

大众体育参与 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“快速发展的体育参与市场不仅为体育行业带来了机遇，也为其他行业的品牌带来契机。推出更多种多样的体育活动，让体育变得更有趣，能更大范围地吸引消费者参与，而参与者生成的运动数据不仅能带来积极反馈，还能成为促使用户运动的动力。由于消费者最普遍信任体育明星，所以体育明星代言品牌或许可更有效地塑造品牌形象。”

— 黄一鹤，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 让体育参与简单、有趣、有意义
- 人人都可成为运动数据生成者
- 爱屋及乌：体育明星和品牌形象

我们有充分理由相信，中国大众体育市场在未来几年将快速发展。体育行业如果能增加体育活动的趣味性，除了能吸引体育爱好者之外，也能吸引普通的体育参与者。同时，消费者在参与体育活动的过程中生成了越来越多的数据。由于这些数据有助于消费者了解自己的运动表现和健康状况，并能鼓励他们坚持参与体育活动。大众体育参与的增长也为其他行业的品牌带来了机遇——品牌可利用消费者对体育明星代言的信任，拉近与消费者的距离，而且能和代言明星共塑品牌形象。

报告分析了大众体育参与的情况，探讨了消费者的参与频率、兴趣和原因。调查也包括了观赏性体育消费，包括观看的媒体渠道、观看体育比赛时的行为和观看体育比赛时吃的食物。报告还分析了中国消费者对运动工具的兴趣、使用情况以及对体育的信任度。

购买
这篇报告地址：
store.mintel.com电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533巴西
0800 095 9094美洲
+1 (312) 943 5250中国
+86 (21) 6032 7300亚洲
+61 (0) 2 8284 8100邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

大众体育参与 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需了解的

报告定义

不包括

综述

市场

体育零售之外的另一快速增长的市场

数据1: 中国大众体育参与市场消费额预测（最好和最坏情形），2012-2022年

数据2: 过去6个月内参与的体育活动，2018年1月

观赏性体育增长强劲

消费者

对设备和场地要求越少的体育运动参与度越高？

数据3: 过去2年参加的体育比赛，2018年1月

追求健康生活

数据4: 参加体育比赛的原因，2018年1月

在线观看体育赛事日益流行；参与者借助多种媒体参与体育运动

数据5: 体育媒体使用情况，2018年1月

观看体育赛事时最常聊天、吃东西

数据6: 观看体育比赛时的行为，2018年1月

观赛食物中坚果/瓜子更受欢迎

数据7: 观看体育比赛时吃的食物，2018年1月

手机应用软件是消费者最感兴趣和使用率最高的工具

数据8: 运动工具兴趣和使用，2018年1月

消费者普遍信任体育比赛的结果和体育明星代言

数据9: 对体育的信任度，2018年1月

我们的观点

议题与洞察

让体育参与简单、有趣、有意义

现状

启示

人人都可成为运动数据生成者

现状

启示

爱屋及乌：体育明星和品牌形象

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

大众体育参与 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

市场——您所需要了解的

市场繁荣发展

大型体育赛事吸引消费者关注；播放权的分配尘埃落定，说明观赏性体育消费市场日渐成熟

中国消费者见识到更多体育运动类型

智能化和电子竞技增强了体育运动的吸引力

市场规模与预测

市场预计将保持2位数的增速

数据10: 中国大众体育参与市场消费额预测（最好和最坏情形），2012-2022年

消费者参与体育运动的意愿和兴趣度都较高

数据11: 最感兴趣的体育运动，2018年1月

市场因素

健康保健意识增强

越来越注重支持发展体育产业

2018年是观赏性体育消费的“大年”

播放权主要集中在几大平台手中；未来是否是体育短视频的天下？

市场活动与创新

NFL预计不久将再次发力中国市场

更多跑步活动将登陆中国市场

体育场更智能

借助电子竞技吸引新观众

消费者——您所需要了解的

羽毛球参与度最高

中国消费者对健康的追求带动体育参与

线上体育赛事触及各年龄群，且体育媒体的使用情况呈多元化

观看体育比赛时最经常聊天和吃东西；坚果和瓜子是最常吃的食物

体育类手机软件是最流行的辅助工具

消费者普遍信任体育比赛的结果和体育明星代言

体育参与和兴趣

9成被访者在过去6个月中参与过体育运动。

数据12: 过去6个月内参与的体育活动，2018年1月

乒乓球：竞技超过娱乐

数据13: 过去2年参加的体育比赛，2018年1月

体育参与的典型性别差异依然存在

数据14: 最感兴趣的体育运动（按性别区分），2018年1月

参加体育运动似乎是一项精致成熟的、适合家庭休闲的活动

参与体育运动的原因

参与体育运动来增强体质

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

大众体育参与 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据15: 参加体育比赛的原因，2018年1月

一线城市的体育参与者更有可能追求自我实现

数据16: 参加体育比赛的原因（按城市线级区分），2018年1月

体育媒体

线上体育赛事渗入所有年龄群

数据17: 体育赛事的观看场合，2018年1月

数据18: 体育赛事的观看场合（按年龄区分），2018年1月

多元化的体育媒体使用情况

数据19: 体育媒体使用情况，2018年1月

数据20: 社交媒体和传统媒体使用情况（按性别区分），2018年1月

数据21: 体育社交媒体使用情况（按年龄区分），2018年1月

观看体育比赛时的行为

情感和胃都需要陪伴

数据22: 观看体育比赛时的行为，2018年1月

数据23: 观看体育比赛时的行为（按性别区分），2018年1月

观看体育比赛时吃的食物

坚果和瓜子是最受喜爱的观赛食物

数据24: 观看体育比赛时吃的食物，2018年1月

女性更喜欢在观看体育比赛时吃零食

数据25: 观看体育比赛时吃的食物（按性别区分），2018年1月

数据26: 饿了么球赛主题的广告海报，2017年12月

坚果/瓜子和咸味膨化零食对20-24岁的消费者有同样的吸引力

数据27: 观看体育比赛时吃的食物（按年龄区分），2018年1月

数据28: 世界杯德国主题薯片，2018年4月

运动工具的使用和兴趣

运动工具和服务享有较高的兴趣度和使用率

数据29: 运动工具兴趣和使用，2018年1月

数据30: 运动工具使用情况（包括“正在使用”和“以前用过，但现在不用”），2018年1月

数据31: 对运动工具的兴趣（目前），2018年1月

更多女性对健身手机软件和课程感兴趣

数据32: 对运动工具的使用情况和兴趣（按性别区分），2018年1月

数据33: 对运动类电子游戏的使用情况和兴趣（按性别区分），2018年1月

一线城市消费者喜欢智能设备/服饰

数据34: 对运动工具的使用情况和兴趣（按城市线级区分），2018年1月

年轻一代更有可能成为早期用户

对体育的信任度

对体育的信任度变化不大

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

大众体育参与 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据35: 对体育的信任度，2018年1月

体育明星或许更能吸引目标受众

网上体育彩票不太可能会解禁，但消费者的更多小众需求尚待满足

认识英敏特城市精英人群

更积极参与体育运动

更热衷体育媒体

数据36: 体育媒体的使用情况（按消费者分类区分），2018年1月

观看体育赛事时做的其他事情与非英敏特城市精英人群相似，但更有可能吃零食

数据37: 观看体育比赛时吃的食物（按消费者分类区分），2018年1月

积极使用运动工具，不断追求更佳选择

数据38: 对运动工具的使用情况——正在使用（按消费者分类区分），2018年1月

数据39: 对运动工具的使用情况——以前用过，但现在不用（按消费者分类区分），2018年1月

愿意更信任体育

数据40: 对体育的信任度（按消费者分类区分），2018年1月

附录——市场规模与预测

数据41: 中国大众体育参与市场消费额预测，2012-2022年

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com