

一套装备上千元,国货“回春”

健身市场的火热情景,也传递到了装备生产端。在高鑫广场的某运动专卖店里,许先生正在挑选专业的登山鞋和外套,尽管价格不菲,但他仍然觉得值。他表示,自己身边有越来越多的朋友加入了健身的行列,随着年龄渐长,90后这一群体也越来越注意身体健康。“不单单是保温杯里泡枸杞,迈开腿也是十分重要的。”

许先生是个装备控。他告诉记者,健身装备的品类繁多,以跑步装备为例,除了跑鞋,还需要水壶、运动蓝牙耳机、智能穿戴设备、计步器、护膝、速干衣、压缩裤、吸汗袜、头巾、运动臂包……

近2年来,许先生在跑步装备上的花费越多越多,仅今年就已经投入1万多元。对他而言,买运动装备已成为一项重要开支。在他的装备清单里,跑步鞋1399元,紧身上衣600多元,紧身裤900元,跑步耳机1299元,小背包300多元。

在采访中,记者发现一个有趣的现象,不少跑步爱好者在一段时间里每跑完一定的公里数,便会奖励自己一件新装备。在他们看来,这件新装备是一段新的旅程,也是一种自我鼓励。

而这种消费心理,自然被商家所捕获,不少国货借此“回春”。据咨询公司欧睿国际(Euromonitor)的统计数据显示,2018年中国运动服饰市场规模突破了400亿美元,同比增长19.5%。近10年,中国运动服饰市场规模年均复合增速近10%,高于其他国家。

据《2018线上运动消费趋势大数据报告》显示,近2年,许多“国货”品牌通过渠道和产品创新,借力运动消费崛起的东风,重新回归消费者视野,销费金额占比接近4成,足以可见运动市场的巨大商机。

以李宁为例,去年2月,李宁借着纽约时装周天猫中国日上的走秀,将胸前“中国李宁”铿锵有力地向世界展示中国运动服饰的潮流。此后,李宁将运动与潮流相结合,相继推出“悟道”“重燃”“烈骏”等融合中国元素的系列潮流产品,改变了其在年轻消费者心中的刻板老旧印象。

在今年3月公布的业绩报告中,2018年李宁营业收入达105.11亿元,同比增长18.4%,首次实现营收破百亿元。

同样,安踏也焕发出新的生命力。7月13日,安踏为克莱·汤普森全新推出的KT4“报答”鞋。这款售价999元、限量一万余双的球鞋一经发售,便被抢购一空,并在nice、毒等二手鞋平台上被热炒。数据显示,2018年安踏篮球鞋销量达400万双,位居中国市场第一;KT正代篮球鞋销量今年也有望突破100万双。

面对获得的成功,安踏从去年底开始,对品牌内部发起架构调整,除了篮球品类独立的事业部形态外,将综合训练、跑步和运动生活也升级为独立的事业部。对此,安踏集团副总裁李玲公开表示,这是一项主动的变化,显示了安踏品牌试图提升旗下每个品类应对市场变化、把握消费者需求能力的决心,这也是在新的市场竞争环境下,安踏通过架构调整希望达成的目标。



许先生的跑步装备。

跑马经济 最便宜的是 报名费



王蕾参加2018绍兴国际马拉松比赛。

王蕾,马拉松重度爱好者。谈及跑步的原因,她表示,早年身体不好,想通过跑步锻炼身体。跑步的2年里,她的里程数不断攀升,从最初的3公里,逐渐升级到“半马”,最后到了“全马”。而像她这样的人群,在宁波正逐渐扩大。

中国田径协会数据显示,2014年中国马拉松赛事数仅为51场,但此后,“跑马”迅速成为一个热潮,2015年马拉松赛事数猛增至134场,2016年“跑马”赛事数再度翻番达到328场,2017年直接突破千场,赛事增至1102场。马拉松在中国迎来了井喷式发展。数据显示,2018年中国马拉松年度消费总额达178亿元,全年赛事带动的总消费额达到288亿元,年度产业总产出达746亿元。

举办一场马拉松,除了本身赛事外,还涉及吃、穿、住、行、游等各个方面,背后巨大的消费市场自然不言而喻。“厦马”是国内马拉松赛事一个响亮的牌子。截至2017年,该品牌价值累计达4.26亿元。2018年单年赛事品牌价值为6400万元。随着厦门马拉松影响力和比赛规模的扩大,“厦马”对城市经济发展的贡献也越来越大。2018年的厦门马拉松为厦门市带来的直接经济效益达1.16亿元,带动经济效益1.75亿元,综合经济效益2.91亿元。

王蕾告诉记者,参加马拉松比赛,最便宜的花费是160元的报名费,而到参赛地进行其他消费,才是比赛之旅的花费重头。“到厦门参加比赛,来回路费要500多元,比赛期间住宿最低也要330元一晚,3天时间至少要花费1000多元。”她表示,做为“菜鸟”级别,自己一年参与七八场“全马”比赛,且都在宁波附近的城市。“我现在一年参加比赛大约花费1万多元,算少的了,一些朋友,去兰州参加一场比赛,机票来回就要3000多元。”

正是看到了马拉松经济的背后,2015年宁波也开始举办国际马拉松比赛(简称“甬马”)。作为“新生儿”,“甬马”的影响力日益提升。即将于10月举办的2019宁波国际马拉松赛事,报名通道开启当天,半程马拉松、全程马拉松、迷你马拉松共计12000个参赛名额就已全部报满。组委会表示,今年的“甬马”将火力全开,在赛事规模、项目、服务、传播、线路等方面都将全面升级。

希望在不久的将来,“甬马”能下一局更大的经济“棋”。