

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

体育消费新趋势

说数

□ 本期点评 任威风

在全民健康意识提升和国家政策支持的双重驱动下,体育产业呈现快速发展态势,并在满足大众多元体育需求、增强体育消费能力、创新体育消费场景等方面取得新成果。数据显示,我国已成为全球最大体育消费市场之一,经常参与体育锻炼的人数超过5亿人,预计2025年体育消费市场规模将增长至2.8万亿元。

体育运动已融入生活的方方面面,深刻影响着人们的生活和消费习惯。露营、骑行、轮滑等户外运动受到年轻人追捧,垂钓、民俗运动获得中年及银发族青睐。体育运动进入千家万户,为体育消费注入澎湃动能。

数字化助力体育消费场景升级,促进行业服务质量提升。数字化、智能化技术不仅带动了健身设备升级,还催生了健身直播和线上课程等新模式,居家健身快速发展。智能体育终端融入公共健身设施,以数据打造全面、立体、智慧的运动空间。数字化还帮助体育产品和服务商更好地了解消费者需求,更精准地提供专业化、定制化服务。

体育消费外部效应持续放大,促进旅游服务等行业发展。随着旅游市场加速回暖,观赛、参赛和游览成为休闲消费新潮流。阿根廷对阵澳大利亚的足球友谊赛带动周边酒店预订量增长5倍,苏州羽毛球苏迪曼杯门票收入超3000万元,无锡马拉松拉动周边产业效益约1.95亿元,大运会带动成都旅游和文创行业热度飙升……“赛事经济”蓬勃发展,体育消费对城市经济和社会发展的拉动作用愈发明显。

激发体育消费新活力,需要积极适应体育消费新趋势,借助数智化科技发展,持续优化体育消费环境,支持体育消费场景创新,不断放大体育消费的外部效应,在增强人民体质、服务美好生活的同时,让体育在扩大内需、服务经济发展的主战场中发挥更大价值。

(点评人:京东消费及产业发展研究院秘书长)



1 体育消费高速增长

冰雪运动装备成交额同比增长



垂钓装备成交额同比增长



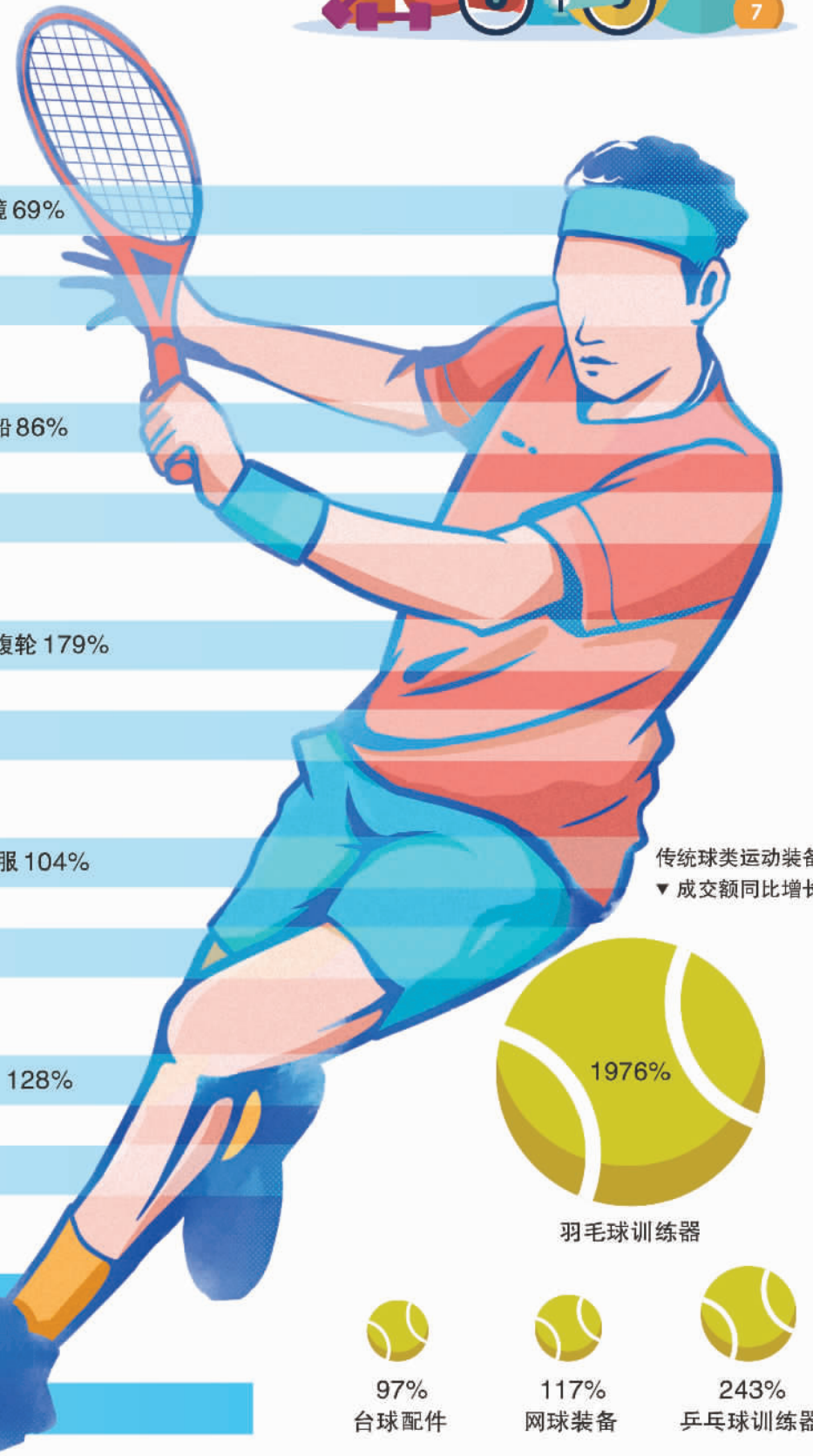
健身器械成交额同比增长



骑行装备成交额同比增长



运动服饰成交额同比增长



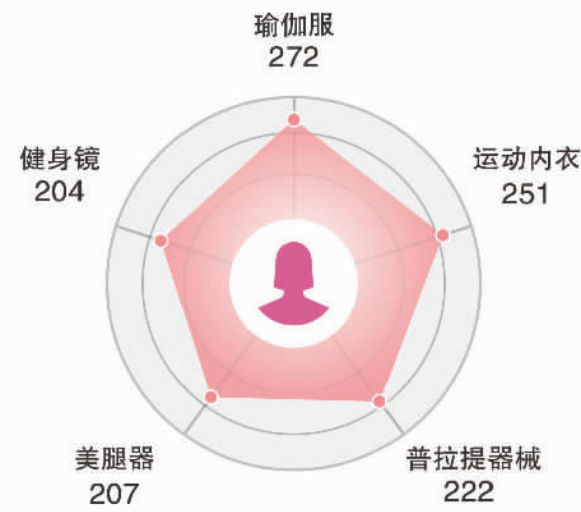
2 用户需求更加多元

性别消费偏好

男性消费者偏好系数



女性消费者偏好系数



年龄消费偏好 各年龄段消费者偏好系数



区域消费偏好

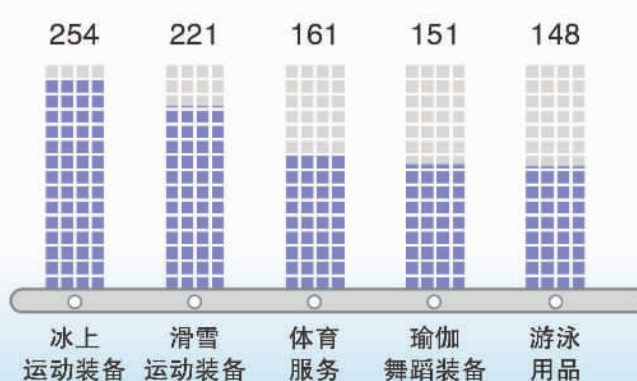


近年来,体育消费需求集中爆发,一些品质过硬、智能化水平高、更加适配细分场景需求的产品从激烈竞争中脱颖而出。同时,加快开展跨场景、跨品类产品和服务合作,为消费者提供一站式、定制化消费体验,也是未来体育消费的一个重要发展方向。

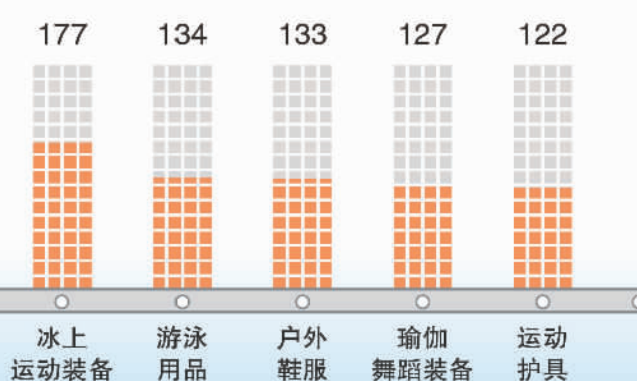
男性消费者对力量类、户外类运动更为偏爱,女性消费者对舞蹈瑜伽类、运动服饰类产品更为热衷;年轻人爱尝试各种新潮运动,中老年人则喜欢太极、广场舞等更为休闲放松的活动。各地由于地理特点和文化传统不同,对运动也有不同偏好。聚焦这些差异有针对性地进行产品研发和市场布局,能够大大增强用户黏性,获得更多发展机会。

注:消费偏好系数越高表明商品越受欢迎

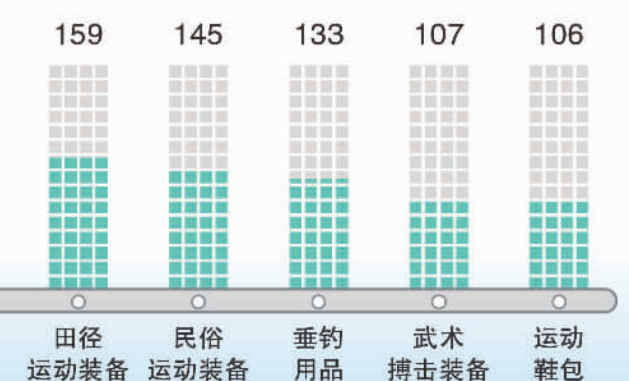
一二线城市消费者偏好系数



三四线城市消费者偏好系数



县域农村地区消费者偏好系数



数据周期: 2023年1月份至7月份