

经济日报携手京东发布数据——

年轻人成体育消费主力

用心打磨智能运动产品

的各项政策陆续落地,体育产业和消费实现跨越式发展。同时,居民人均体育消费水平显著提升。特别是年轻消费群体已成为体育消费主力,其多元消费需求引领体育产业发展潮流。

在运动项目上,跑步、球类、游泳等传统体育项目始终具有广泛受众群体,是体育产业健康发展的基石。值得注意的是,随着体育消费持续升级,以及体育项目逐渐增多,年轻消费者开始参与更加细分的新兴体育运动,如攀岩、飞盘等。这些新兴体育运动具有更强的社交属性、更便捷的交互场景,深受年轻人喜爱,成为体育消费的新增长点。

在品牌选择上,年轻消费者的核心需求主要集中在品质、专业、文化等属性。对此,相关品牌要根据年轻消费者特点,不断加强产品的设计感和专业性,加快与国潮融合,既要做出好产品也要能够讲好故事,进而创造出更多符合中国消费者审美的运动产品。

在消费观念上,无论是消费支出还是时间投入,年轻人都更愿意为专业性埋单。调研显示,大多数年轻人认为,对运动装备

专业追求代表了全新的生活态度和理念,是彰显运动精神的方式之一。相关企业要围绕这一新的消费观念,用心打磨运动产品。一方面,提升产品的社交属性,在帮助消费者快速掌握运动专业知识的同时,还要用心构建“圈层”,实现消费者之间的互动交流。另一方面,加快新兴运动场地建设,为消费者创建更好的运动环境和氛围,提升运动过程中的舒适性和安全性。同时,加强后续服务质量,通过专业训练课程,增强训练水平,减少运动损伤。

此外,在运动服饰穿戴方面,年轻消费者对贴近场景、功能导向的产品更为喜爱;在运动器材方面,年轻消费者对互联化、生态化的智能运动设备更感兴趣。下一步,相关企业要通过科技手段把运动装备与运动场景、饮食结构、训练计划等联结起来,帮助用户形成科学的运动习惯,实现更好的运动效果。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

说数



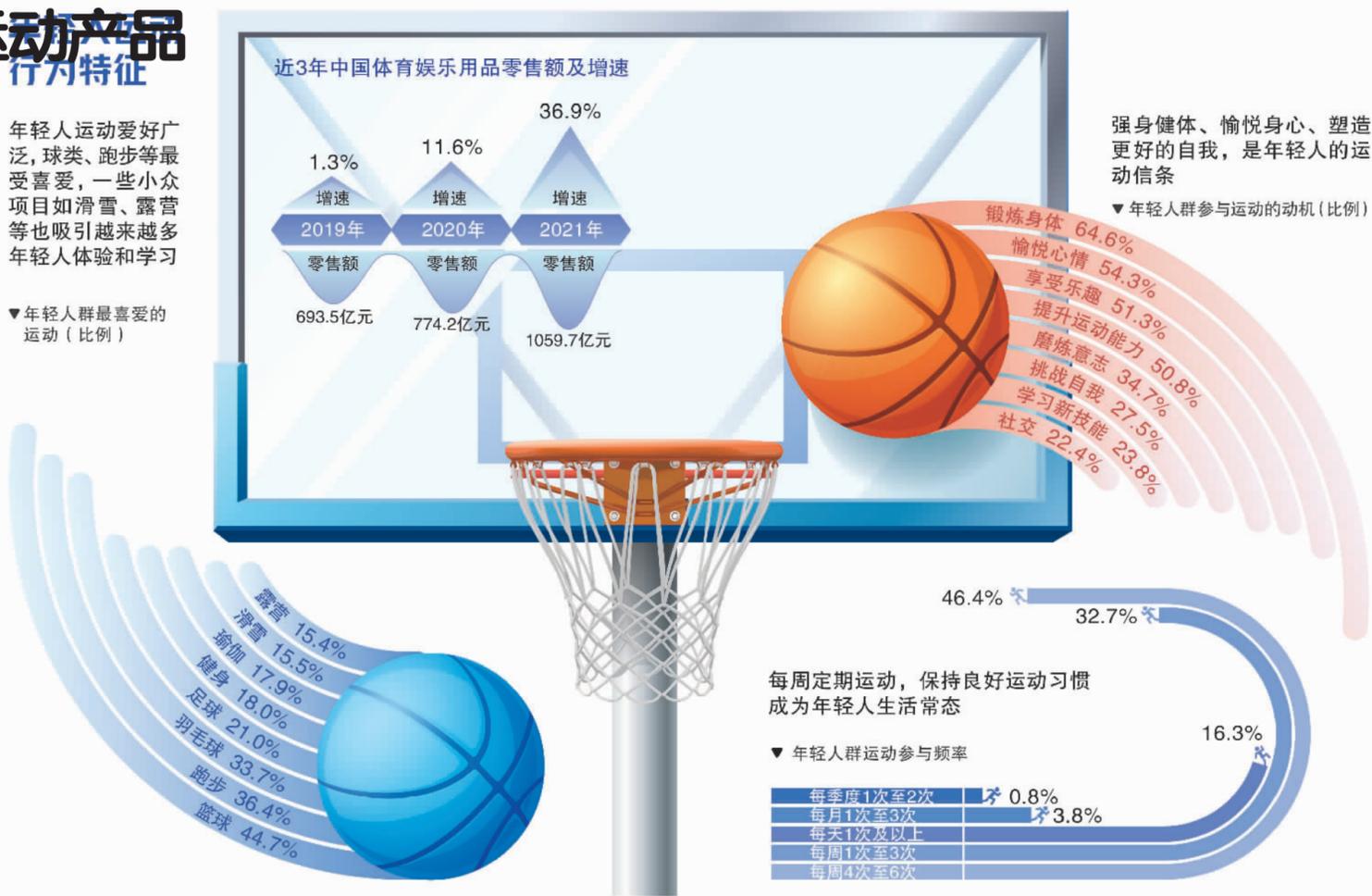
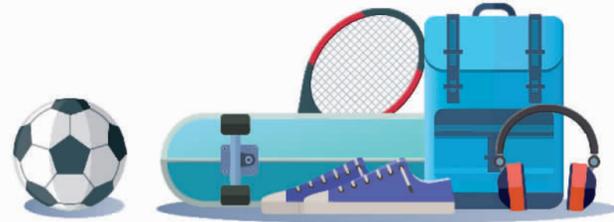
年轻人的运动爱好越来越广泛,小众运动进入大众视野,智能化运动装备引领新的体育消费潮流。在产业蓬勃发展的当下,商家和平台方要做大做强,就要实现深度融合,为消费者提供专业、便捷、全方位的体育产品和服务,建立新的消费场景和生态体系。

当代年轻人讲究科学运动,质量、性价比、专业性是他们购买运动产品时最看重的三大因素。对此,相关企业在研发产品时,要持续提高运动设备的专业度;提供服务的企业则应直击体育消费痛点,提高专业设施质量,丰富运动资源。



更多内容 扫码观看

数据周期: 2022年上半年



年轻人运动消费特点

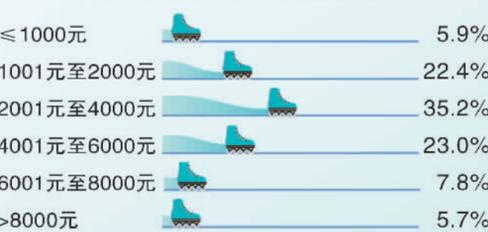
质量、性价比、专业性是年轻人购买运动产品最看重的三个因素,其次是品牌、款式等

年轻人购买体育装备关注的因素 (比例)



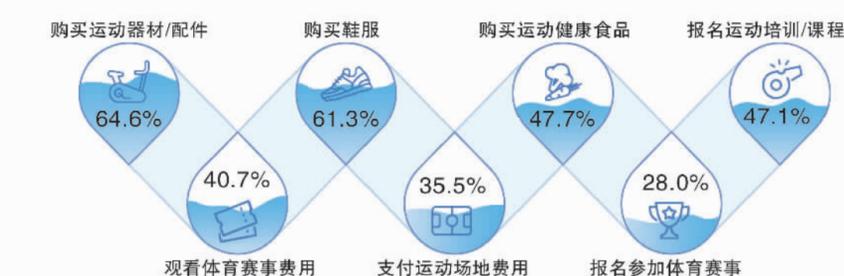
超九成年轻人购买体育装备年均花费过千元

年轻人购买体育装备年均消费额及占比



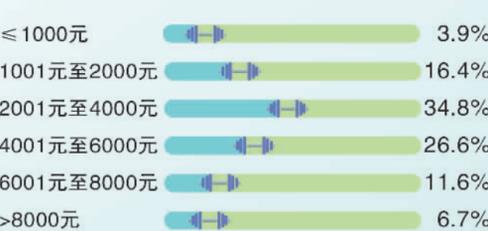
器材、鞋服、健康食品是当代年轻人群的“运动三大件”

过去一年购买了哪些运动产品/服务 (比例)



越来越多年轻人通过参与专业课程培训来提升运动水平

年轻人参与运动课程/培训年均消费额及占比



场地少、装备贵、专业培训机构少、专业赛事少、体育社团少等问题驱动更多专业机构与平台进入市场

年轻人对专业运动设施及资源的需求痛点 (比例)



年轻人对国潮运动品牌的态度

年轻人在购买运动装备时更加偏好国产运动品牌

年轻人购买运动品牌的倾向占比



休闲鞋服是年轻人购买的国潮运动品牌主要品类,但专业细分产品愈发受到关注

年轻人购买的国潮运动产品类型 (比例)

