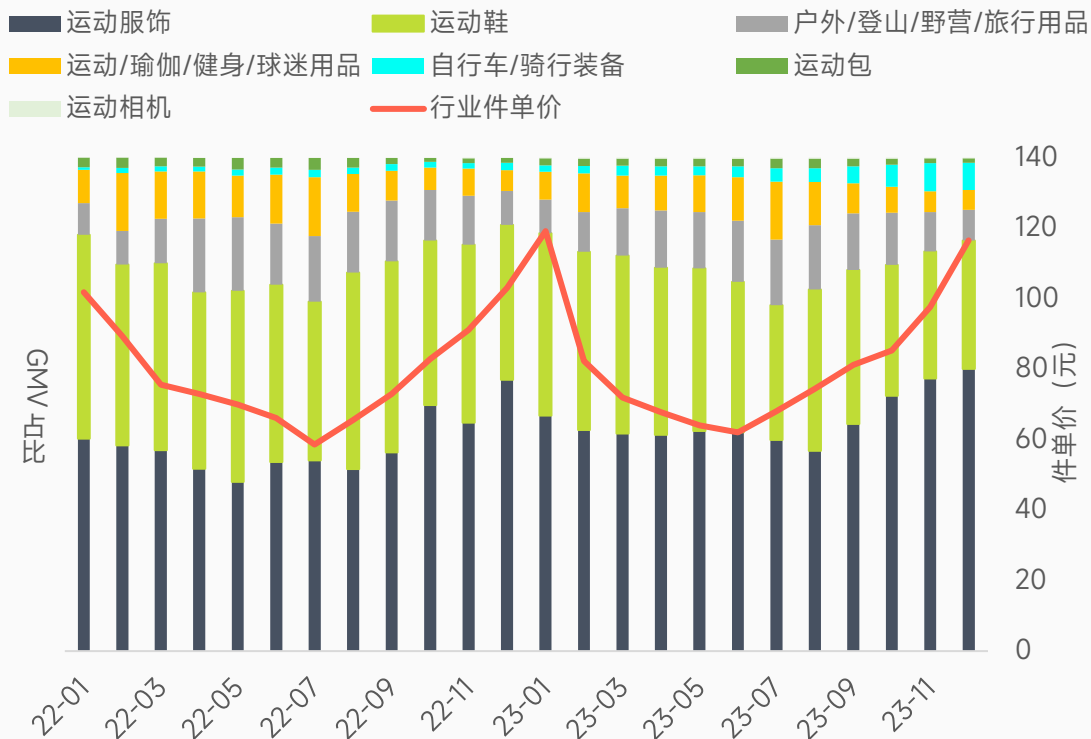
- 运动服饰为运动户外行业第一大品类，品类保持较高增速，处于明星赛道。近年来小众户外运动项目轮番出圈成为“社交新货币”，消费者对运动着装除了功能性、舒适性的需求，还需要美观性，进而带动了运动服饰的销售。
- 由于冰雪运动及登山徒步等运动的流行，加之秋冬运动服饰客单价较高，带动运动服饰在秋冬尤其冬季的销售额上涨，进而带动行业整体客单价上扬。
- 运动服饰和运动/瑜伽/健身/球迷用品具有较为明显的季节属性。

2023年抖音电商运动户外行业品类分布



数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

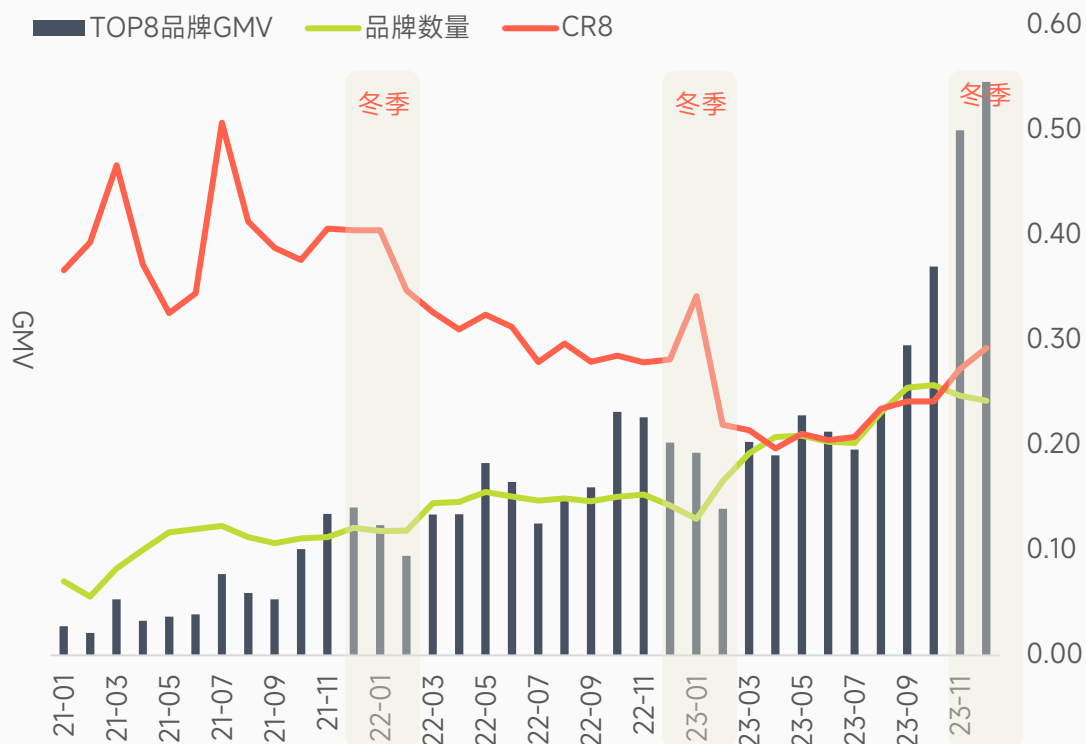
22-23年抖音电商运动户外行业品类占比



头部品牌市场份额稀释，本土品牌占据主导地位

- 随着行业热度提升，品牌加速布局运动户外赛道，稀释头部品牌市场份额，行业CR8整体呈下降趋势。2022-2023年的秋冬季节，尤其在冬季，头部品牌市场份额提升明显。在秋冬运动服饰品牌的选择上，消费者更倾向于头部品牌。
- 行业内，本土品牌占据主导地位，2023年在斐乐、骆驼、安踏等品牌的带动下，本土品牌的市占率进一步提升，消费者对国产运动户外商品的信任度提升。

2023年抖音电商运动户外行业CR8增长情况



数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

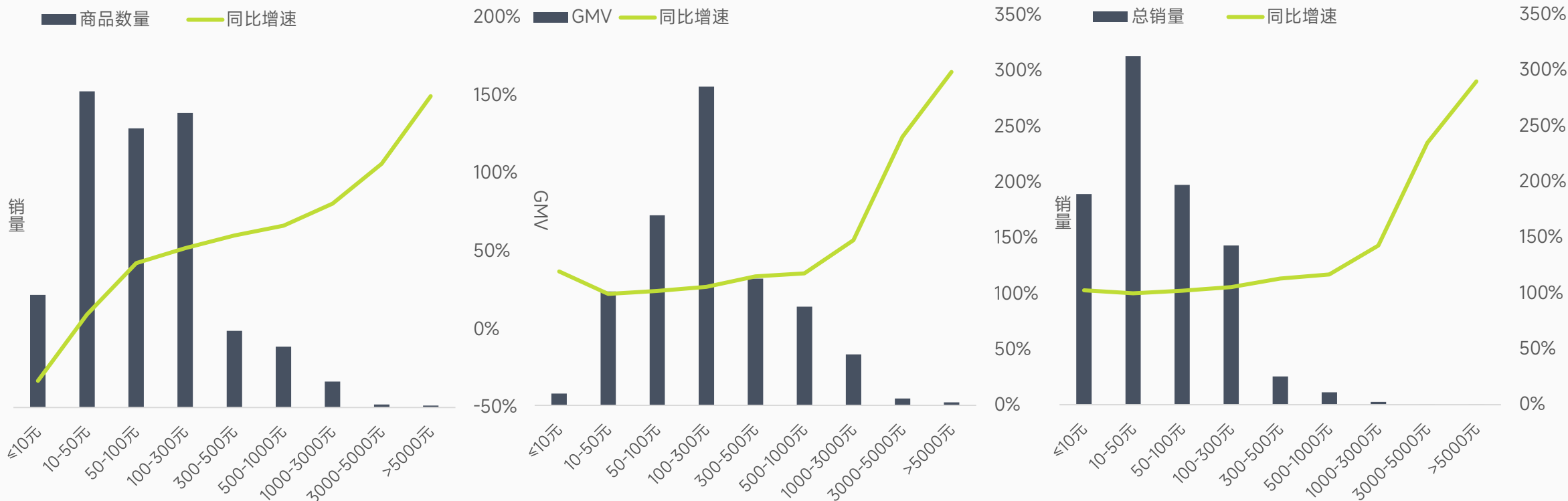
22-23年抖音电商运动户外行业国内外品牌表现



100-300元产品贡献主要GMV，千元以上产品展现较高增长潜力

- 市场主要供应商品价格集中在10-300元价格段之间，10-50元的商品销量最高，主要为速干裤、跳绳、防晒面罩等用品，100-300元的商品贡献主要GMV，主要为冲锋衣、羽绒服、骑行裤等运动服饰品类。
- 随着消费观念升级，千元以上产品展现较高增长潜力，消费者对品质高价产品的消费意愿提升。

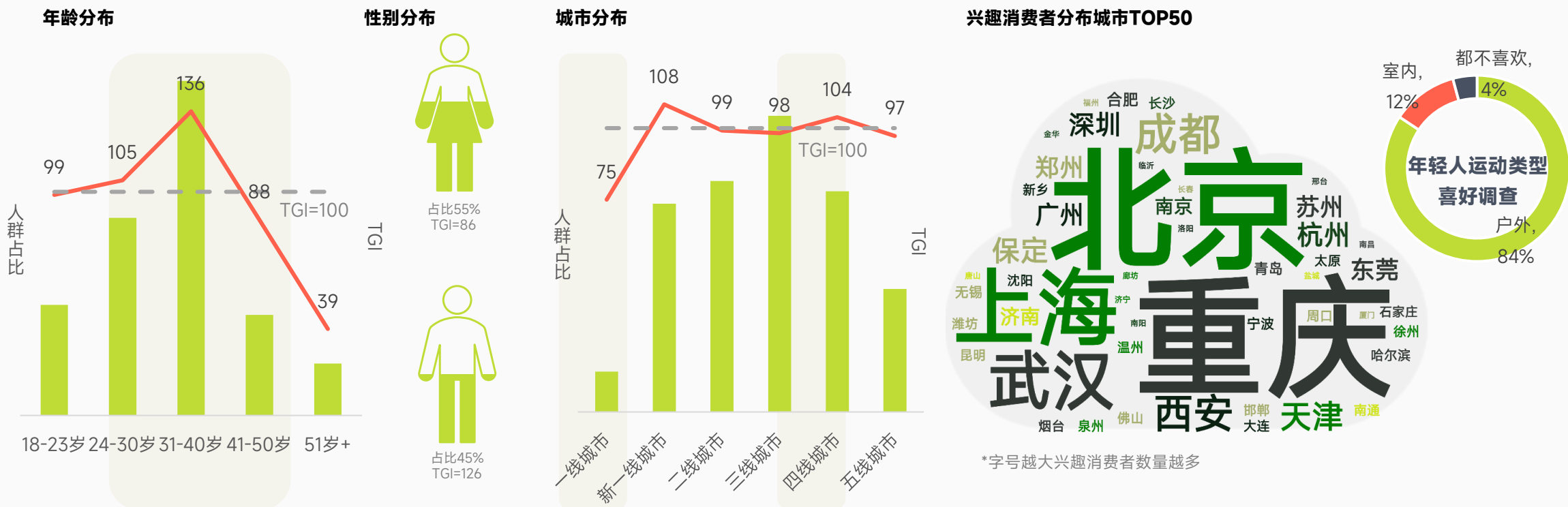
2023年抖音电商运动户外行业价格段分布



31-40岁、新一线城市、男性消费者对运动户外产品兴趣更浓

- 通过对抖音电商2023年运动户外行业销售额top50品牌的兴趣消费者进行分析发现：31-40岁的消费者互动兴趣高涨，其次为24-30岁人群，兴趣客群较为年轻；从性别来看，虽然女性消费者更多，但男性消费者TGI更高。
- 从各等级城市表现来看新一线城市消费者兴趣最高，其次为四线城市，而从具体城市来看，北京、上海、重庆、武汉、西安等一线和新一线城市兴趣消费者数量最多；

2023年抖音电商运动户外行业top50品牌兴趣消费者画像



□ 行业现状

国家政策扶持，为行业保驾护航，企业数量稳步增长，抖音电商运动户外行业保持高于平台的增速，快速扩张。

□ 推售节奏

5-6月和10-12月的夏初秋末是行业旺季。

品类趋势

运动服饰为运动户外行业第一大品类，处于明星赛道。近年来小众户外运动项目轮番出圈成为“社交新货币”，消费者越来越追求时尚感与功能实用性并存的运动服饰，运动服饰与日常穿搭的边界逐渐消融，运动时尚化浪潮持续席卷。

□ 消费趋势

31-40岁、新一线城市、男性消费者对运动户外产品兴趣更浓，消费者对本土品牌的认可度持续提升。

□ 价格趋势

行业消费升级与分化并存，100-300元产品贡献主要GMV，千元以上产品展现较高增长潜力。

品类赛道洞察

CHANMAMA
DATA
REPORT

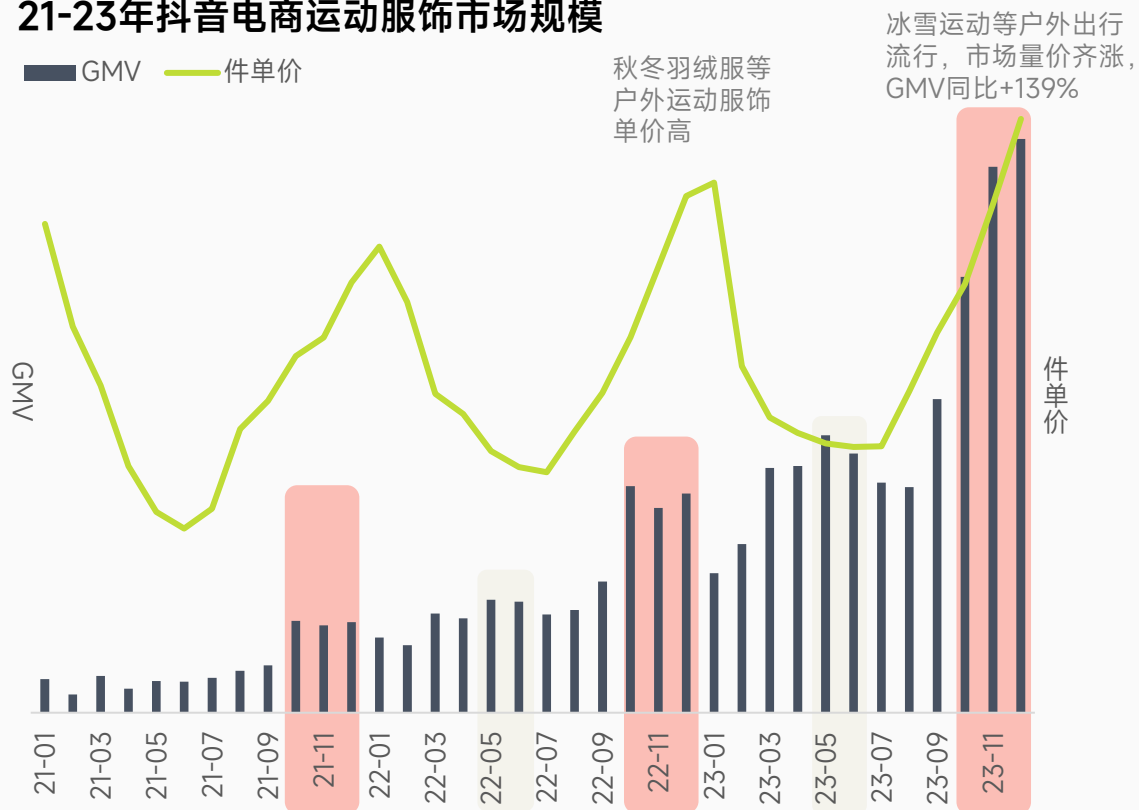
©2024 chanmama All Rights Reserved

02

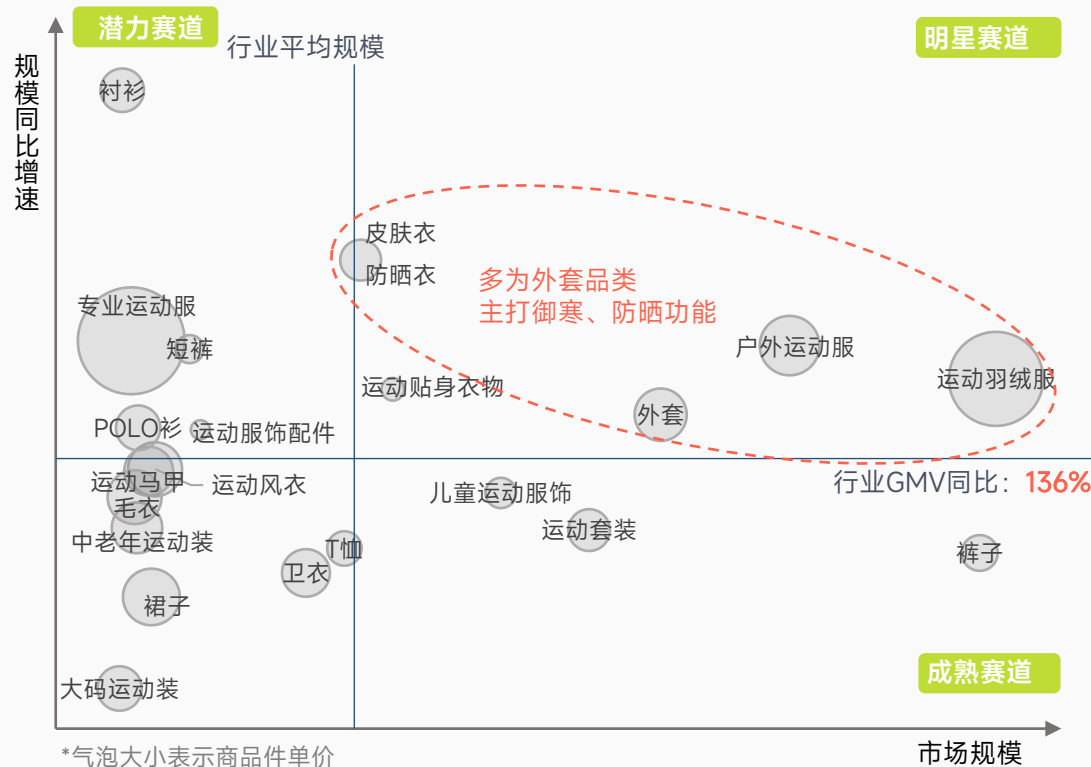
市场概况：10-12月为行业销售高峰，主打防晒御寒的户外运动外套高规模高增长

- 运动服饰具有较明显的季节属性，高客单的秋冬运动服饰带动10-12月成为行业销售高峰，其次为5-6月。2023年冰雪运动和户外运动的热度高涨，10-12月GMV同比上涨139%，品牌需把握旺季节点，可尝试结合热门运动做场景化营销种草。
- 2023年运动羽绒服、皮肤衣防晒衣等外套品类处于高增长高规模的明星赛道，防晒、御寒或是运动服饰消费的主要卖点。

21-23年抖音电商运动服饰市场规模



2023年抖音电商运动服饰细分品类市场规模



消费偏好：简约、轻量化运动风格是消费首选

- 随着户外活动变得频繁，消费者偏好简约、休闲等轻量化运动风格的服饰，同时，户外运动的社交属性和服饰的装饰功能，使消费者选购彰显个人时尚态度和个性的运动服饰。在运动服饰的常见面料中，化纤面料（涤纶、锦纶、氨纶等）仍占主体，其中锦纶面料结实，耐磨性居所有纤维之首，且材质较轻，迎合轻量化运动户外趋势，同比增速高。近年来，兼具天然纤维和化学纤维双重性能优势的再生纤维素纤维（粘胶、醋酸、莫代尔、莱赛尔等）不断出现，适时地满足了人们对服饰的舒适性和功能性的需求，其中莫代尔广泛应用于运动贴身衣物，如内衣、T恤、短裤等，增速较高。

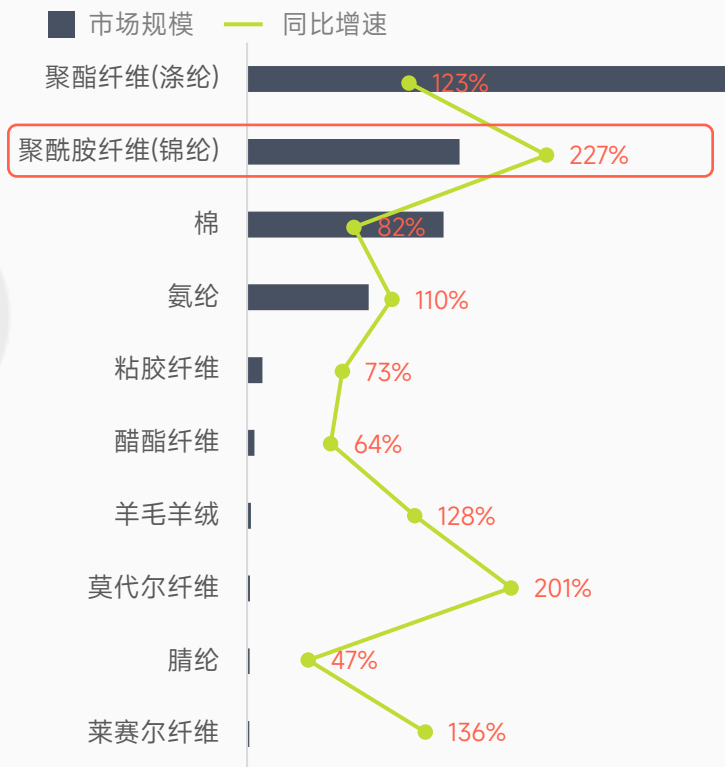
2023年抖音电商运动服饰GMV TOP20风格



轻便
出行

简约、休闲等轻量化风格是消费者首选；
韩版、通勤、优雅、甜美等彰显个性和多
场景适用的风格同样受消费者喜爱。

2023年抖音电商运动服饰常见面料市场规模



2023年抖音电商运动服饰热销商品

单品GMV破亿



【月售65w+件】骆驼三合一冲锋衣暖冬运动户外保暖防风抓绒内胆外套
成交均价：¥300-400元

科技外壳面料 耐磨抗撕裂 摇粒绒内胆
防风立领连帽 防泼拒水 透湿导汗

单品GMV破亿



蕉下新款女士凉感修身防晒衣AL119户外长袖显瘦外套夏季防晒衣
成交均价：¥200-300元

冰丝凉感防晒 修身版型 吸湿速干
专利纤维提升防晒力 自带防晒帽设计

单品GMV破亿



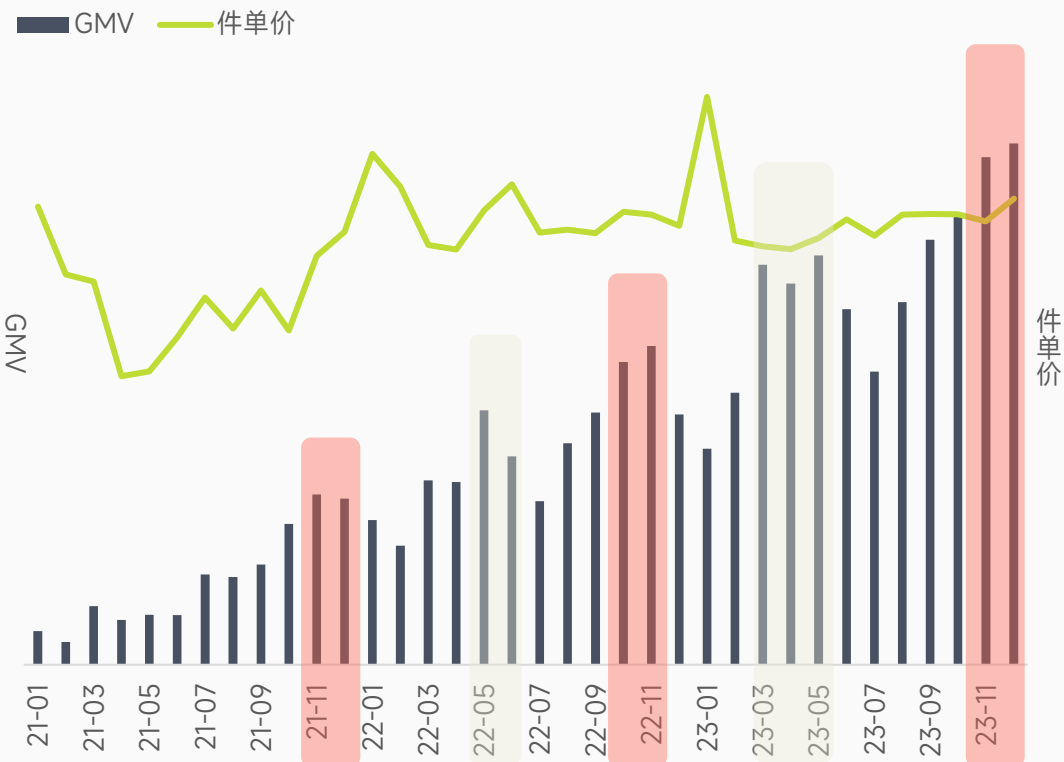
CAMEL/骆驼户外羽绒服2023秋冬新款男女加厚短款保暖防水面包服
成交均价：¥300-400元

石墨烯里布 蓄热防水 三层锁温
加高立领 可拆卸防风帽

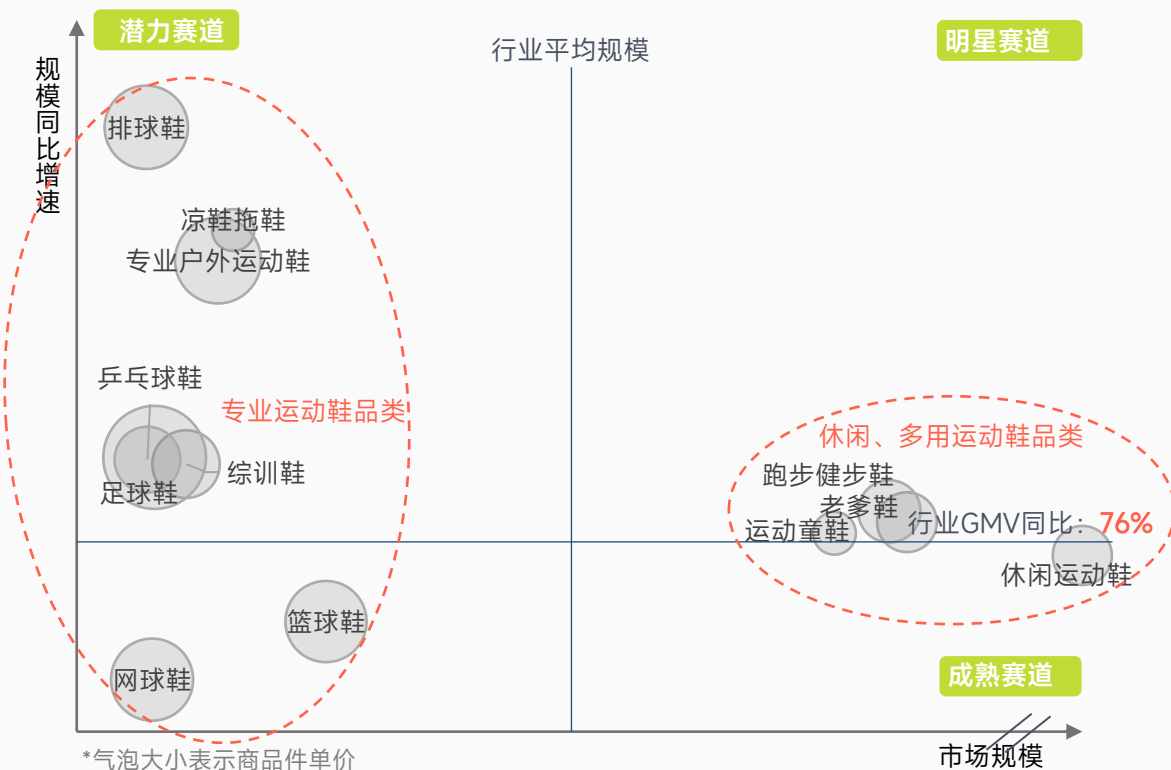
市场概况：11-12月为行业销售高峰，打破运动休闲边界的多用运动鞋高规模增长

- 运动鞋靴的增长趋势基本与运动服饰一致，具有较为明显的季节属性，10-12月为行业旺季，3-5月的春夏之际也有销售小高峰。品牌可针对不同季节的穿着痛点，对产品做差异化营销。
- 老爹鞋、健步鞋、运动童鞋等日常休闲和跑步运动多用的运动鞋市场规模遥遥领先，而排球鞋、乒乓球鞋等专业运动鞋在抖音电商实现高增长，消费心智在持续形成。

21-23年抖音电商运动鞋靴市场规模



2023年抖音电商运动鞋靴细分品类市场规模



消费偏好：舒适性与功能性兼得，打破日常休闲与运动边界，多场景、多人群适用

- 消费者选购运动鞋靴时，主要关注穿着的透气、轻量等舒适性，同时，具备减震、耐磨等功能性卖点的运动鞋靴也有较为广阔的市场。
- 在常见的鞋面材料中，皮革的应用最为广泛，其中多种材质拼接的合成革占有较大市场份额，另外，耐磨环保的超纤材料和透气且成本较低的猪剖层皮革市场增长迅速；其次为透气性较好的纺织鞋面，其中轻便、透气且包裹感强的飞织工艺鞋面在2023年增长迅速。
- 热销商品兼具日常穿搭与运动功能，打破多场景、人群（男女通用）边界，且普遍兼具舒适性与设计感。

2023年抖音电商运动鞋靴主要功能卖点

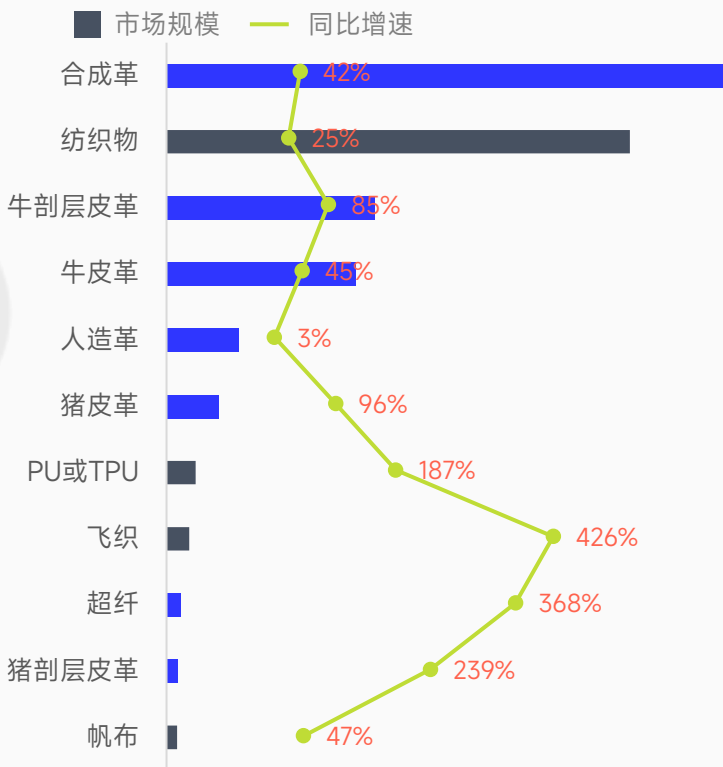


*字号大小表示市场规模大小

功能
第一

速干、耐磨、防滑等功能性卖点是消费者首选，透气、轻量、回弹等舒适的穿着体验同样备受关注。

2023年抖音电商运动鞋靴常见帮面材质规模



2023年抖音电商运动鞋靴热销商品

单品GMV破亿

【火星鞋】Fila斐乐2023运动鞋休闲老爹鞋轻便减震厚底男女款鞋子
成交均价：¥500-600元

男女同款 防滑耐磨 复古配色

厚底显高 轻盈鞋底，有效回弹 轻运动多场景

Mizuno/美津浓23秋冬男女网面跑鞋时尚耐磨减震跑步鞋RACER S百搭
成交均价：¥300-400元

轻质EVA中底 复古拼接鞋面 加厚耐磨鞋底

运动、日常多场景 抗扭转保护 反光夜视

必迈远征者Pure户外运动跳绳跳操男女同款耐磨防滑减震时尚慢跑鞋
成交均价：¥200-300元

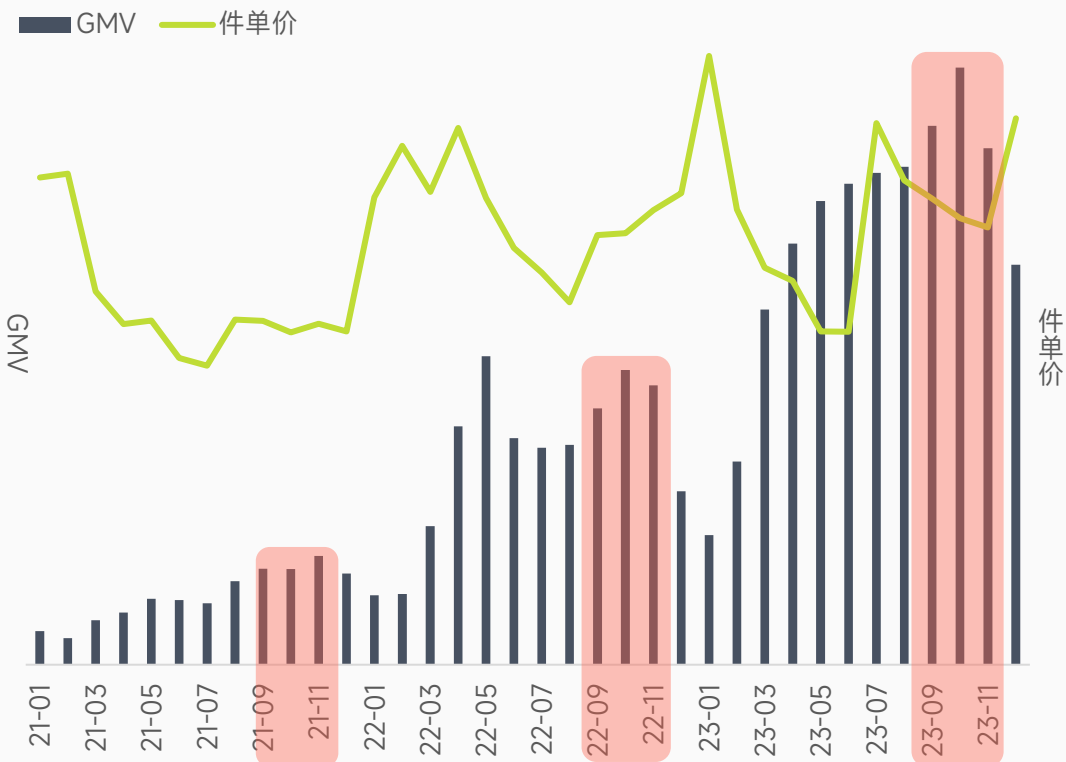
立体网眼鞋面 轻质EVA中底 防滑耐磨

步态摇摆系统 重心引导，释放脚踝和小腿压力

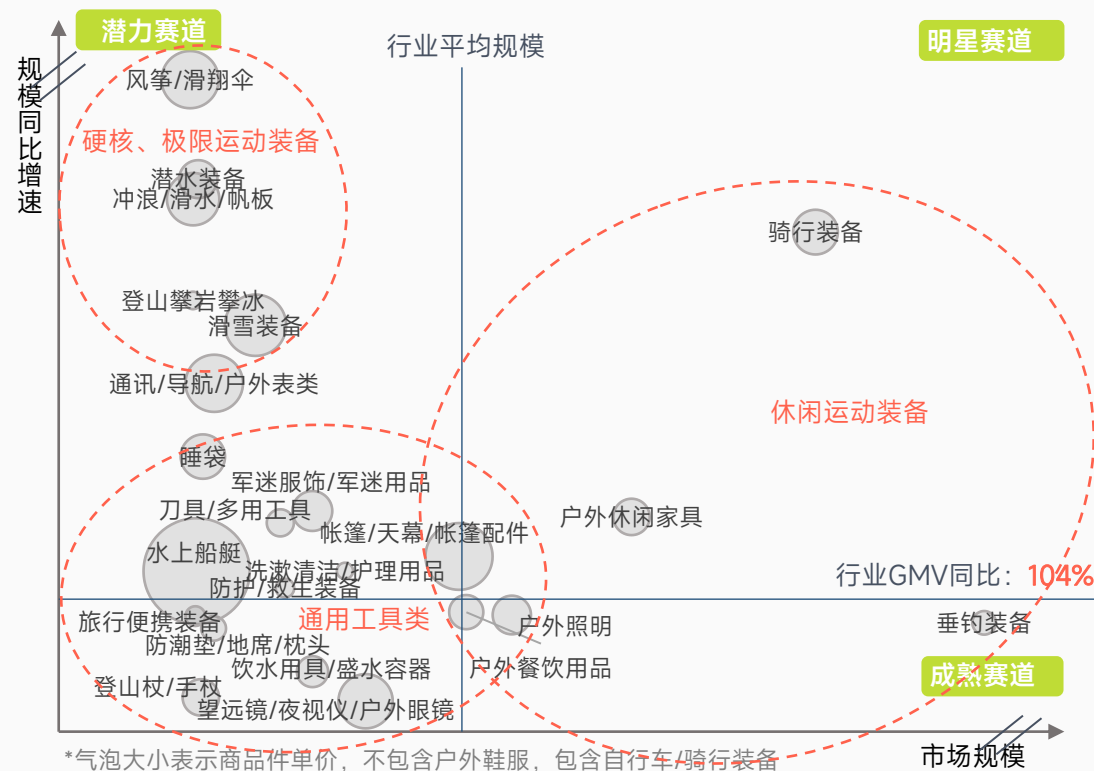
市场概况：户外运动销售常态化发展，休闲运动高规模，极限运动高增长

- 在9-11月，天气较为舒爽的秋季是登山野营等户外运动的行业销售高峰。随着垂钓、骑行、露营等轻户外活动的风靡，2023年，行业销售渐趋于常态化，各个月份销售节节攀升。
- 垂钓、骑行、露营等休闲运动高规模增长，滑翔伞、潜水、冲浪等极限运动高增长。
- 骑行装备处于高规模高增长的明星赛道，2023年是中国自行车市场的“发展大年”，骑行热潮风靡全国，自行车赛事发展重回“快车道”，带动线上、线下的骑行品类销售火爆。

21-23年抖音电商运动户外用品市场规模



2023年抖音电商运动户外用品细分品类市场规模



消费偏好：国产品牌活力强，轻量自行车是消费首选，碳纤维或将迎来广泛市场

- 作为户外运动的热门项目，骑行风潮带动了骑行设备的高规模高速增长。消费者选购骑行设备时，轻质的车材更受消费者青睐，其中铝合金工艺成熟得到广泛应用。并且，越来越多的消费者愿意选购强度高，性能优越的碳纤维材质骑行设备。根据《2022全球碳纤维复合材料市场报告》显示，2022年我国碳纤维材料的使用量首次超过进口量，全球碳纤维材料产能约 18% 应用于体育行业，高于航空航天军工工业 15% 的占比。自行车是体育行业中广泛使用碳纤维材料的分支之一，而高模量碳纤维在自行车产品上的应用前景十分广泛，品牌可关注该材质在产品上的运用。
- 抖音电商热销商品多为国产自行车品牌，价位落差较大，消费者愿意为专业高价的骑行设备买单。

2023年抖音电商车架材质规模

2023年抖音电商车架常见材质增速

2023年抖音电商骑行设备热销商品



*字号大小表示市场规模大小

轻量
第一

自行车车架多以铝合金、碳钢等轻质材质材料制成。其中铝合金材质工艺技术成熟，应用较为广泛，性价比较高；优越的性能使高价碳纤维在2023年同比增速超2000%

铝合金
2023年同比增速
+387%

高碳钢
2023年同比增速
+253%

碳纤维
2023年同比增速
+2161%

玻璃钢2023
年同比增速
+1599%

镁合金
2023年同比
增速
+11%



XDS/喜德盛AD350破风公路车铝合金破风车圈油压碟刹超轻自行车
成交均价：¥3800-4000元

专业骑行 超轻X6铝合金车架

2*10速变速系统 油压碟刹



FOREVER/永久官方旗舰店铝合金变速自行车学生成人越野减震运动车
成交均价：¥600-700元

30速 帕菲特变速 铝合金/高碳钢车架

机械双碟刹 山地、越野可用



XDS/喜德盛RS350公路车爆款款综合型超轻车架破风轮组内走线

成交均价：¥3500-3600元

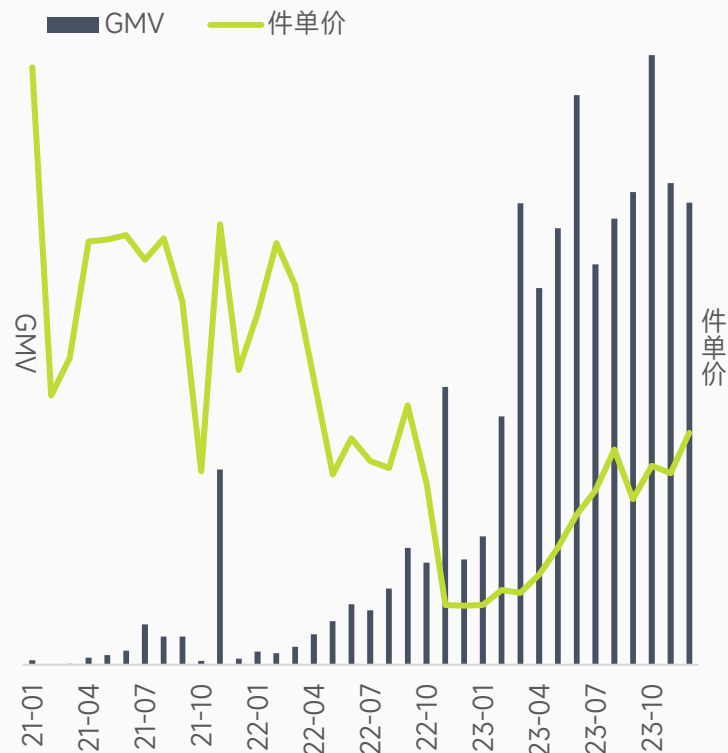
专业骑行 超轻X6铝合金车架

双动机械碟刹 全隐藏式内走线

市场概况：2023年为运动相机发展元年，Top2品牌占据市场超6成份额

- 2023年伴随运动风潮和自媒体的快速普及，户外运动对解放双手的需求和记录、分享生活的需求推动运动相机品类迅速崛起。
- 防抖、高清、全景、长续航是热销商品的普遍共性，防抖作为运动相机的基础需求，品牌可在宣传中着重展示。
- 影石与大疆两大国产运动相机品牌占据市场超60%份额，热销商品同样被二者霸榜，不同价位和品牌的产品在防水等级、屏幕大小、像素等方面均有所差异。

21-23年抖音电商运动相机市场规模



2023年抖音电商运动相机卖点



*字号大小表示市场规模大小

防抖第一

防抖是运动相机的基础需求，从而提高成像质量，进而满足消费者对高清、长续航、可夜视、便携等功能的需求。

2023年抖音电商运动相机热销商品



【官方直播】X3防抖运动相机全景摩托骑行路亚滑雪跑步防水5.7K高清
成交均价：¥3000-3200元

2.29"触摸屏 10m防水 AI剪辑 第三视角拍摄
7200万全景照片像素 5.7K全景视频像素



大疆 DJI Osmo Action 4 运动相机 滑雪钓鱼骑行潜水vlog防抖录像
成交均价：¥2600-2800元

18m防水 1.4"、2.25"双触摸彩屏 1/1.3英寸传感器
第三视角拍摄 语音交互 4K视频像素 耐低温



大疆 DJI Osmo Action 3 运动相机 摩托车滑雪防抖vlog录像神器
成交均价：¥2500-2600元

1.4"、2.25"双触摸彩屏 1/1.7英寸传感器
16m防水 第三视角拍摄 4K视频像素 耐低温

□ 轻量化出行

轻量化风格的鞋靴服饰、轻量化的骑行设备和解放双手的运动相机受消费者喜爱。

□ 运动与日常生活边界融合，多场景适用的产品更受青睐

运动户外行业常态化发展，运动穿搭和运动习惯越来越融入人们的日常生活，休闲、通勤风格、男女同款等兼具舒适性和功能性的运动鞋靴服饰热销。

□ 国产品牌活力增强

国产品牌在骑行设备、运动相机等品牌独占鳌头，鞋服等品类的热销商品中，国产品牌均占有一席之地，在运动户外行业中，消费者对国货信赖度提高。

热门运动户外项目 内容生态

CHANMAMA
DATA
REPORT

©2024 chanmama All Rights Reserved

03

球类运动国民度高，休闲运动和极限运动各有所爱

2023年抖音运动户外项目热度

球类
运动

38亿+



瑜伽

4亿+

轮滑
滑板

2.6亿+

步行
慢跑

1.4亿+

垂钓
路亚

11亿+



露营

3.7亿+

登山
徒步

2.1亿+

潜水
冲浪

1.1亿+

骑行
越野

4.8亿+



滑雪

2.9亿+



太极

1.7亿+

蹦极
跳伞

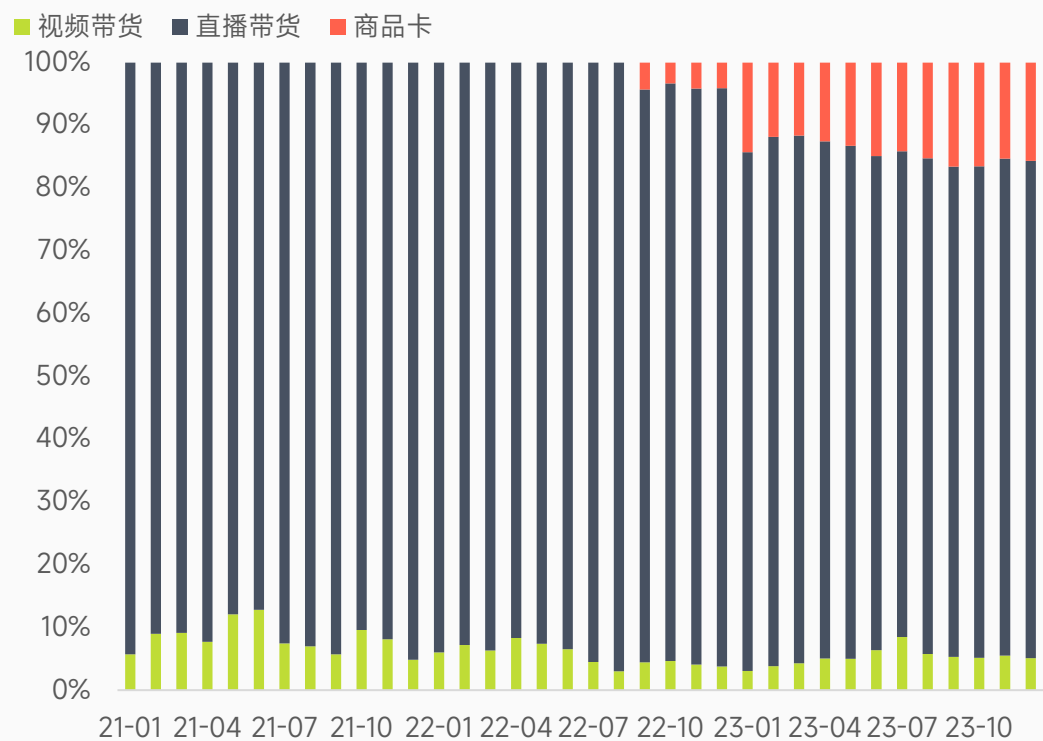
1.0亿+



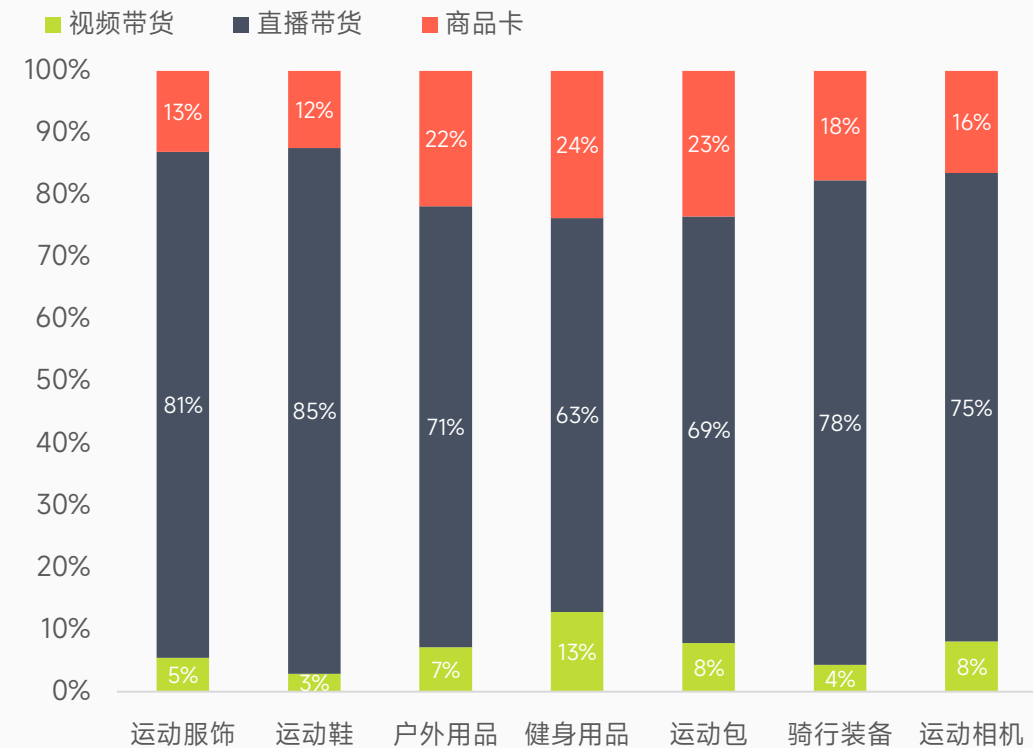
直播为主，商品卡、短视频带货为辅

- 运动户外消费者倾向于在直播间下单购买，分析师认为主要是因为多数户外运动处于快速破圈阶段，对新手小白来说，直播间在展示产品细节、上身效果和专业户外知识讲解上更有优势，消费者更容易被种草，并且对于高客单价的产品，消费者需要更多更及时的信息，辅助决策。
- 对于客单价相对较低的户外用品、健身用品和运动包品类，短视频带货的占比高于其他品类。

21-23年抖音电商运动户外行业销售方式



2023年抖音电商运动户外各品类销售方式

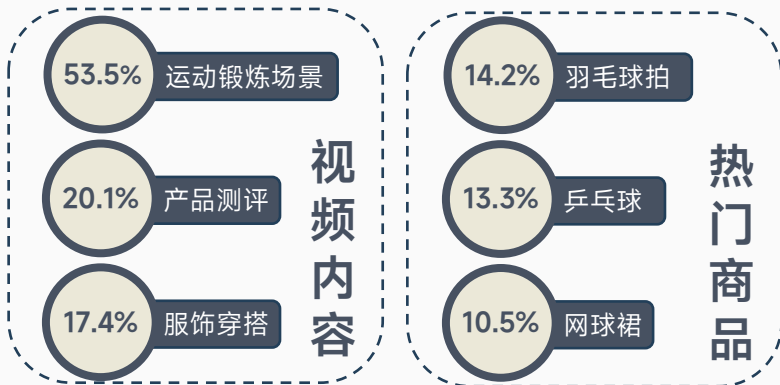
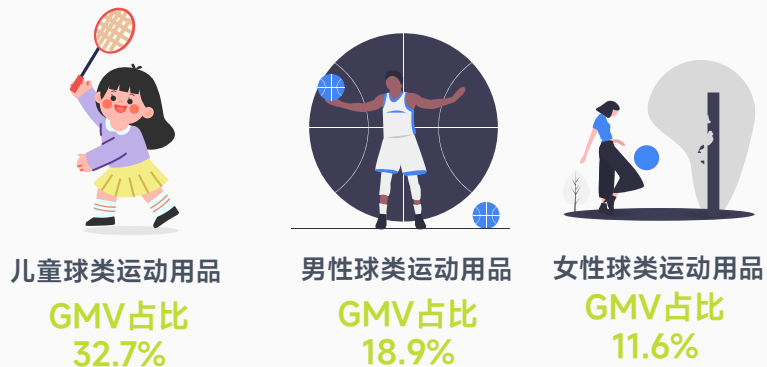


数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

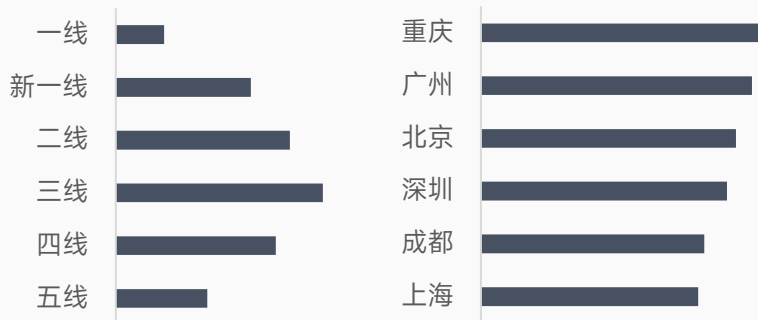
场景化种草是常态，二三线18-24岁年轻人群兴趣较高

- 通过分析球类运动相关视频，在GMVtop100的视频中，带线乒乓球、球服、静音篮球等产品热销带动儿童球类运动用品贡献32.7%销售额，篮球和篮球鞋则主要为男性消费者主力购买商品，女性消费者则主要关注网球裙和羽毛球拍。多数视频通过产品在实际运动锻炼场景的使用进行场景化种草，其次为聚焦产品本身的讲解测评类内容。
- 球类运动的兴趣人群主要分布在二、三、四线城市，但北上广深四个一线城市和川渝地区的互动热度较高，年龄呈现显著的年轻化特点，男女比例均衡。
- 热门带货视频为时尚穿搭展示&详尽的商品讲解，以及利用产品进行低成本训练的干货教程。穿搭/教程对消费者均有一定学习、借鉴功能。

23年抖音电商球类运动GMVtop100带货视频



2023年抖音电商球类运动兴趣人群画像



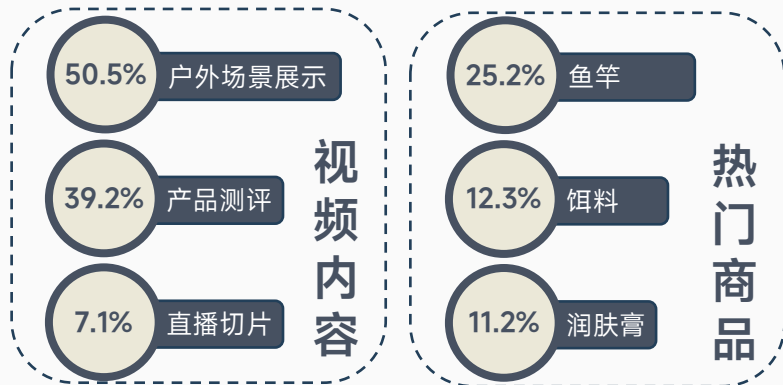
2023年抖音电商球类运动热门带货视频



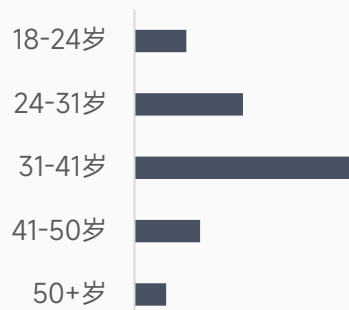
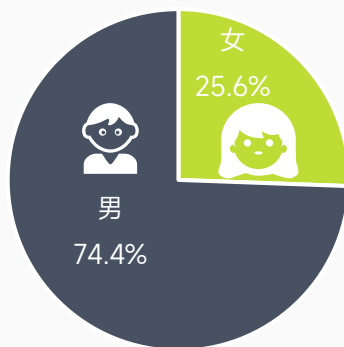
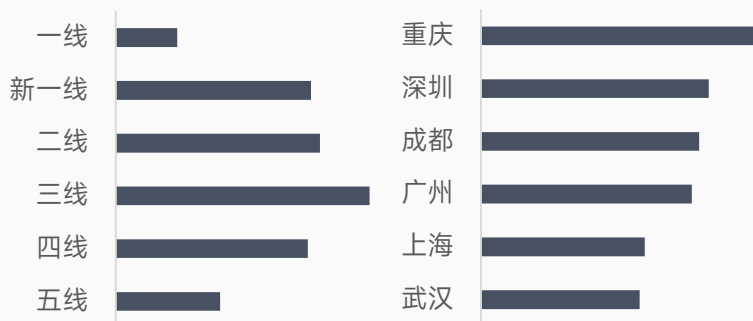
垂钓运动以男性消费者为主导，场景化营销促进销售，热门视频专注展示产品性能

- 通过分析垂钓运动相关视频，在GMVtop100的视频中，通用型的鱼竿、饵料等商品贡献81.8%销售额，男性消费者主力购买商品为溯溪鞋和防晒衣，女性消费者则主要关注防晒衣。多数视频通过产品在实际户外场景的使用进行场景化种草，其次为聚焦产品本身的讲解测评类内容。
- 垂钓运动的兴趣人群主要分布在二、三线和新一线城市，其中海钓/淡钓资源丰富的川渝、上海、深圳、广州等城市互动热度较高，年龄主要集中在31-41岁，男性消费者为主导。
- 热门带货视频内容展示了详尽的商品讲解或穿着使用体验，主要聚焦于关注产品本身的性能。

23年抖音电商垂钓运动GMVtop100带货视频



2023年抖音电商垂钓运动兴趣人群画像



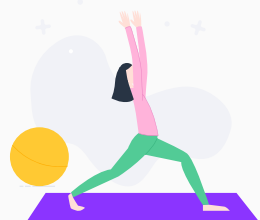
2023年抖音电商垂钓运动热门带货视频



年轻女性消费者主导市场，服饰穿搭打破运动与日常生活边界

- 通过分析瑜伽相关带货视频，在GMVtop1000的视频中，女性消费者占绝对主导，其中以鲨鱼裤为主的孕妇瑜伽用品占比3.3%。多数视频通过展示时尚的瑜伽服饰穿搭，打破日常穿搭与运动穿搭边界，并触达非运动人群，实现产品种草。小杨哥、李炮儿和毛毛姐的带货直播素材进一步推动了瑜伽服饰尤其是鲨鱼裤的销售。
- 瑜伽的兴趣人群主要分布在二、三、四线城市，而从细分城市来看，北京互动热度较高，年龄主要集中在31岁以下。
- 热门带货视频通过时尚穿搭和专业教程展示产品的穿着效果和使用方式，养眼美观的画面是热门视频共性。

23年抖音电商瑜伽运动GMVtop1000带货视频

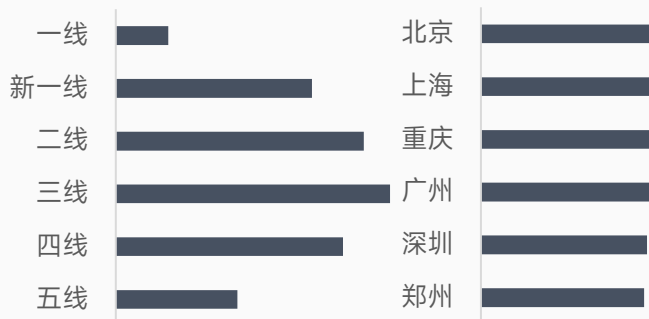


女性瑜伽用品
GMV占比
100%



孕妇瑜伽用品
GMV占比
3.3%

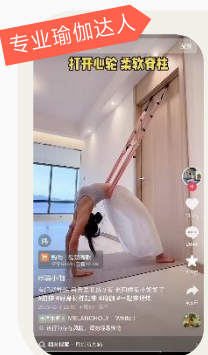
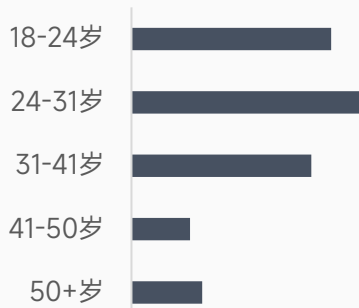
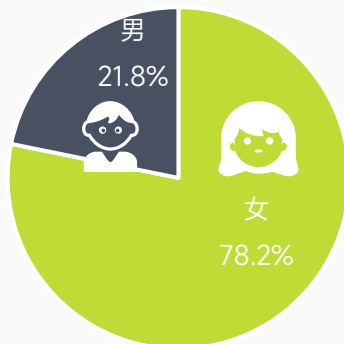
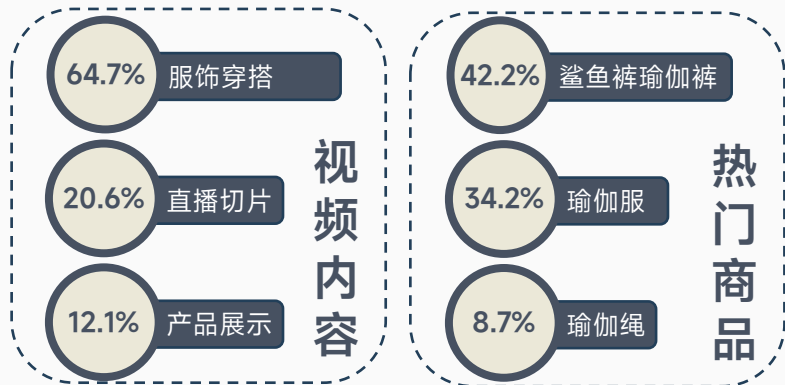
2023年抖音电商瑜伽运动兴趣人群画像



2023年抖音电商瑜伽运动热门带货视频



达人：ISTITUTO J氧气派送 粉丝数：6.7万
标题：又能日常穿搭的休闲运动服哪个人不爱#瑜伽服 #健身穿搭 #健身服 #ootd穿搭 #早秋新款
点赞量：4.2万 评论量：1000+
带货商品：健身服 带货GMV：100-200万
视频解析：视频画面高清美观，展示健身服的日常穿搭效果，评论区对达人全套穿搭兴趣较高，且整体商品好评和买家秀较多，有一定长尾效应。

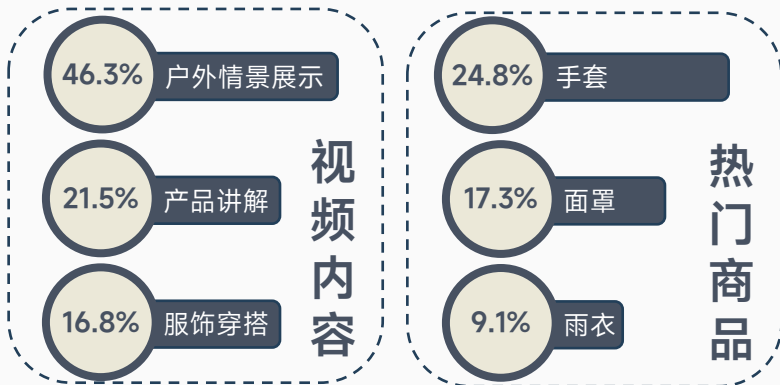
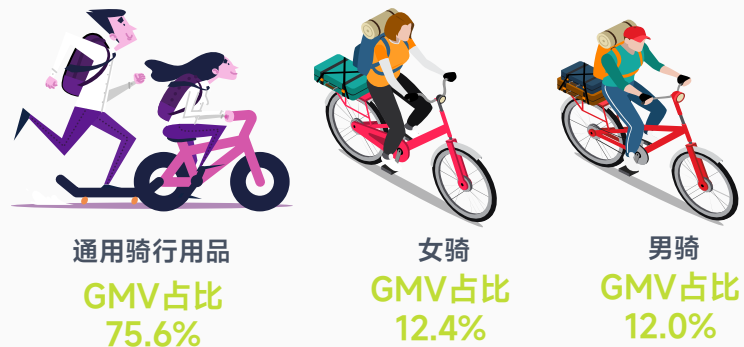


达人：瑜小伽 粉丝数：195.8万
标题：有门就能练 每天跟我练3变 老阿姨变小姐姐了 #拉伸 #好身材练起来 #瑜伽 #一起来锻炼
点赞量：13.1万 评论量：2000+
带货商品：空中瑜伽绳 带货GMV：100-200万
视频解析：达人为专业瑜伽教练，具有一定粉丝基础。视频素材内容呈总分结构，开头以“瑜伽绳实用动作”吸引观众，后简单直观进入动作教学。低成本且有效的训练方式，让观众种草买单。

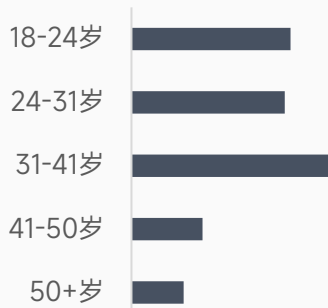
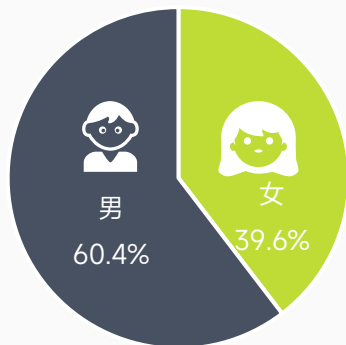
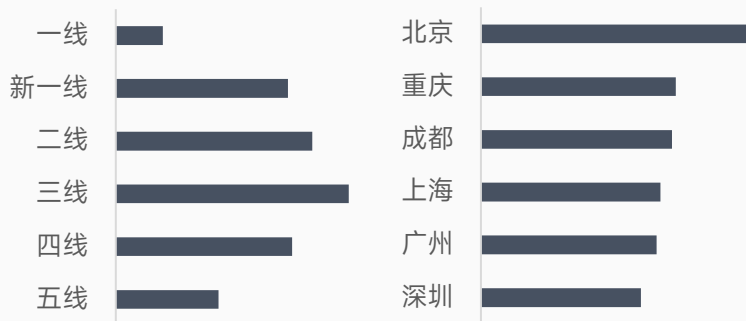
户外情景化种草助力商品成交，31-41岁男性为主要兴趣人群

- 通过分析骑行相关带货视频，在GMVtop100的视频中，手套、防风保暖面罩、雨衣等通用骑行用品热销。女骑兴趣人群主要关注骑行外套，男骑兴趣人群则主要关注骑行裤。
- 骑行越野的兴趣人群主要分布在二、三线和新一线城市，而从细分城市来看，北京互动热度较高，年龄主要集中在31-41岁，18-31岁人群占比同样不容小觑。
- 热门带货视频通过详细的产品讲解展示产品功能和穿戴效果。专业骑行达人@湖远行因环球骑行走红，拥有大量粉丝基础，消费者互动热度高，对其带货的商品信赖度也较高。

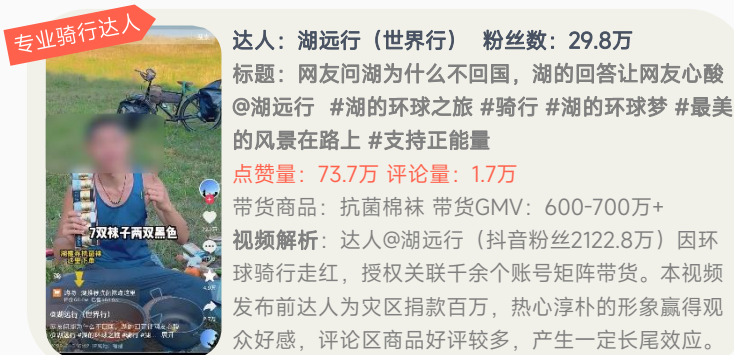
23年抖音电商骑行越野GMVtop100带货视频



2023年抖音电商骑行越野兴趣人群画像



2023年抖音电商骑行越野热门带货视频



□ 场景化种草是常态

通过真实户外场景和运动锻炼场景，对产品的使用方法、穿戴效果进行展示，能让消费者更有实感。

□ 干货学习视频带动大众运动高转化，产品详解视频带动小众运动高转化

对于人群基础较大球类、瑜伽等较为大众化的运动，技巧类、穿搭类等较有学习借鉴意义的干货视频内容能带来较高转化；而垂钓、骑行等新型或较为小众的运动，详细的商品讲解和使用方法能带来较高转化。

□ 二三四线城市兴趣者众多，一线、新一线城市兴趣者最活跃

户外不只是北上广深、川渝等新一线城市居民的生活方式，也是三四线城市的现象生活，年轻人是户外大军中的主力军。

蝉大师数智营销服务矩阵

分析云



蝉妈妈

内容营销与电商增长数智决策平台



蝉魔方

品牌生意增长战略决策服务平台

营销云



蝉管家

直播运营管理工具



蝉圈圈

达人营销智能决策与管理平台

服务云



蝉选

达人选品服务平台



蝉妈妈智库

电商研究咨询平台



数字营销洞察，找蝉妈妈智库

蝉妈妈智库是蝉妈妈旗下的电商和社媒研究咨询平台，聚集了一批电商、社媒领域的专家和资深数据分析师，致力于为品牌提供全面深入的研究和分析报告，研究范围包括行业及社媒趋势、消费者行为、品牌营销等方面，为企业品牌提供品牌发展战略和解决方案。

本文为公开报告，如引用或转载，请注明来源“蝉妈妈智库”，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改，违者将追究其法律责任。

SERVICE

• 行业研报

坚持以客观严谨的理念，及时原创输出电商的发展趋势与商业观点，满足电商从业者数据洞察的需求。

• 咨询服务

专业数据分析师1V1提供针对类目、竞对、品牌营销策略和舆情等多种分析服务，帮助企业快速发现市场机会，设计迭代产品，优化营销效果。

• 专家访谈

拥有强大的电商和社媒领域智囊团，包括具备行业洞察力和实战经验的知名企业高层管理者，以及引领行业发展的行业协会资深专家，提供前瞻性、针对性意见、经验方法，以降低试错成本。

联系我们

蝉妈妈商务合作、营销解决方案咨询
或是想获取更多行业报告
可通过下方二维码/电话联系



马惠珍

蝉妈妈数据运营总监

183 5028 2991

mahuizhen@limayao.com

蝉魔方 x 蝉妈妈智库

抖音电商运动户外年度报告

THANK
YOU

2024/01
CHANMAMA
DATA
REPORT