

在这里读懂中国消费



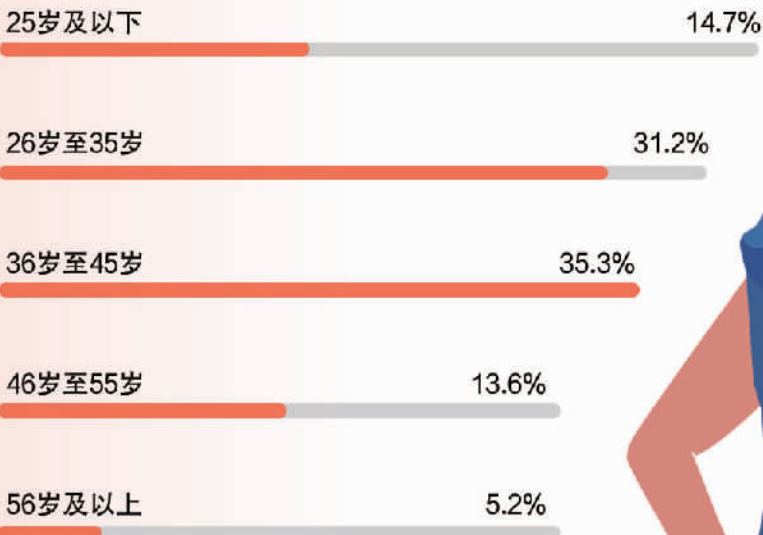
健跑带火运动装备消费

1 跑步装备消费情况

跑步装备成交量同比增长TOP5



各年龄段消费者的跑步装备成交量占比



近年来，跑步成为越来越多人的健身首选。虽然门槛低，但要想跑得舒服、不受伤，既需要相对专业的锻炼方式，也需要适合自身的运动产品。跑鞋、服装、运动手表、能量补给品等，是当下爱跑人士的常见配置。

男性消费者偏爱的跑步装备TOP3（偏好指数）



女性消费者偏爱的跑步装备TOP3（偏好指数）



不同性别消费者的跑步装备成交量占比

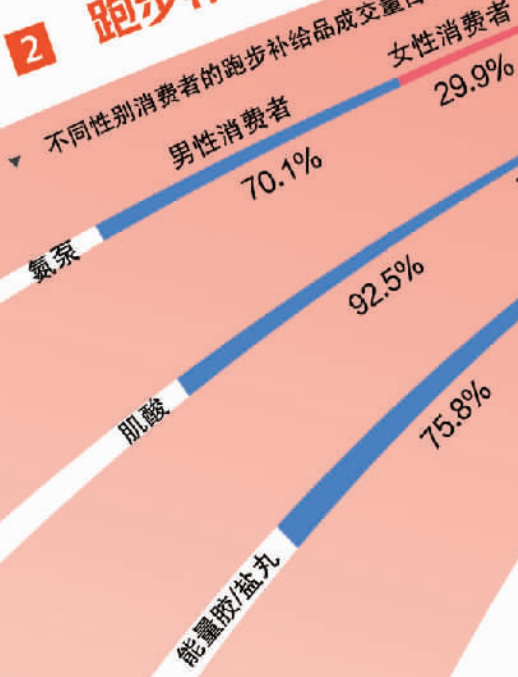


各级市场跑步装备成交量占比



2 跑步补给品消费情况

不同性别消费者的跑步补给品成交量占比

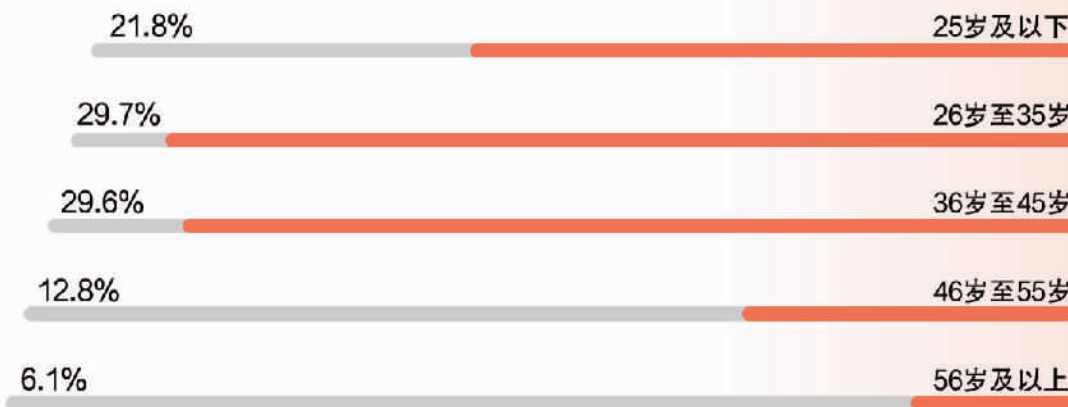


3 电子类跑步产品消费情况

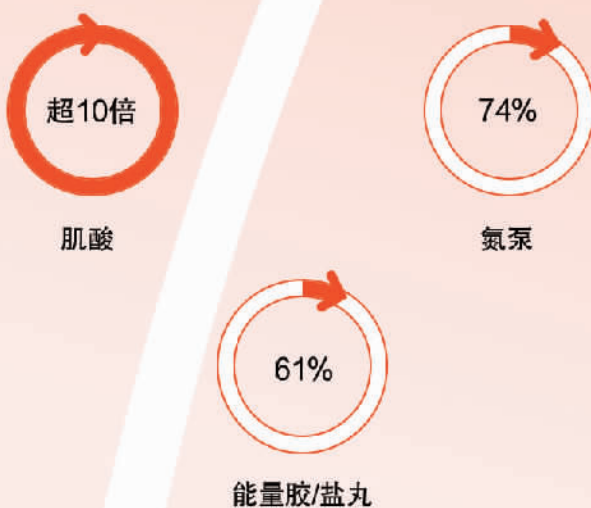
各年龄段消费者的跑步用运动手表成交量占比



各年龄段消费者的跑步用蓝牙耳机成交量占比



跑步补给品成交量同比增长TOP3



在跑步装备的选择方面，男性消费者往往对装备的性能、专业性和科技含量要求较高，喜欢个性的设计；女性消费者在注重功能的同时，对颜色、款式、时尚度有一定要求，对帽子、面罩等运动配件也较为青睐。



更多内容 扫码观看

数据周期：2025年5月份

说数

在全民健身热潮下，跑步成为不少人生活中不可或缺的一部分。销售数据显示，跑步装备销售火热，越野跑鞋、跑步护踝、跑步腰包、运动手表等产品受到消费者青睐。

对于普通跑步爱好者来说，跑步是为了健康，选择适合自己的跑步装备也是为了更科学地锻炼，避免受伤。从数据来看，包括跑鞋、护踝、跑步袜、心率带等产品在内的装备销量增长较快，反映了消费者对跑步装备的基础性需求。

当前，功能性跑鞋成为不少跑者的“心头好”。碳板跑鞋以刚性推进力助力百米冲刺，能量回馈高的中底泡棉跑鞋为中长跑者节省体力。但是，碳板跑鞋需要肌肉力量与跑鞋相适应，不适合入门级跑者，选择不当还容易受伤。因此，企业在宣传时还应突出运动装备的适配人群和适配运动，消费者选择也应将“安全”作为首要考虑因素。

除了功能性，时尚属性也成为很多跑步装备的卖点。不少品牌推出的“运动休闲系列”大受欢迎，瑜伽裤、防风外套等设计感十足的跑步单品，被年轻消费者当作日常穿搭。这反映出跑步装备已从跑步场景向更多场景延伸，跑步装备的销售空间也将进一步扩大。

随着智能穿戴设备普及，能够显示配速、心率、血氧等数据的运动手表成为众多跑步爱好者的标配。除了记录基础数据，更多消费者希望将日常生活中的健康数据与运动数据相结合，以此分析和解读身体状态变化，评估个人运动水平。这意味着，跑步运动装备将不仅仅局限于简单的监测，未来还将与医疗机构和健康服务平台实现深度对接。相关企业可加强与医疗机构的合作与沟通，为消费者提供更精准的运动方案和健康管理服务，让装备消费和服务消费为企业带来更多机遇。