

经济日报携手京东发布数据——

世界杯拉动多领域消费增长



看球经济

世界杯不仅是一场体育界的盛会，更是一场全民狂欢。世界杯开赛以来，相关消费更是持续升温。

对世界杯的关注程度可以在搜索趋势中得到体现。从全国不同省市近两周的搜索走势看，北京、四川、辽宁消费者对世界杯的关注更为提前；而在开赛一周，广东、浙江、江苏的搜索热度后来居上。从全国不同省市世界杯搜索环比增幅来看，福建、江西、浙江、安徽、河南等地表现更为突出。

趋势升温

“看球经济”不断升温，成为近期拉动消费增长的重要力量。场景化消费趋势愈加明显，背后的消费升级和健康运动消费热潮值得行业关注。

首先，赛事直播可以带动大屏电视销量。世界杯比赛期间，国内球迷观赛以电视直播为主，客厅成为观看比赛的重要场景。数据显示，75英寸及以上大屏电视在世界杯期间订单量较同期增长超2倍，带给球迷身临其境的观赛体验。

其次，观赛氛围能够促进食品饮料消费。本届世界杯开赛以来，酒水饮料、坚果零食等销量增长，美食美酒成为球迷的观赛伴侣。

第三，世界杯周边产品广受欢迎。本届球迷延续了对所爱球队加油助威的热情，世界杯配套装备、足球相关商品热度不断上升。数据显示，足球鞋、足球和足球衣裤成为时下最受欢迎的商品，超过四成德国、西班牙国家队球衣的购买者为女性。另外，“看球经济”也成为家庭间的亲子乐趣，不少父母为孩子选购了足球相关的配饰与玩具，其中儿童足球配饰成交额环比增长326%、儿童足球玩具成交额环比增长169%。

（作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员）

说数



2022年卡塔尔世界杯堪称“史上最贵”的一届世界杯，新建体育场馆、先进判罚技术均成为全球关注的焦点。开赛以来，在整体赛事热潮的带动之下，球迷观赛的各种场景受到相关企业的重点关注。相关企业要通过挖掘看球场景需求的不竭挖掘，进一步提升球迷观赛体验，满足观赛需求，既要提供好的服务和产品，也要通过观赛热潮壮大自身品牌效应。

“看球经济”随赛事举办迅速升温，大屏电视可以带给球迷身临其境的赛事观感，美食也成为观赛过程中的重要伴侣。此外，身着同款球衣为喜爱的球队加油也是广大球迷们的“保留项目”。消费者主动寻找有关自己热爱球队的信息与产品，让世界杯周边商品的热度得到提升。接下来，相关企业要在延续消费热潮上做文章，积极主动推出后续产品，防止赛事结束后导致产品“遇冷”。

数据周期：2022年11月21日至11月27日



更多内容 扫码观看

