

经济日报携手京东发布数据——

奥运会带货作用大

奥运消费热怎样能持久

李 瞳

历年来的重大体育赛事活动，都会受到国人的广泛关注和热捧，乃至掀起消费热潮。但是，在比赛结束后，相关消费往往会陷入后继乏力的怪圈，甚至很快跌入谷底。

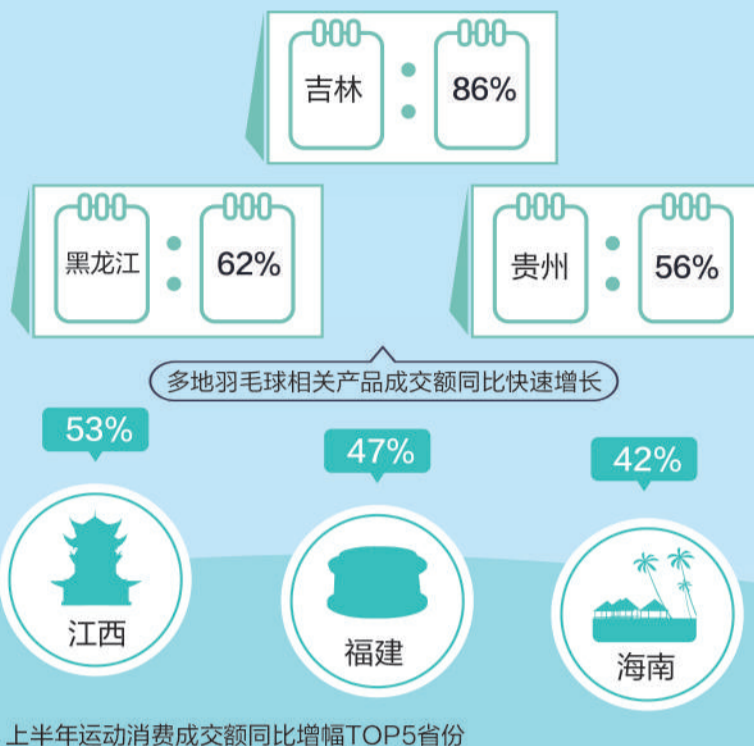
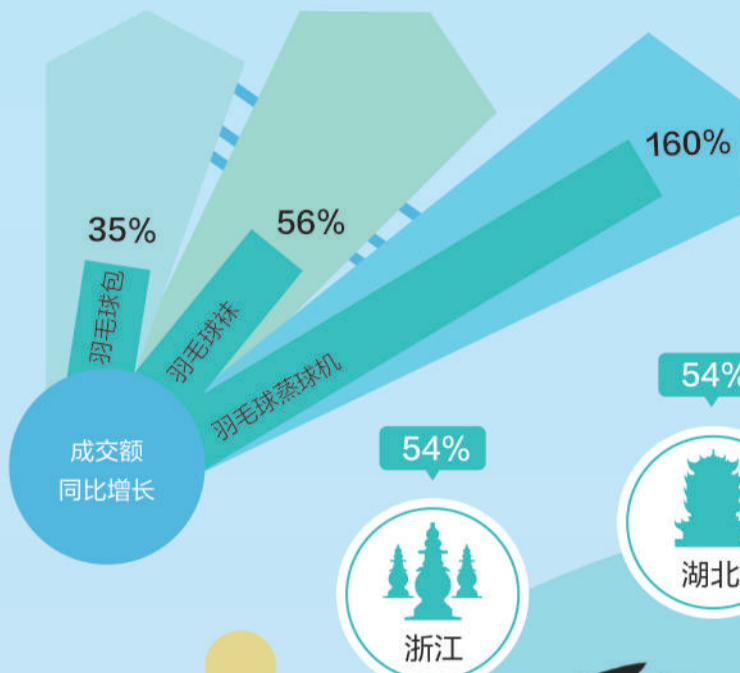
如何才能抓牢重大体育赛事衍生的各类商机，让消费热潮叠叠奔涌、源源不竭？以奥运消费热为例，从当下我国更加细分的消费群体、消费者更加多样化的个性需求等方面来看，商家不能只是借力奥运会这个“东风”，还要积极主动地求精、求细、求新，助力奥运“东风”变得更强更大。

商家还要把握消费新需求，更加注重新产品细节。奥运往往能衍生出庞大的产业链，而在这条产业链上，谁的产品更精更细，谁能推陈出新，谁就能先人一步引领消费浪潮，掌握发展主动权。

特别是借着奥运会这个热门话题，相关企业要不断通过创新，推出更多“新”产品、“新”服务，满足消费者不断变化的需求，培育新的消费增长点，增加自身竞争力，这样才能让消费热潮持续“热”下去。

说数

东北地区羽毛球成交额大幅增长



多地羽毛球相关产品成交额同比快速增长

▲上半年运动消费成交额同比增幅TOP5省份

奥运会开幕第一天、第二天
(7月23日至24日)

国潮品牌整体成交额同比涨幅

高达**500%**

其中，跑步鞋的成交额同比增长

高达**500%**

训练鞋的成交额同比增长也达到

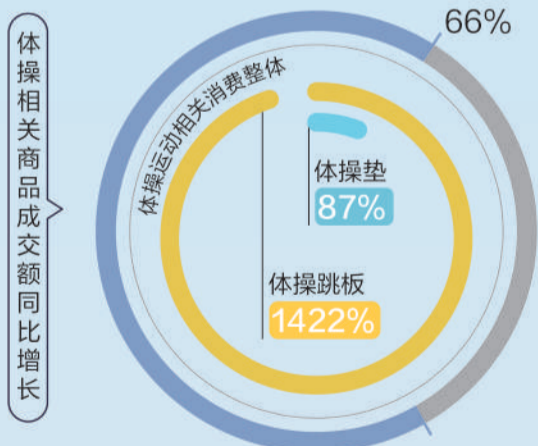
500%

运动裤和运动配饰的

成交额同比均超过

300%

体操相关商品成交额增长超六成

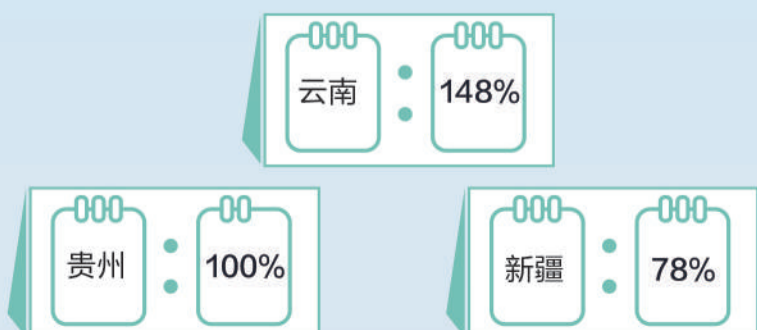


体操相关商品成交额同比增长

乒乓球装备销量增势迅猛

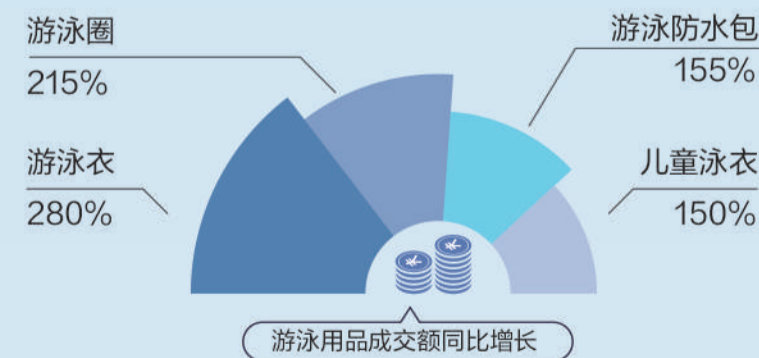


乒乓球装备成交额同比增长

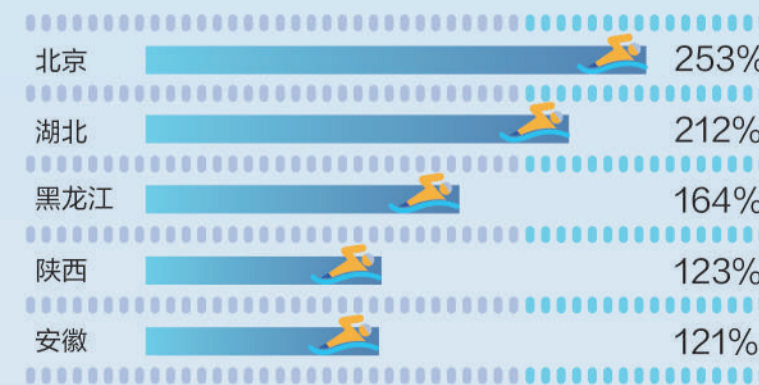


多地乒乓球相关产品成交额同比快速增长

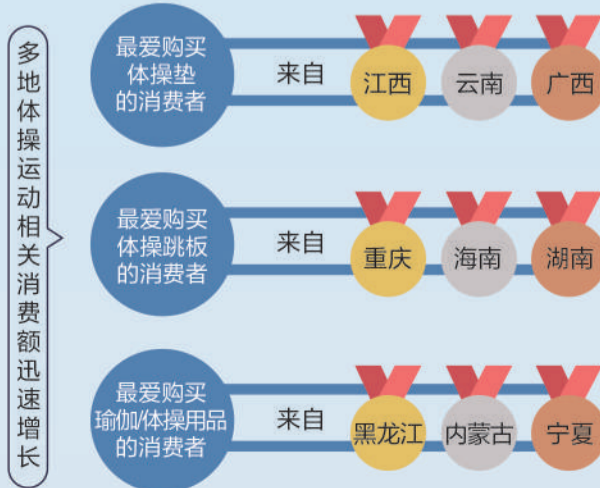
游泳用品整体成交额同比增长105%



游泳用品成交额同比增长



游泳用品成交额同比增长TOP5省份



多地体操运动相关消费额迅速增长

部分数据周期：7月21日至27日

数据来源 京东大数据研究院 本版编辑 林蔚