

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

骑行消费兼顾功能与颜值



说数

□ 本期点评 柴祯祯

自行车曾是我国居民最重要的交通工具之一，如今，在健身、休闲、社交等需求的催化下，骑行再度回到人们主流生活中，成为一种越来越受欢迎的运动休闲方式。新的趋势变化不仅改变了人们的生活方式，也促进了骑行用品市场快速发展。

为满足不同场景的需求，骑行市场持续细分发展，逐步延伸出山地车、公路车、城市自行车等不同产品品类。同时，以自行车为载体的各类骑行装备消费也十分火热。数据显示，2023年7月至9月，购买量同比增速排名前三位的骑行品类是骑行服、公路车和自行车配件，分别增长了98%、58%和45%，反映出消费者对高质量骑行产品的追求。

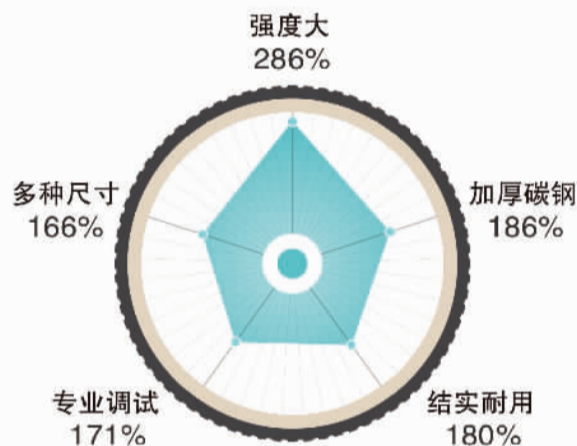
消费者不仅对骑行产品的品质、安全和舒适性提出了更多要求，还更加注重骑行产品的“颜值”。在分享式社交需求的影响下，消费者对自行车及骑行装备外观的关注度明显提升。尤其是在公路车消费上，消费者对于简洁大气、造型美观和精致细节的关注度同比增长均超两倍。而对山地车购买者而言，其对强度、加厚碳钢、结实耐用、专业调试和多尺寸等方面更为关注，这反映出消费者在不同使用场景中，对产品存在差异化需求。

总体来看，骑行市场正不断演变，骑行已不仅仅是一项运动，更是一种生活方式、社交方式，骑行行业的未来潜力十足。因此，对于骑行行业的企业而言，如何研究新的消费场景，进行更细致的用户群划分，并依靠技术研发进行功能创新，为用户创造更好的骑行体验，将成为提高自身竞争力的重要筹码。

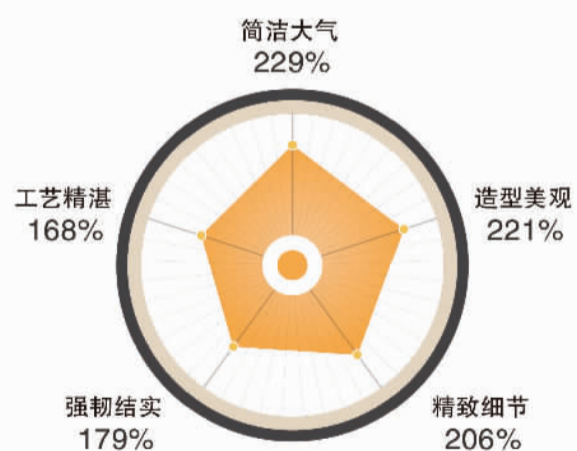
(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)



山地车购买关注点同比增速TOP5



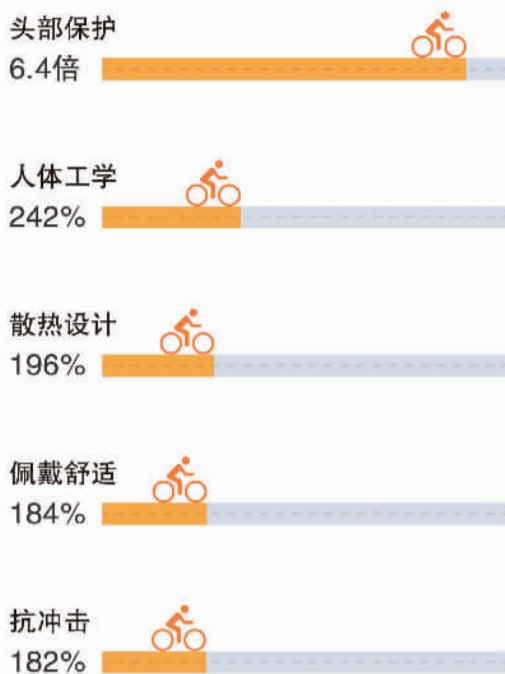
公路车购买关注点同比增速TOP5



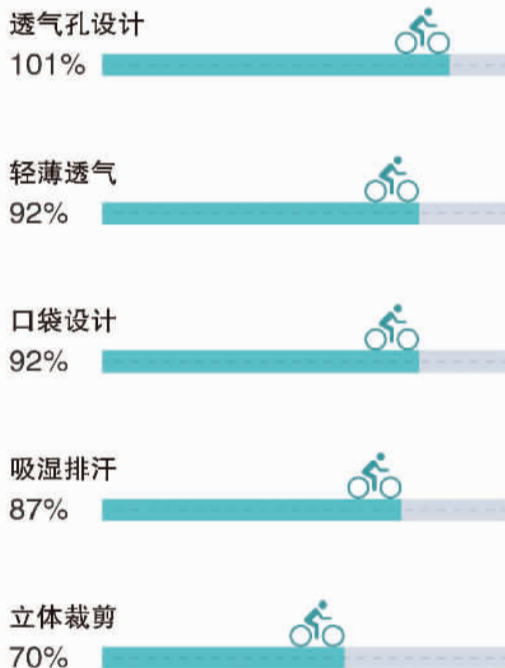
随着骑行运动持续升温，相关产品消费迎来快速增长。7月至9月，骑行服、公路车、自行车配件的消费增速明显增长。其中，以自行车为载体的各类装备深受消费者喜爱，如码表、车锁、车灯等配件的购买量占比明显提升。此外，从关注度来看，消费者选购山地车时更加关注专业性能，选购公路车时则更注重外观。

1 总体消费趋势

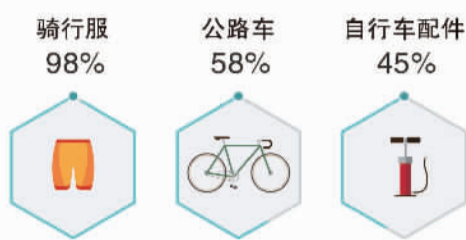
骑行穿戴装备购买关注点同比增速TOP5



骑行服购买关注点同比增速TOP5

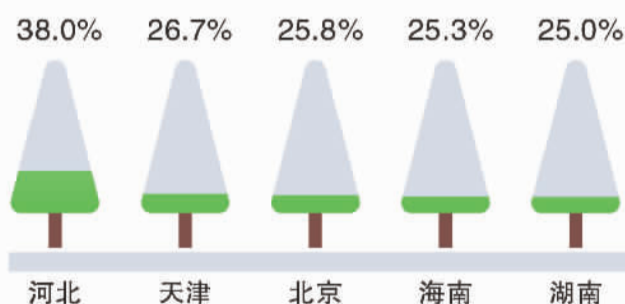


购买量同比增速TOP3骑行品类



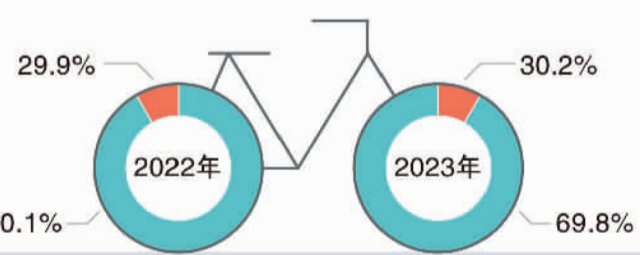
2 消费者特征

女性消费者占比较高的省份



骑行用品不同性别消费者占比

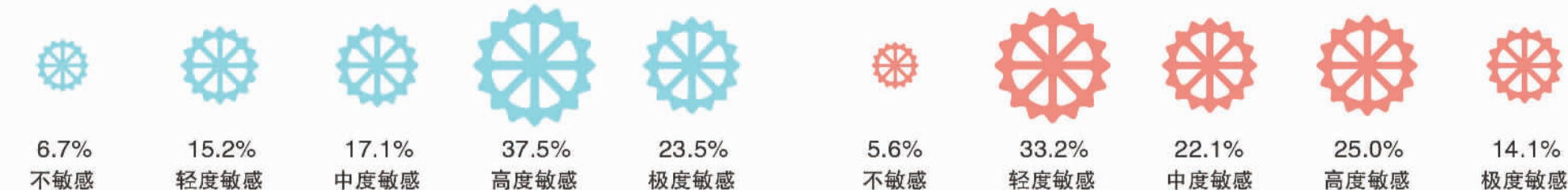
女性消费者 男性消费者



男性消费者占比较高的省份



消费者对骑行用品评价的敏感度(占比)



骑行用品不同年龄段消费者占比



从性别看，虽然男性消费者在骑行运动消费上的占比更高，但女性消费者比例正逐年壮大。同时，骑行运动产品的消费者年龄主要分布在26岁至35岁、36岁至45岁这两个年龄段，消费占比分别为36.9%和30.9%。值得注意的是，骑行产品的消费者对评价更敏感，许多消费者在购买骑行产品前会做大量功课，来了解商品真实使用体验。



更多内容 扫码观看

数据周期：2023年7月1日至9月30日