

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

体育消费红红火火

说数

□ 本期点评 陈瑶

近几年,体育消费越来越红火,不但消费人群大幅增加,产品供给也更加丰富多样,体育消费市场迎来新机遇,并为整个消费市场注入了更多发展活力。

暑期本是滑雪运动淡季,但多地室内滑雪场却是人山人海——无论是学习滑雪的小朋友,还是练习技术的爱好者,共同将滑雪运动从小众竞技运动推向大众时尚生活。滑雪运动仍处于发展初期,未来还有很大增长空间。相关企业不宜把滑雪运动作为“热钱”来赚,而要不断优化产业链,助力滑雪运动产业高质量发展。

暑期丰富的亲子活动,未来可能形成丰富的产业赛道。北京、上海、西安等地举办亲子马拉松,父母与孩子拉着手跑过终点线,为赛事和家庭留下了珍贵回忆。把体育运动与家庭陪伴相结合,既能有效促进家庭交流,让家长与孩子平等互动,也能帮助孩子们养成锻炼身体、热爱运动的好习惯。相关企业可以尝试拓展亲子活动内容与形式,提供更加精细化的服务。

值得注意的是,运动服务消费需求稳步上升,如健身教练、网上课程、场馆预订、健身APP等相关消费出现较高增长。运动服务范围很广泛,既能丰富人们的日常生活,也能促进人们享受运动乐趣。随着数字技术、智能技术应用到体育场景,将给人们带来新的运动体验。

未来,体育产业将向着更多元、更专业、更正规的方向发展。体育产业承载着人们对于健康生活、品质生活的期待,数字技术与智能技术的广泛应用,可有效推动全民健身与全民健康深度融合,对相关产业来说是实现转型升级与跨越发展的良机。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



今年暑期,室内滑雪、场馆运动、户外健身等领域的消费快速增长,并呈现出专业化趋势,如滑雪头盔销量同比增长超过10倍,越野跑鞋销量增长超过2倍,消费者对专业设备的需求越来越高。此外,各类专业在线健身课程销量同比增长超过10倍,体现出人们科学运动意识逐步提升,并有了明确的运动锻炼目标。

1 整体消费情况

户外装备销量同比增长



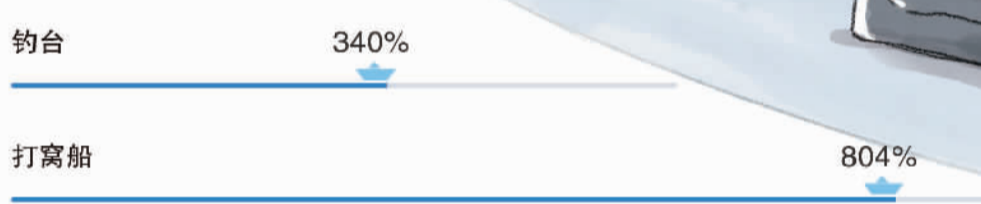
骑行装备销量同比增长



滑雪装备销量同比增长



垂钓装备销量同比增长



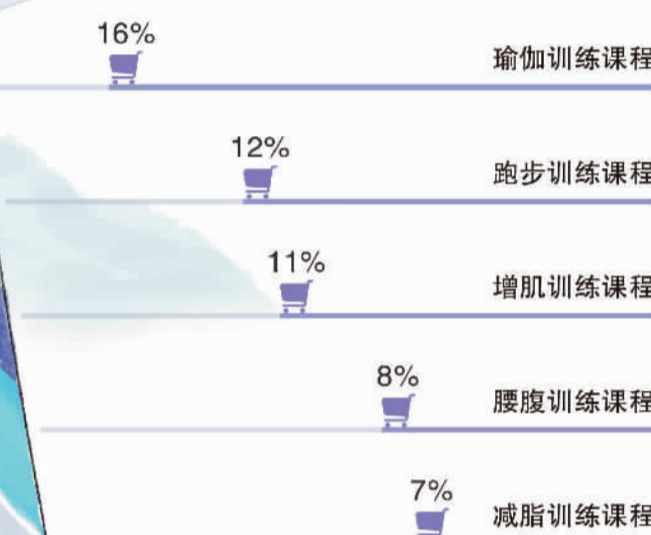
运动产品和服务销量增长TOP3品类



健身设备销量同比增长



在线健身课程销量占比TOP5



今年暑期,北京、青岛、西安、深圳等地室内滑雪场非常红火,成为避暑运动好去处,滑雪运动相关消费也成为暑期运动的最大亮点

2 不同群体运动消费偏好

注:消费偏好值越高表明该类型商品越受欢迎

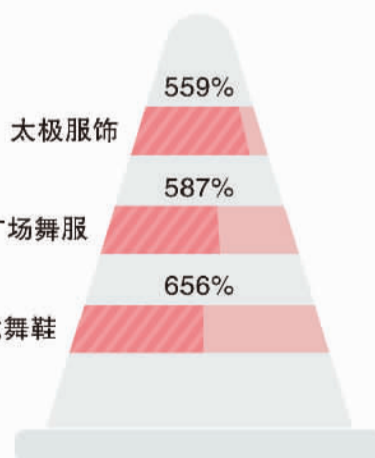
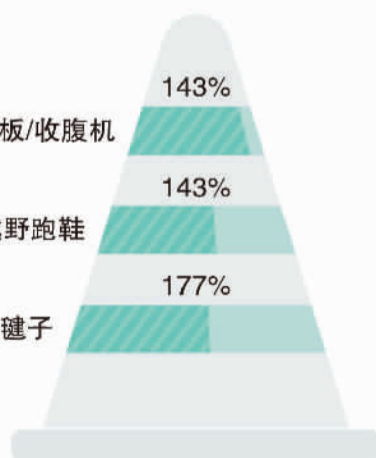
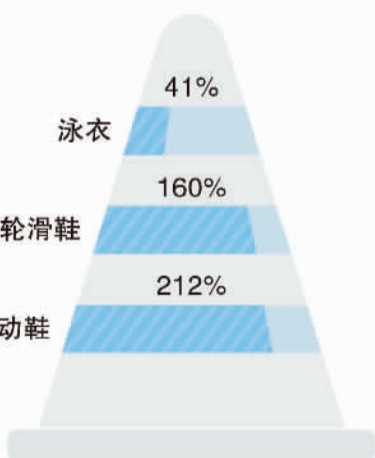
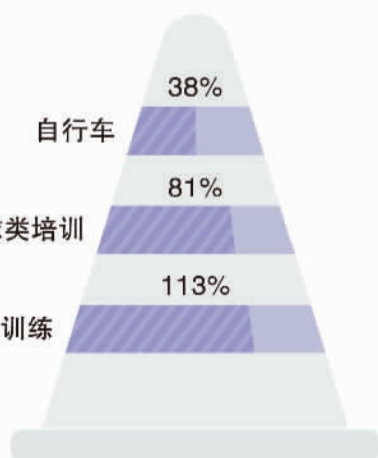
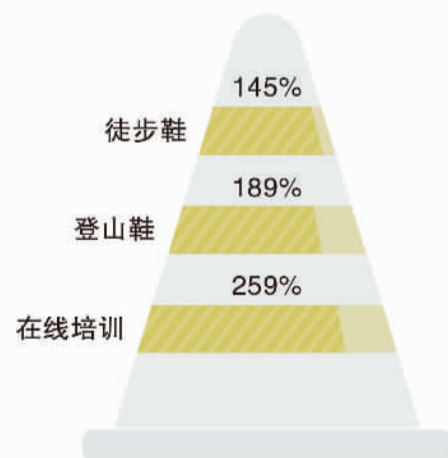
分年龄看 “00后” 体育消费偏好

“90后” 体育消费偏好

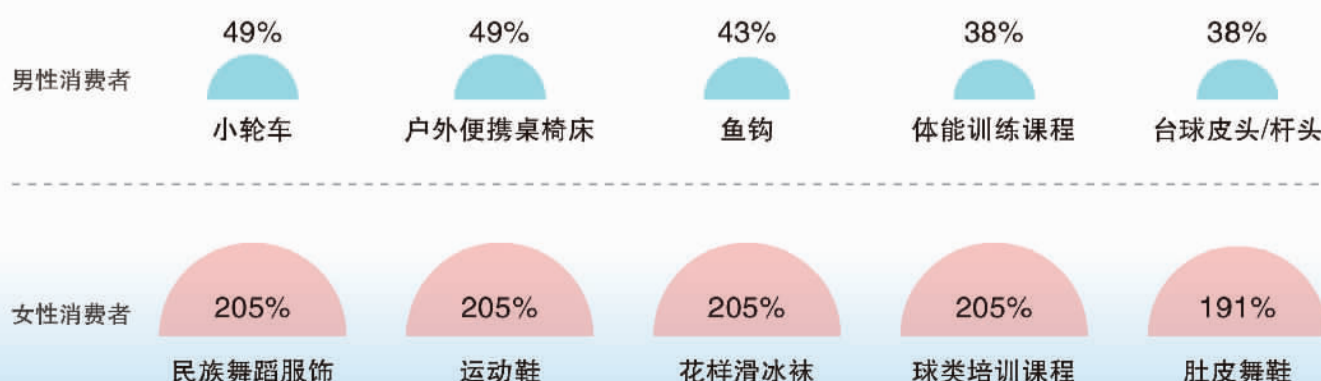
“80后” 体育消费偏好

“70后” 体育消费偏好

54岁及以上消费者体育消费偏好



分性别看 不同性别消费者体育消费偏好



从不同年龄段消费群体的偏好看,“00后”“90后”更关注户外装备消费,“80后”“70后”则更青睐户外跑步。从性别角度看,男性消费者更注重户外装备、体能训练等方面的消费,女性消费者在舞蹈、球类、游泳等运动上支出更高。不同性别消费者都关注运动培训课程,表明消费者对专业运动指导和服务的需求快速增长。



数据周期: 2023年7月1日至 2023年8月25日