

在这里读懂中国消费

暑期室内运动消费热情高

1 总体消费情况

健身产品销售额占比TOP5

跑步机 筋膜枪 动感单车 哑铃 单双杠/引体向上



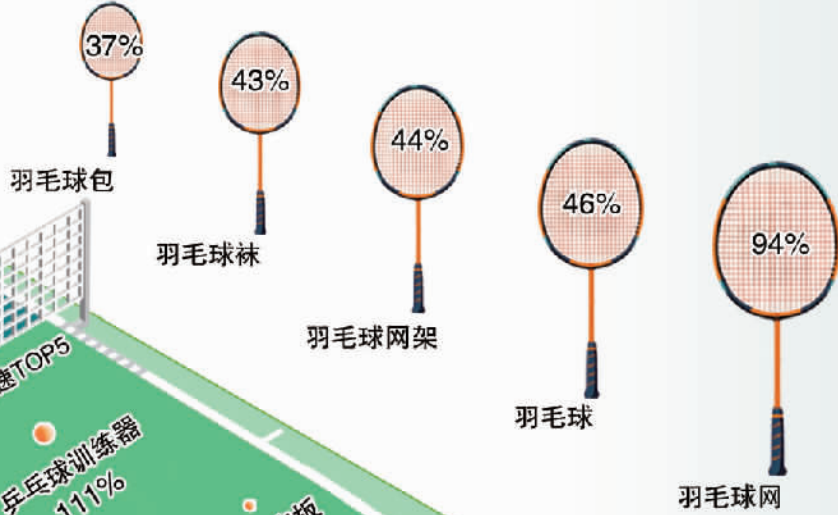
台球产品销售额同比增速TOP5



瑜伽运动产品销售额占比TOP5

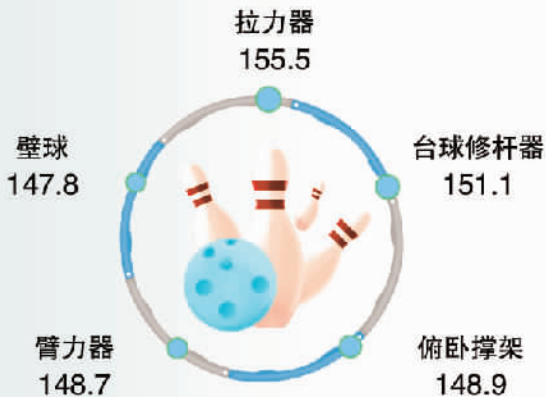


羽毛球运动产品销售额同比增速TOP5

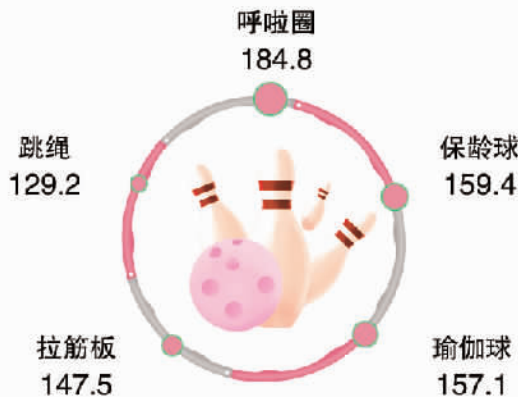


2 消费者特征

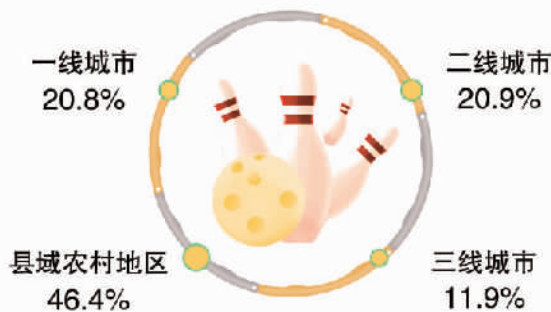
男性消费者室内运动器材偏好指数TOP5



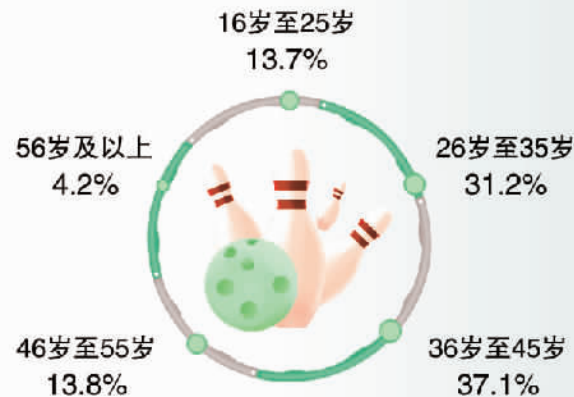
女性消费者室内运动器材偏好指数TOP5



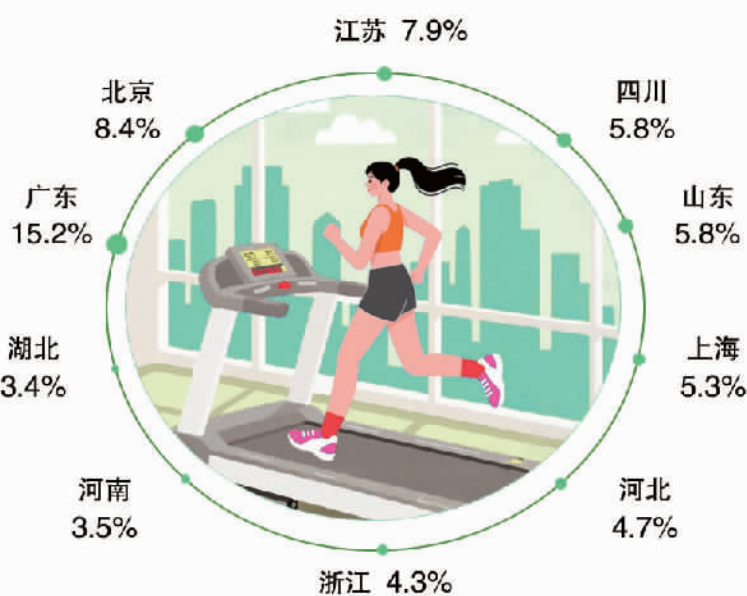
各级市场室内运动产品销售额占比



各年龄段消费者室内运动产品销售额占比



室内运动产品销售额占比TOP10省份



说数

随着高温天气频频刷新纪录,恒温、舒适的室内运动场成为居民健身和社交的热门选择。数据显示,今年6月至7月,室内运动器材消费快速增长,其中,保龄球运动产品销量同比增长664%,壁球增长110%,台球增长41%,乒乓球和羽毛球等大众室内项目分别增长36%和28%。

从消费结构看,兼具娱乐与运动功能的项目表现亮眼。以保龄球为例,配套产品如手套、球包等呈现高速增长趋势。壁球、台球等项目则凭借相对较低的门槛和较高的社交属性,吸引了更多年轻人加入。大众化的室内运动延续热度,乒乓球和羽毛球消费稳步增长。乒乓球桌球网、训练器等功能性配件销售额同比增速均在1倍以上,羽毛球网、球包等装备也保持快速增长。

室内健身运动产品中,跑步机、筋膜枪和动感单车的销售额占比位居前3名。从增长趋势看,小

型器材表现突出,家庭场景成为重要增量来源,指压板、拉力器和药球的销售额实现数倍增长。相比占地较大的有氧器材,这类轻量化产品更易收纳、适配客厅或阳台场景,满足用户在家完成有氧、力量、塑形的多元训练需求。瑜伽运动作为典型室内运动,相关产品消费热度不减,其中,瑜伽环和连体衣销售额增长最快,瑜伽球、瑜伽垫等基础器材销售同样稳定向好。

消费场景的多元化也在加速室内运动普及。社区文体中心、商场地下一层和写字楼中的保龄球馆、台球厅、健身房等,成为居民避暑健身的热门去处,室内滑雪馆、冲浪馆、攀岩馆等小众运动场馆快速拓展。同时,家庭健身与线上课程相结合,让体育消费进一步走向生活化、日常化。相关企业可在温控场馆、适配小空间的器材和社交化运动项目上持续发力,激发暑期室内运动消费潜力。

郭旭



更多内容 扫码观看

数据周期: 2025年6月24日至8月15日