

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

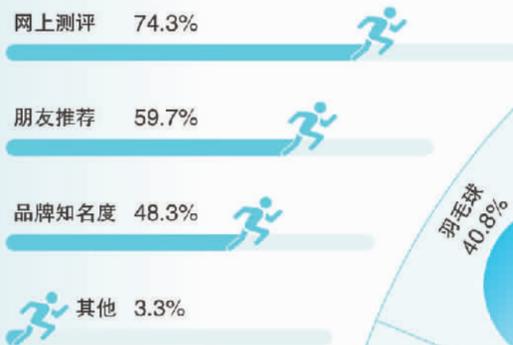
运动健身引领社交新风尚



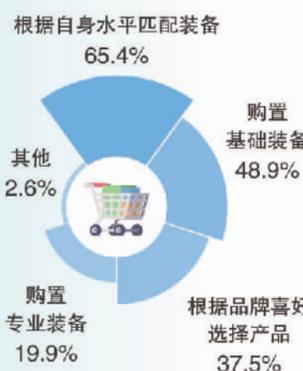
1 消费者喜爱的运动方式及原因

注：相关数据通过调查问卷得出

影响消费者购买运动产品的因素（多选）



消费者选购运动装备时的标准（多选）



通过运动社群及相关社交平台，消费者不仅能拓展社交圈结交新朋友，还能通过运动经验分享带动运动产品消费。数据显示，“朋友推荐”是影响消费者购买运动产品的重要因素之一。接下来，建立和完善运动社交平台将成为运动健身行业的新风口。

人们更喜欢的运动有哪些（多选）



2 球类运动产品消费趋势

球类运动搜索热度指数TOP3

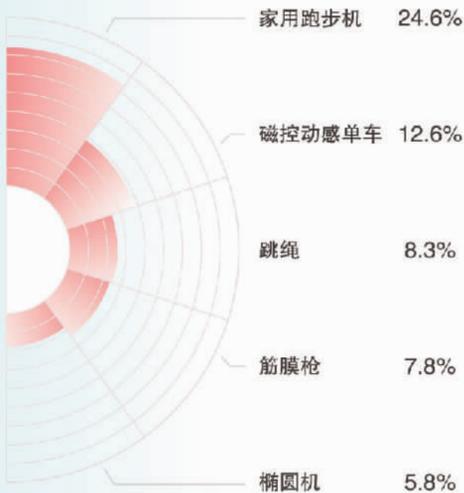
注：热度指数越高代表搜索频次越高



当下，近自然、重社交、能放松的运动项目成为消费者首选，跑步、健步走、爬山、羽毛球、篮球等运动深受青睐，消费者选择运动方式的同时也会注意运动防护，如护腕、髌骨带等产品十分热销。

3 健身运动产品消费趋势

成交额占比TOP5产品



成交额同比增长亮眼产品



羽毛球运动相关产品消费情况

成交额占比TOP3产品



成交额同比增长亮眼产品

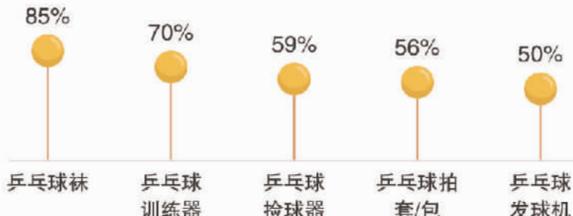


乒乓球运动相关产品消费情况

成交额占比TOP3产品

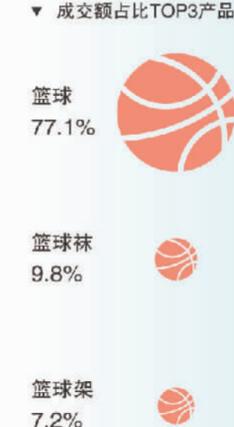


成交额同比增长亮眼产品



篮球运动相关产品消费情况

成交额占比TOP3产品

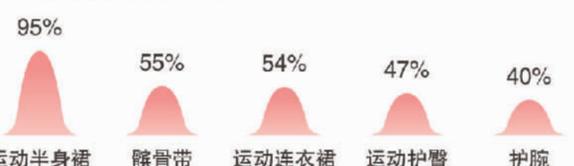


4 运动鞋服及护具类产品消费趋势

成交额占比TOP5产品



成交额同比增长亮眼产品



说数

全民参与体育运动的热情持续高涨，推动了马拉松、骑行、冲浪等户外运动项目蓬勃发展，运动健身成为民众日常生活中不可或缺的一部分。

从消费趋势看，运动装备专业化趋势愈发明显，人们会根据不同运动场景选择更合适的装备，如专为马拉松设计的跑鞋、适合打羽毛球的服装等。相关企业敏锐地捕捉到这一趋势，纷纷进行细分产品研发，使得运动产品迭代升级速度持续加快，相关消费愈发火热。接下来，商家在研发产品时，不仅要考虑到产品基本功能，还要更加关注运动保护、竞速提升等情况，以满足消费者专业需求，促进运动消费市场进一步提质扩容。

值得注意的是，在快节奏的现代生活中，运动社群逐步兴起，运动爱好者们正在构筑全新的健康社交圈。数据显示，超七成受访者愿意通过运动方

式拓展社交圈；62%的受访者表示，参与体育健身的动力来源于“健身伙伴的邀约”。

运动社群的兴起为运动产品生产企业带来了新的机遇。一方面，运动社群或平台已成为年轻人分享运动经验、交流运动装备选择的重要渠道，相关企业深度参与社群建设能够贴近年轻消费者，拓展消费群体和渠道，实现业绩增长；另一方面，通过运动社群或平台，企业可以第一时间掌握消费者对不同领域运动产品的使用反馈，从而快速实现反向定制，先人一步，完成产品迭代升级。

全民运动热潮不仅体现在参与的大众化和运动方式的多元化上，也体现在运动的专业化和社交化趋势上。这些趋势既推动了运动产业的快速发展，又为消费者健康的生活方式提供了更多选择。（点评人：京东运动鞋服采销）

本期点评 万理



更多内容 扫码观看

数据周期：2024年3月1日至3月10日