

近日,宁波市体育局发布《2021年度宁波市居民体育消费调查报告》:2021年我市居民体育消费总规模达到**286.89**亿元,人均体育消费为**3006.01**元,占人均可支配收入的**4.59%**,占人均生活消费支出的**7.43%**。

与2020年相比,去年人均体育消费增加了**321.7**元,增幅为**11.98%**。那么,宁波人偏爱什么样的体育消费?宁波人最爱买的体育用品是哪些?什么体育项目的培训“吸金”最多……这份采用线上线下相结合的抽样调查方式形成的报告,给出了答案。

人均消费**3006.01**元 偏爱购买实物 最喜欢游泳培训



2022“热力宁波”体育消费节启动仪式场景。
记者 胡龙召 摄



市全民健身指导中心推出的瑜伽公益培训。
记者 胡龙召 摄

A

运动服装和鞋帽、运动装备器材，买买买

2021年宁波居民体育消费总规模达到286.89亿元,人均体育消费3006.01元。从三大类别来看,居民体育消费以实物型体育消费为主,实物型体育消费,占总消费规模的62.13%;其次是服务型体育消费,占比29.27%;最后是体育旅游、体育彩票及其他的消费,占比8.60%。

调查结果显示,2021年宁波居民体育用品人均消费为1733.42元,占人均体育消费总支出比重的57.67%。从消费细项来看,人均消费支出最高的是运动服装和鞋帽,达到1002.33元;其次是运动装备器材的消费;紧接着是户外运动装备和智能体育设备的消费。

记者在采访中了解到,今年六一儿童节前后,有不少宁波家长给孩子送的礼物就是运动装备。“孩子没有接受过专业的羽毛球培训,但是周末喜欢打羽毛球,并且一直希望有自己的专属装备。我们觉得学习之余参加一些运动是很好的放松调节,所以决定在节日满足他的这个愿望。”市民祝女士告诉记者,经专门向专业人士讨教之后,她网购了羽毛球拍、背包、羽毛球和服装,累计近3000元,在六一那天送给了孩子。

从居民购买体育用品的倾向来看,运动鞋、运动服装及配饰的消费较多,分别占69.30%和59.60%;其次是球类用品、游泳用品和智能设备的消费;垂钓用品消费最少。在选择购买体育用品的过程中,质量和实用性是居民最关注的因素,品牌和购买渠道对居民选择体育用品的影响相对较小。

值得一提的是,2021年宁波居民人均线上体育用品消费为905.02元,对应消费占比57.82%,网络消费也已经成为居民体育消费的重要渠道。调查显示,除了购买体育用品之外,有43.50%的居民使用过互联网健身APP。

B

健身休闲，最看重服务态度和设施

健身休闲消费是居民体育消费的重要板块,包括健身会费及指导费、线上健身指导和咨询费、参赛费和报名费、场地和相关器材用品租金4项。统计数据显示,2021年宁波居民人均健身休闲消费支出652.30元,占体育消费总支出的21.70%。

从消费细项来看,宁波居民在线下健身俱乐部/会所/社团/工作室等的会费以及健身指导等方面的人均支出额是365.43元,占全部健身休闲消费比重56.02%,线上健身指导和咨询65.53元、参赛费和报名费44.78元、场地和相关器材用品租金176.55元。

健身休闲消费倾向方面,调查数据显示,35.40%的居民有意愿并去过健身会所,有意愿去但还未去过健身相关会所的居民占比42.40%,无意愿也没去过健身会所的居民占比22.20%。

市民邹女士是一位健身新人,去年才成为健身房的常客。“体检报告发出了健康警示,所以下定决心开始锻炼。工作很忙,带娃也很操心,以前但凡有点空闲时间只想‘躺平’,是身体出现的隐患倒逼自己开始运动。”邹女士说,她花费数千元做了健身卡,同时也为孩子的外婆做了健身卡,“每周去两三次健身房,有时候在跑步机上跑一跑,有时候做做瑜伽。坚持半年多了,感觉自己的精神气确实好了不少。”

从居民选择健身俱乐部/会所/社团/工作室的影响因素来看,场所的服务态度和环境设施是居民在选择健身俱乐部时优先考虑的因素。这两个因素,参与调查人群均有半数人勾选,其次才考虑地理位置,占比44.74%。其他因素中,相比于教练的水平,价格高低和场所氛围更容易引起居民的关注,并选择来俱乐部进行锻炼健身,口碑评价对居民选择健身俱乐部的影响最小,仅占18.42%。

据统计数据显示,参与过户外运动项目的居民中,参与徒步和登山的人数较多,分别占比57.66%和55.91%;参与定向与导航的人数最少,仅占6.32%。居民在户外运动相关用品方面的人均消费支出最高,为299.36元;其次是居民在参与户外运动时租赁场地、相关器材、用品等的人均消费,为215.95元。

另外,有点出人意料的是:根据该报告的居民运动项目体育消费分析,我市参与过水上运动项目的居民中,参与潜水项目的人数较多,占比42.81%;其次才是皮划艇、皮艇球项目,占比27.60%。

