

经济日报携手京东发布数据——

# 运动消费成为新时尚

## 好身体

春夏之交正是运动健身好时节。在健康需求不断升级的趋势下，“好精神”与“好身体”并已成为人们的普遍追求。

从体育消费总体情况看，球类是最受欢迎的运动方式。多人参与的球类运动，不仅能达到健身的目的，还满足了社交互动需求，因此广受青睐。此外，在和煦的春风中骑行、垂钓、徒步，也是当下非常受欢迎的运动方式。

## 带来新商机

随着消费持续升温，运动产品消费成为爆款，如健腹燃脂的扭腰机、提高臂力的飞力士棒、锻炼腿部的美腿夹、提高训练的弹跳器等产品销售都取得了高速增长。

同时，随着专业型运动场馆的涌现和小众健身器材的普及，运动产品将进一步向细分化发展。一方面，运动场景更加多元，在客厅、卧室随处可以开展的瑜伽舞蹈等居家运动，因不受传统户外运动的场地限制，备受消费者青睐。比如，最近网络上大火的毽子操引发了以家庭为单位的全民居家健身盛况，也带动了相关运动产品的销售增长。

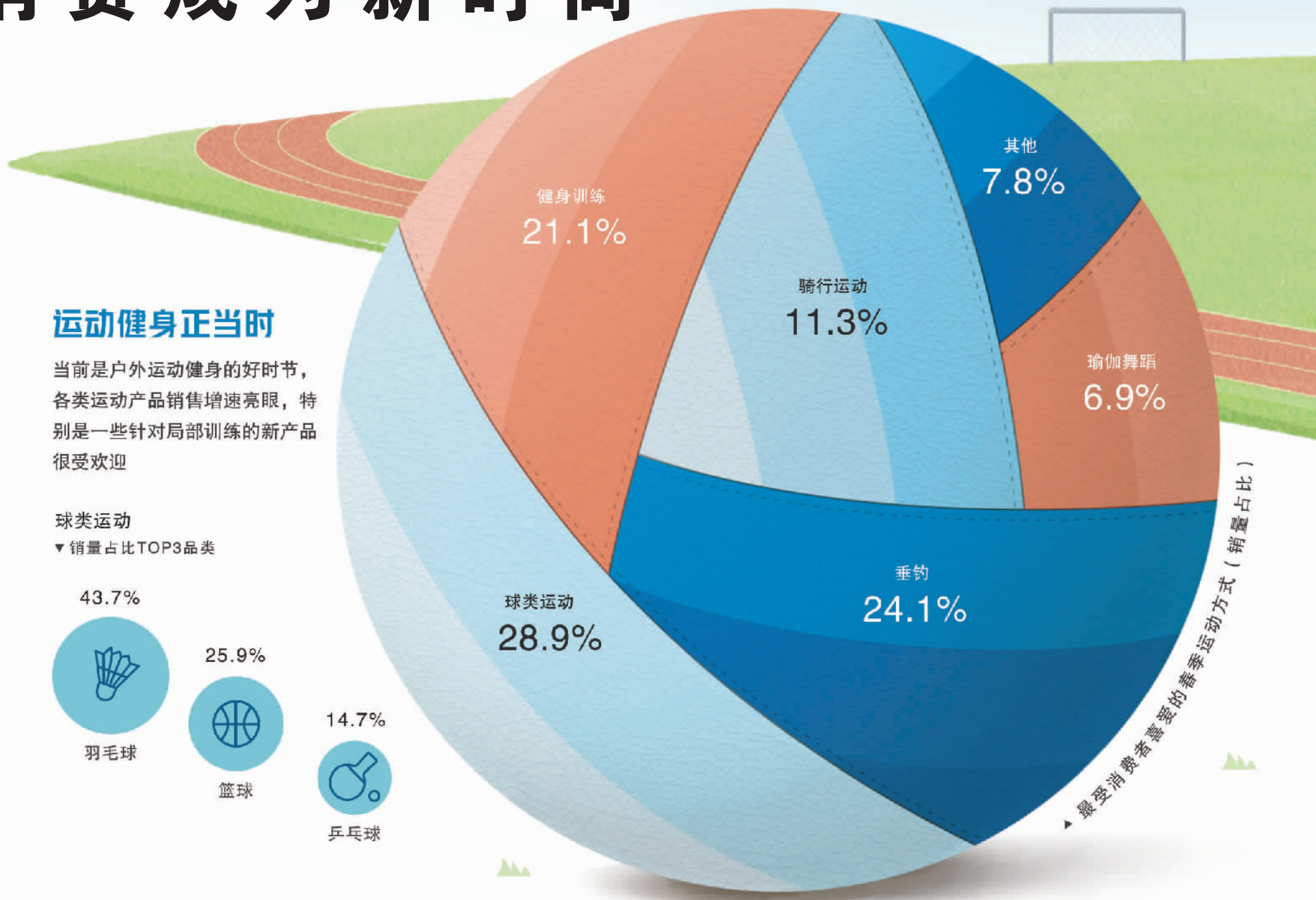
另一方面，为了让运动更加安全舒适、实现效果加成，不少消费者十分注重配套装备的选购。不同人群由于对运动有不同偏好，购买的配套装备和护具也不尽相同。结合各类消费群体的诉求，企业应进一步提升产品品质和相关服务水平。

此外，全国各地均有天然的运动休闲特色资源，如东北的冰雪、华东的海洋、西南的山地、西北的草原、华南的水乡。这些特色资源也培育出不同地区消费者的不同运动偏好。各地可以深入挖掘自然环境与体育运动相结合的休闲玩乐资源，扩大体育健身受众，让更多人参与其中。

随着全民健身热潮持续升温，不同群体的消费诉求持续分化，伴随运动健身场景的不断拓展，将进一步拉动体育消费形成新的增长点，给体育产业带来新的机遇。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

## 说数

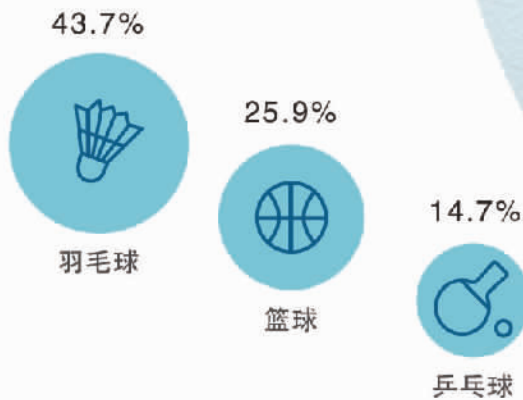


### 运动健身正当时

当前是户外运动健身的好时节，各类运动产品销售增速亮眼，特别是一些针对局部训练的新产品很受欢迎

#### 球类运动

销量占比TOP3品类



#### 健身训练

销量增速TOP5品类



#### 瑜伽舞蹈

销量增速TOP5品类

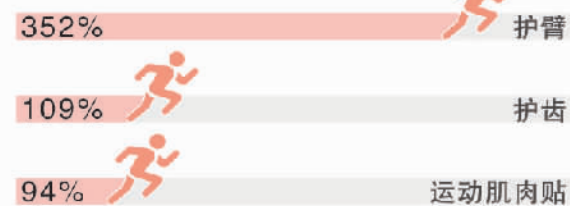


## 运动装备要配齐

健身走起，装备先行。如今的消费者对运动装备的要求越来越高，不仅要武装到牙齿，还喜欢定制更适合自己的专业产品，让运动更安全舒适

### 护具类

销量增速TOP3品类



### 鞋服类

销量增速TOP3品类



### 不同地域消费者运动偏好

最爱购买运动产品的省份TOP5及销量占比



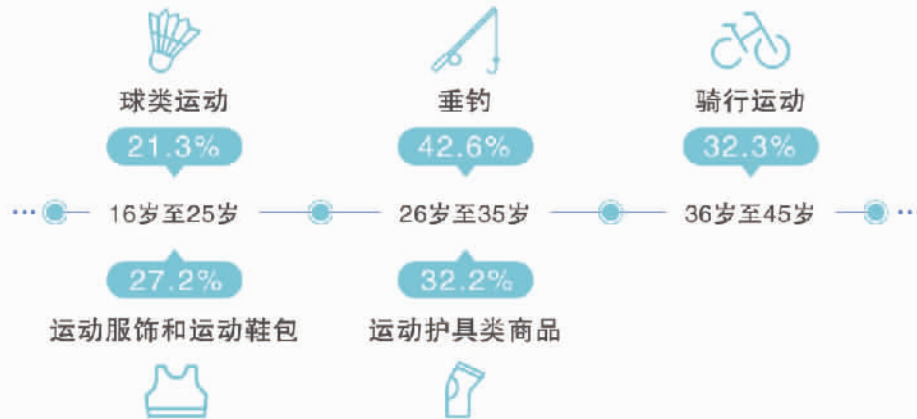
## 消费者画像

不同性别消费者运动偏好及购物用户数占比



随着全民健康意识觉醒，参与体育锻炼的人越来越多，体育消费日渐火热。其中，球类运动最受消费者关注，是商业化程度最高的运动方式之一。同时，更多细分场景的小众运动逐渐走入大众日常生活，垂钓与骑行类的户外运动，扭腰机、飞力士棒、瑜伽等家庭健身装备销量均取得了高速增长。消费者更加多元化的需求对运动产品的细分化和专业化都提出了更高要求。

不同年龄消费者运动偏好及购物用户数占比



从不同区域的体育消费特色来看，东北地区消费者更加注重健身训练，家用器械类健身装备备受青睐；天津、北京等华北地区的消费者偏爱球类等社交型运动项目；宁夏、内蒙古等地消费者则对骑行运动更为关注，购买了更多的骑行装备；垂钓运动的爱好者多来自湘鄂赣等水域广布的地区。体育企业可因地制宜提供差异化的产品营销方案。

偏爱球类运动的省份TOP3销量占比



偏爱健身训练的省份TOP3销量占比



偏爱垂钓的省份TOP3销量占比



偏爱骑行运动的省份TOP3销量占比



数据周期：2022年3月1日至4月7日

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 林 蔚



更多内容 扫码观看