



# 2020大众运动健康报告

2020 PUBLIC SPORT HEALTH REPORT



# 引言



中国体育产业未来前景非常乐观，科学运动健康生活的理念也将持续发展。

作为大众运动倡导和引领者，让更多民众关注体育，发现体育，参与体育，是迪卡侬的目标。

2020年疫情让人们整体健康意识大大提升，越来越多人主动选择运动成为生活方式之一。

疫情期间，27.2%国民更加看重健康运动习惯，23.8%国民学会了更多居家运动技巧，21.1%国民的运动习惯更加稳定。疫情之下，运动成为一种抗疫的力量，成为健康生活方式的更优解。

此次，迪卡侬携手健康领域头部内容品牌丁香医生，联合发布2020大众运动健康报告。通过商业案例结合大数据分析，寻找和观察国民运动习惯，发现新趋势，提供跨行业合作新玩法，以期引起更多社会关注，呼吁更多力量参与国民体育健康事业。



# 目录

---



01 大众运动投入呈现群体差异

02 多样性成为大众运动新趋势

03 运动健康重要性全面提升

04 疫情影响运动风潮





01

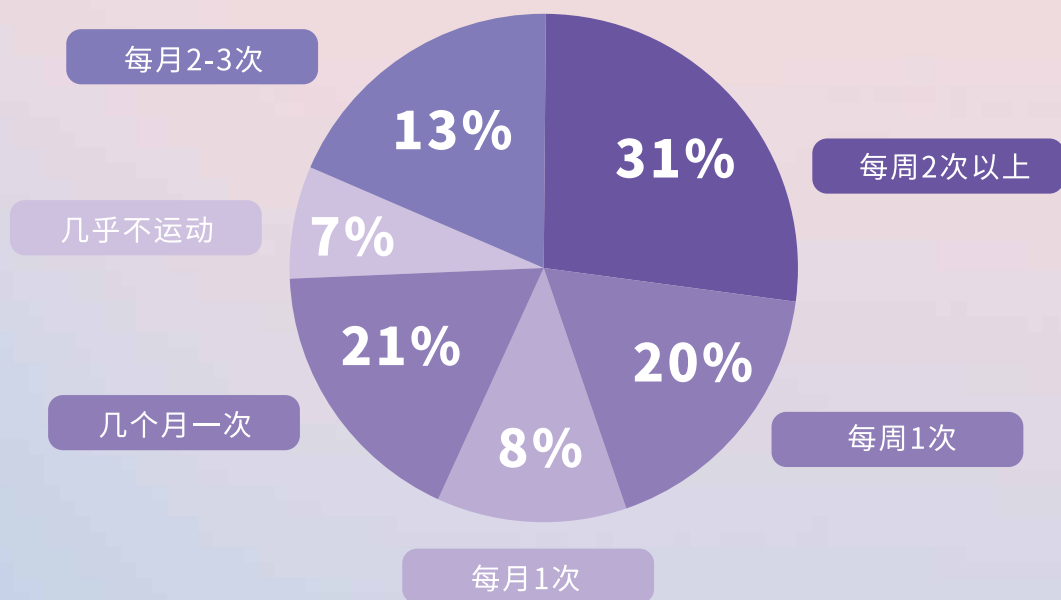
# 大众运动投入呈现群体差异





# 半数民众保持周运动频率 但也有近三成人群少于每月一次的运动锻炼

运动频率



■ 每周2次以上 ■ 每周1次 ■ 每月2-3次 ■ 每月1次 ■ 几个月一次 ■ 几乎不运动

根据迪卡侬用户洞察，

51%的消费者每周会进行至少一次运动，其中一周运动两次以上者占31%。

目前仍有21%的人群无法保证一个月一次进行运动，还有7%的人几乎没有运动锻炼意识。

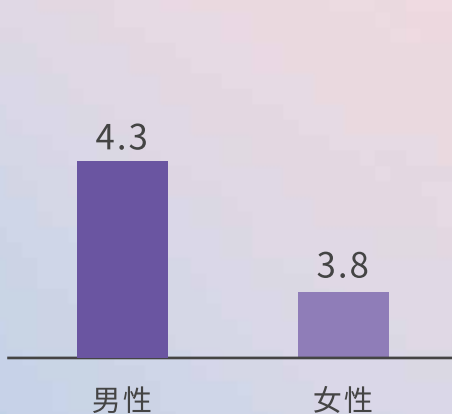
数据来源：2019年迪卡侬全国顾客调研(样本量N=48262)



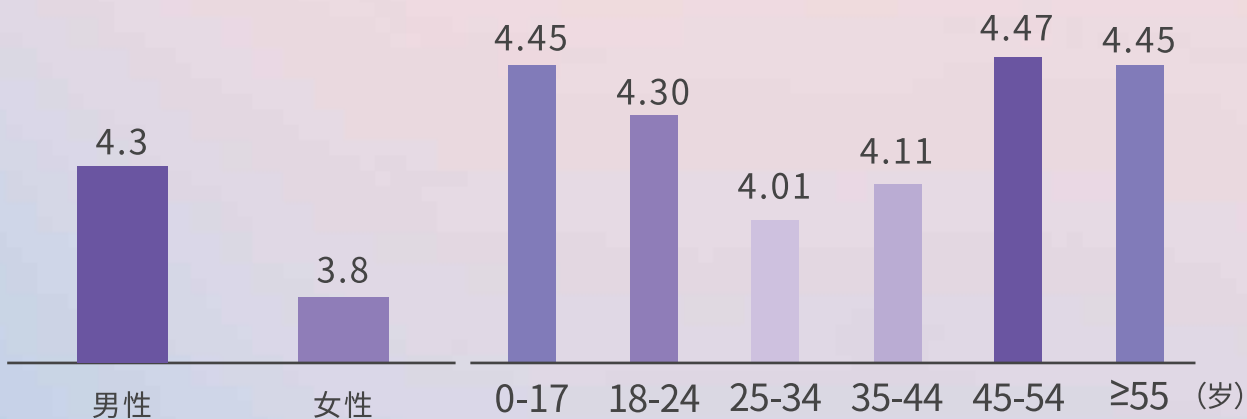


# 男性运动频率高于女性 80后中生代相对其他年龄段人群运动时间最少

时间投入指数-分性别



时间投入指数-分年龄



数据显示,男性运动频率要高于女性,约13%。

年龄方面则呈U型分布,

45-54岁的运动频率最高;

00后和55岁以上人群紧随其后;

80后相对最低,作为社会中流砥柱,如何平衡时间分配,保持稳定的运动习惯,是该人群面临的重要课题。

数据来源:2019年迪卡侬全国门店顾客调研(样本量N=48262)

时间投入指数:根据迪卡侬门店顾客调查中的运动频率分布进行加权得分获得





# 各级城市大众运动投入时间差值小 城市运动参与度较高

时间投入指数-分城市



数据来源:2019年迪卡侬全国门店顾客调研(样本量N=48262)  
时间投入指数:根据迪卡侬门店顾客调查中的运动频率分布进行加权得分获得

运动时间投入体现城市健康意识程度。

一线城市的人群运动投入时间整体领先;

新一线城市以及二、三、四线城市呈现平均分布,且逼近一线城市。

全国整体呈现良好的运动参与度,各级城市对健康的重视和期待都很高,体育人口红利潜力巨大。

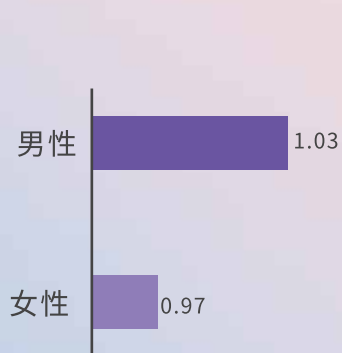




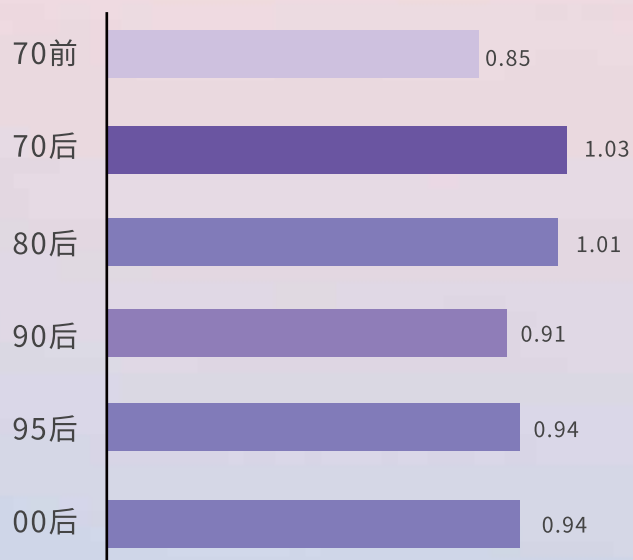
# 女性运动消费市场仍有较大潜力

## Z世代运动时间和消费金额投入均表现突出

运动消费指数-分性别



运动消费指数-分年龄



男性人均运动消费投入略高于女性，而女性运动消费市场仍有较大潜力。

按年龄段来看，70后运动消费相对最高，经济实力较强，且子女多处于青少年期，有较大的购买需求；

80后紧追其后，运动消费多为家庭式消费；

年轻的Z世代，运动消费和时间投入同时位列前三，国民体质发展未来可观；

老年人投入最少，表现出他们更青睐利用现有资源或不需要太多金钱投入的运动。

数据来源：2019年迪卡侬全国门店顾客调研（样本量N=48262）

运动消费指数：某一个会员顾客群体（如不同性别、年龄或城市）的2019年人均消费金额/所有会员顾客的2019年人均消费金额

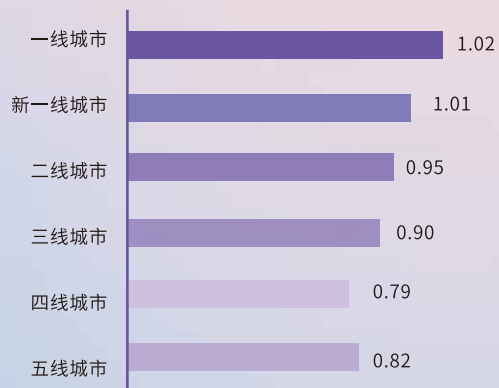
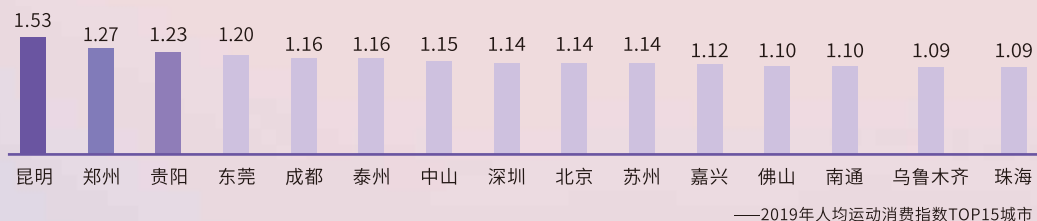






## 新兴城市人均消费水平领跑全国

运动消费指数-分城市



在人均运动消费方面，昆明、郑州、贵阳的年人均投入金额排在TOP3，超越了经济最发达的一线城市。

而整体来看，一线城市运动消费水平依然保持领先，新一线城市紧随其后。

体育消费市场下沉，新兴城市崛起，为拉动我国大众运动消费增长起到重要作用。

数据来源：2019年迪卡侬全国门店顾客调研（样本量N=48262）

运动消费指数：某一个会员顾客群体（如不同性别、年龄或城市）的2019年人均消费金额/所有会员顾客的2019年人均消费金额





# 国内高消费运动类型日趋丰富

运动消费指数-分种类



山地骑行、场地曲棍球、儿童自行车等需要专业装备与配件相结合的运动，消费投资整体较高。

高消费前十的运动中，冰雪运动占了四席，分别是滑雪、滑冰、冰球、雪地徒步。

得益于国家政策扶持，国内冰雪产业正迎来高速发展。2019年单板滑雪运动增幅超50%，儿童单板和双板滑雪销量增长远高于成人。

滑板、帆船、冲浪、越野跑等运动也成为国民高投入的新兴选择。

总体来看，对安全性或抵御环境能力要求越高的运动，所需的投资也越高。



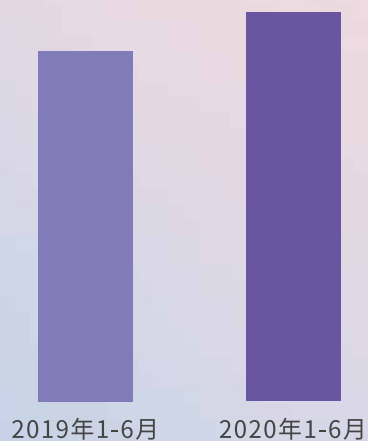
数据来源：2019年迪卡侬全国门店顾客调研(N=48262)和消费数据

运动消费指数：某一个会员顾客群体(如不同性别、年龄或城市)的2019年人均消费金额/所有会员顾客的2019年人均消费金额



## 头盔等护具类产品的人均消费增长明显

人均投入金额-运动护具类



数据来源:迪卡侬全国门店顾客消费数据

数据显示,2020年,运动头盔等护具类产品的消费金额较2019年同比增长12%,说明人们运动安全意识有所提高。

2020年6月1日起,全国开展“一盔一带”安全守护行动。当月头盔销量增长91%。

国家政策和城市推广,是国民运动习惯养成和大众运动消费趋势的重要外部影响因素。

内外因素共同促进大众运动安全意识提升。





# 02

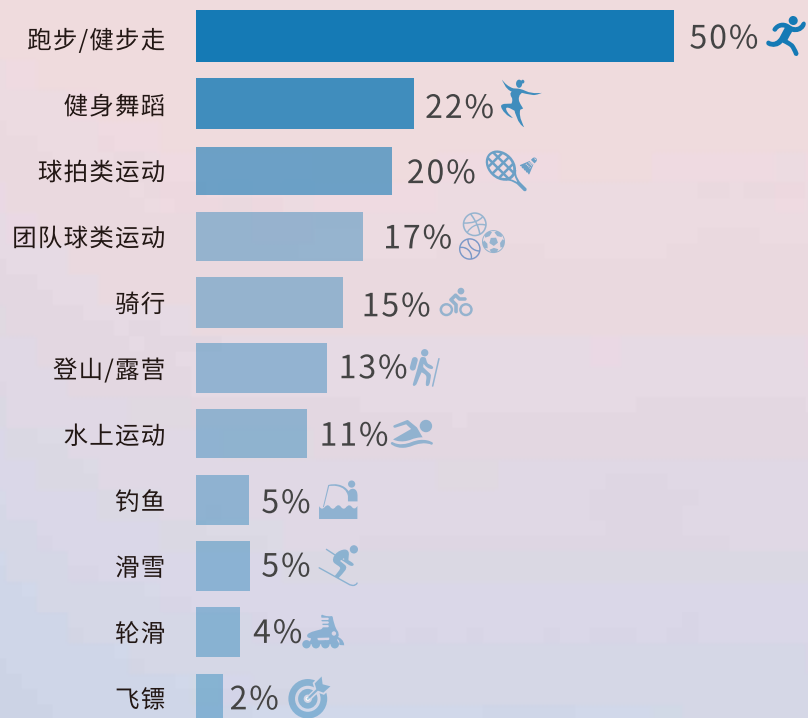
## 多样性成为大众运动新趋势





# 运动选择多样性 小众项目进入大众视野

运动参与种类



数据显示,跑步/健步走依然是最常见的运动,参与人数远超其他项目,达到50%。

随着运动理念普及和新兴运动发展,更多小众运动进入大众视野,人们拥有更多运动选择。骑行、滑板、钓鱼、飞镖等项目参与度越来越高。

数据来源:2019年迪卡侬全国门店顾客调研(样本量N=48262)

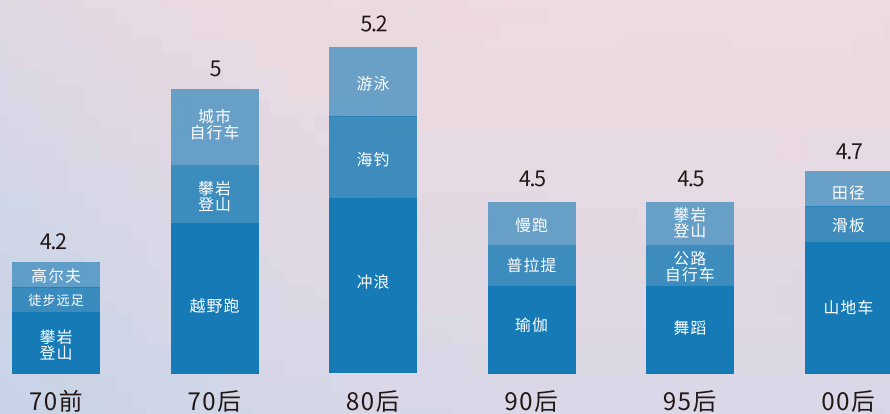




# 运动选择多样性, 偏好呈现年龄差异

## 80后接触运动种类最多

运动参与种类&偏好-分年龄



成年运动人群年平均参与4种以上运动, 其中80后人群达5种, 高于其他年龄段。

80后人群经济基础较好, 且较多需要陪伴子女或父母一起锻炼, 所以日常接触的运动种类最多。

运动偏好呈现年龄差异:

00后偏好多与体育课以及通勤出行有关;

95后偏好舞蹈、攀岩等具有个性标签的运动;

90后偏好瑜伽、普拉提等塑造体态的运动;

80后偏好冲浪、游泳等水上运动;

70年代前后人群崇尚越野跑、登山、徒步等亲近大自然的运动项目。



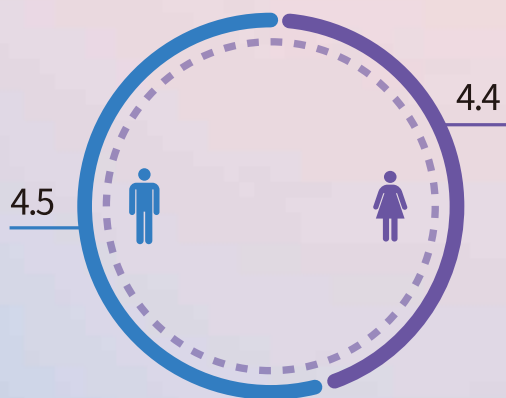
数据来源: 2019年迪卡侬全国门店顾客消费数据

运动偏好: 某一个会员顾客群体 (如不同性别、年龄或城市) 参与某项运动的比例/所有会员顾客中参与该项运动的比例

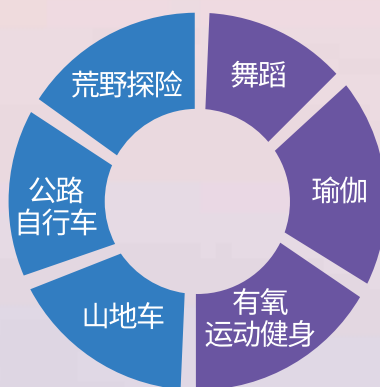


# 大众运动偏好呈多样性, 两性风格有差异

运动参与种类-分性别



运动偏好-分性别



男性和女性每年人均参与的运动都在4种以上, 数值持平。

在运动偏好度方面, 两性风格差异较大: 男性更偏好荒野探险、公路骑行、山地骑行等户外运动; 女性更偏好舞蹈、瑜伽等塑造优美形体的运动或有氧运动。

数据来源: 2019年迪卡侬全国门店顾客消费数据

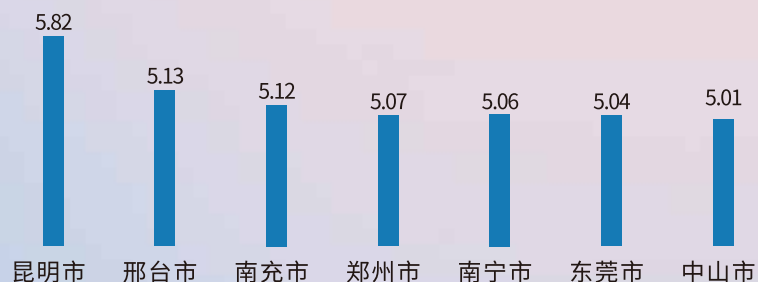
运动偏好: 某一个会员顾客群体(如不同性别、年龄或城市)参与某项运动的比例/所有会员顾客中参与该项运动的比例





## 多因素影响城市运动多样性发展

运动参与种类-分城市



城市名单上,昆明、邢台、南充三城的运动多样性排名TOP3。

年平均有5种以上运动种类选择的城市,还有郑州、南宁、东莞、中山,市民的运动可选择性较多。

城市推广和赛事举办影响人们运动偏好和消费趋势。

绍兴,着力打造“排球之城”,相关数据显示排球已成为当地市民最喜爱运动;

乌海,承办2019全国公路自行车锦标赛,骑行运动得到快速普及,公路自行车热销。

国家重点支持和扶植体育产业项目,带动大众运动多样性快速发展,如冰雪、水上、山地户外、汽摩、马拉松、自行车、击剑,等。

数据来源:2019年迪卡侬全国门店顾客消费数据







# 昆明各项人均运动投入指数均居全国第一



昆明市民人均运动时间投入和消费投入指数均位居全国第一,可以称得上是最运动城市。

观察发现,昆明社会零售品消费总额保持稳定增长,当地气候和地理条件适宜开展多项运动。

同时,政府大力扶持和宣传全民健身,大众参与体育氛围极为浓厚。

数据来源:2019年迪卡侬全国门店顾客调研(N=48262)和消费数据

运动消费指数:某一个会员顾客群体(如不同性别、年龄或城市)的2019年人均消费金额/所有会员顾客的2019年人均消费金额

时间投入指数:根据迪卡侬门店顾客调查中的运动频率分布进行加权得分获得





# 03

## 运动健康重要性全面提升

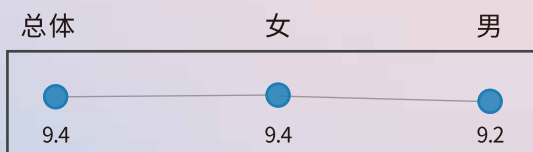




## 运动重要性评分

各群体对于健康重要性意识都很强，其中女性相较于男性对于运动的重要性意识略强；年轻群体对于运动重要性的意识和对健康的期待并不弱于年长人士。全国各级城市对运动健康重要性意识都很高。

### 运动重要性评分-分性别



数据来源：丁香医生2020国民健康调查(2019.12)  
总体 N=47138；男性 N=11351；女性 N=35787

### 运动重要性评分-分年龄



数据来源：丁香医生2020国民健康调查(2019.12)  
00后 N=2381；95后 N=12748；90后 N=14464；  
80后 N=12817；70后 N=1431

### 运动重要性评分-分城市级别



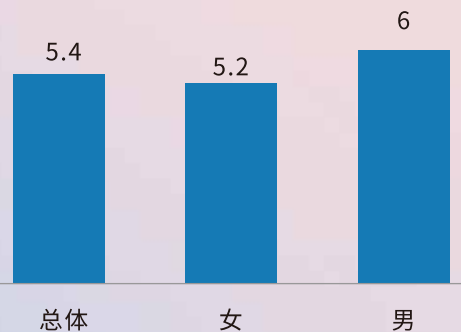
数据来源：丁香医生2020国民健康调查(2019.12)  
一线城市 N=11342；二线城市 N=17339；三线城市  
N=10325；四线城市 N=6290





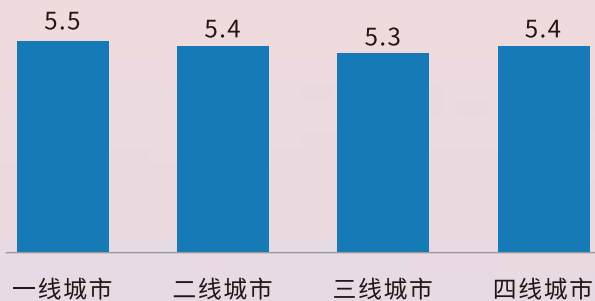
## 大众运动健康程度有待提高

### 运动健康程度自评-分性别



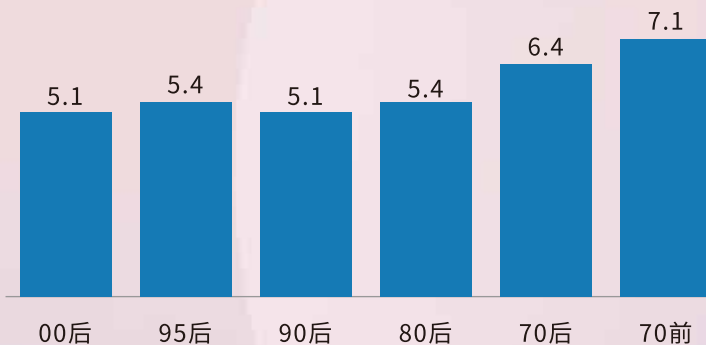
数据来源:丁香医生2020国民健康调查(2019.12)  
总体 N=47138;男性 N=11351;女性 N=35787

### 运动健康程度自评-分城市级别



数据来源:丁香医生2020国民健康调查(2019.12)  
00后 N=2381;95后 N=12748;90后 N=14464  
;80后 N=12817;70后 N=1431

### 运动健康程度自评-分年龄



数据来源:丁香医生2020国民健康调查(2019.12)  
一线城市 N=11342;二线城市 N=17339;三线城市  
N=10325;四线城市 N=6290

两性对健康都很关注,男性相比女性运动健康困扰更小一些,这与他们自认的努力程度成正比。

分年龄来看,年长人群对自身运动健康程度更满意。随着年龄的增长,他们认为自己为健康而付出的努力越大,可能也因此“感知”自身的健康状况更良好。

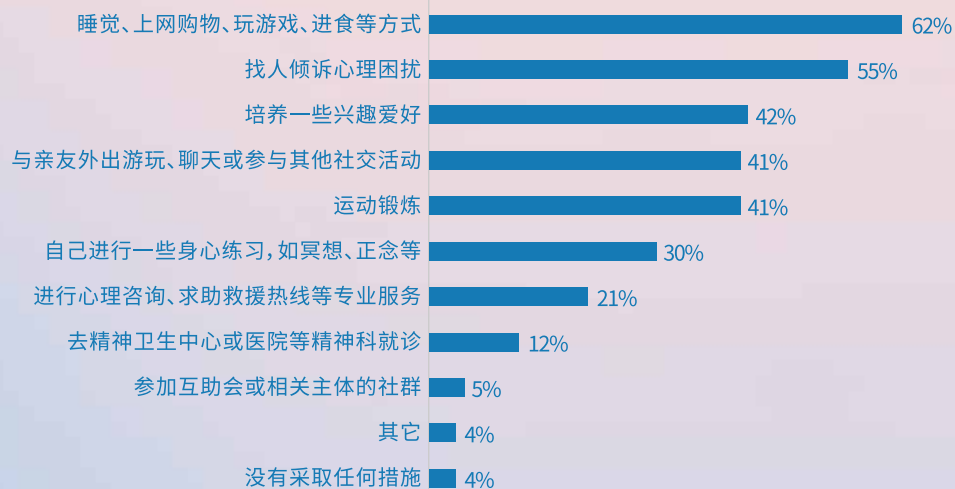
在城市分类里,各级别城市对运动健康程度的自评分差别不大,人们都在努力提高身体素质。





# 运动成为应对心理亚健康的重要手段

你通过什么方式对应心理亚健康状态或心理疾病？



数据来源：丁香医生2020国民健康调查(2019.12) N=23322

应对心理亚健康或心理疾病，培养兴趣爱好、与亲友外出游玩、聊天或参与其他社交活动、运动锻炼等积极活动的应对方式，都是人们缓解情绪和自我调节的主要方式。

41%的人选择运动锻炼应对心理亚健康。



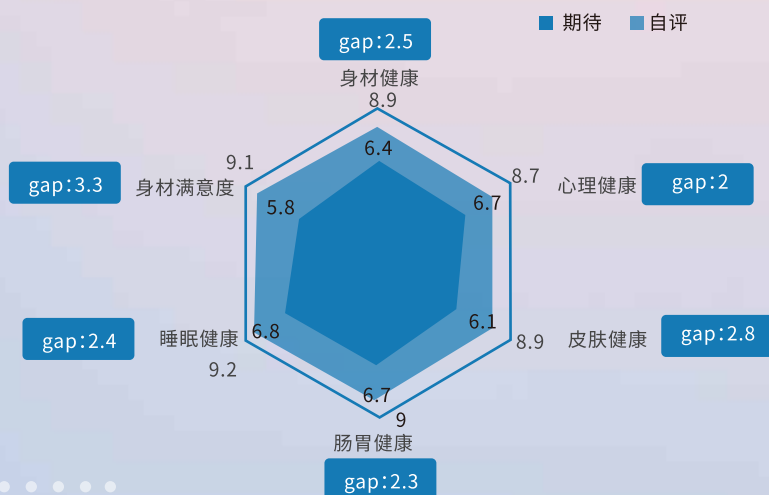


# 身材满意度低, 运动成为减肥的主要方式

国民普遍对自己的皮肤、肠胃、睡眠、身材各个方面现状不太满意, 理想与现实Gap值均超过2分, 其中差距最大的是身材, 期待和现状Gap高达3.3分。这并不难理解, 互联网上各类明星网红占据流量的媒体环境, 越来越拉高人们对于「好身材」的期待值。

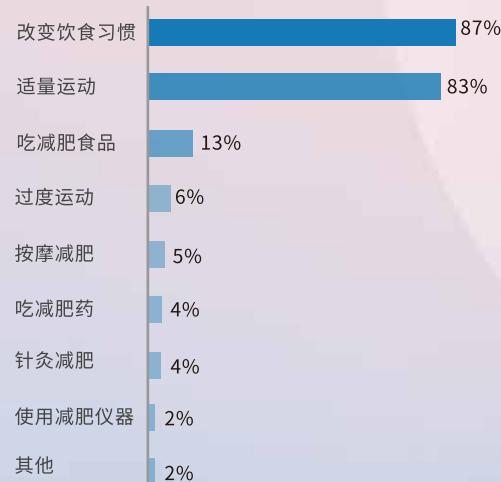
改变饮食习惯和适量运动是人们主要的减肥方式, 其中83%的人选择适量运动进行减肥。

健康自评-维度对比



数据来源: 丁香医生2020国民健康调查 (2019.12) N=47138

减肥方式



数据来源: 丁香医生2020国民健康调查 (2019.12) N=1442



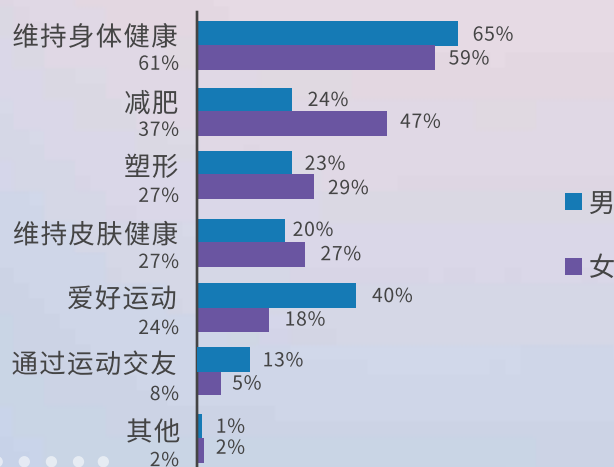


# 当代大学生运动健康观察

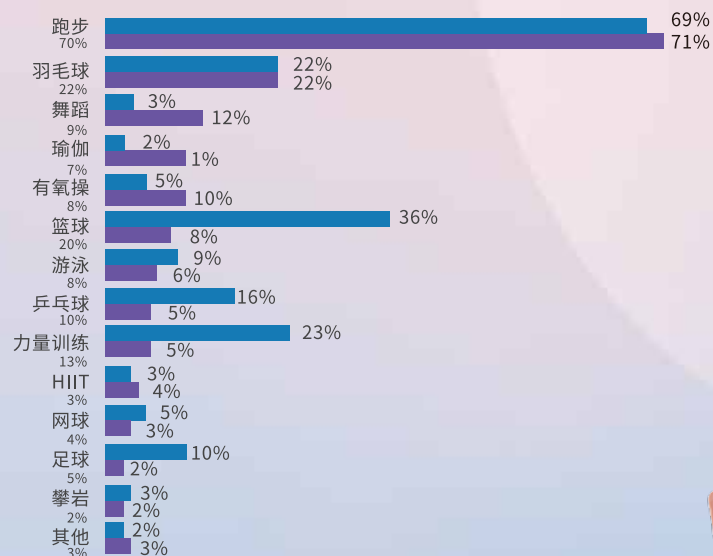
要健康首先要动起来。调查显示，维持健康是大学生运动的首要目的，总体占61%。其次是减肥，总体占37%，相对而言大学生更信任通过运动达到瘦身效果，尤其是女大学生。还有总体占比27%的大学生是因为喜欢运动本身，他们享受运动时「突破自己」的过程。

跑步是大学生中最普及的运动，可能是因为学校能够提供便利的跑步场所。值得注意的是，借力于高校的体育课程改革，大学生在体育课上也能玩转各类体育运动。

大学生运动目的-分性别



大学生最长做的运动方式



数据来源：丁香医生2020中国大学生健康调查报告男 N= 5122 女 N= 6995





# 04

## 疫情影响运动风潮

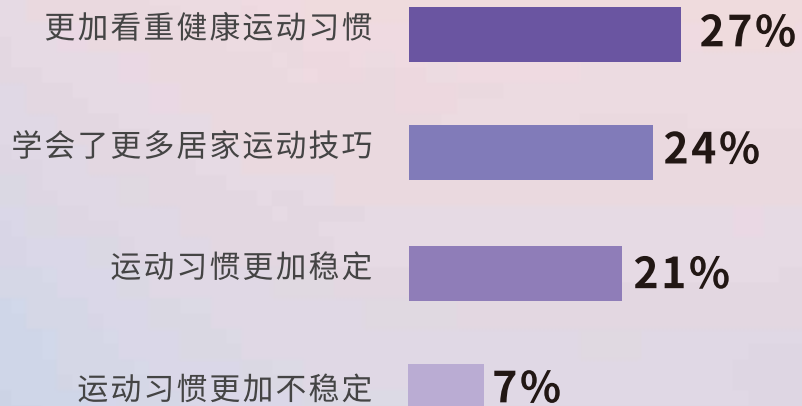






# 疫情之后健康意识提升

## 疫情对运动的影响



疫情对运动产生了良性影响，让人们在运动时选择更加健康的方式方法，其中27%的人更加看重运动习惯。

数据来源：后疫情时代国民健康趋势(2020.05) N=10306





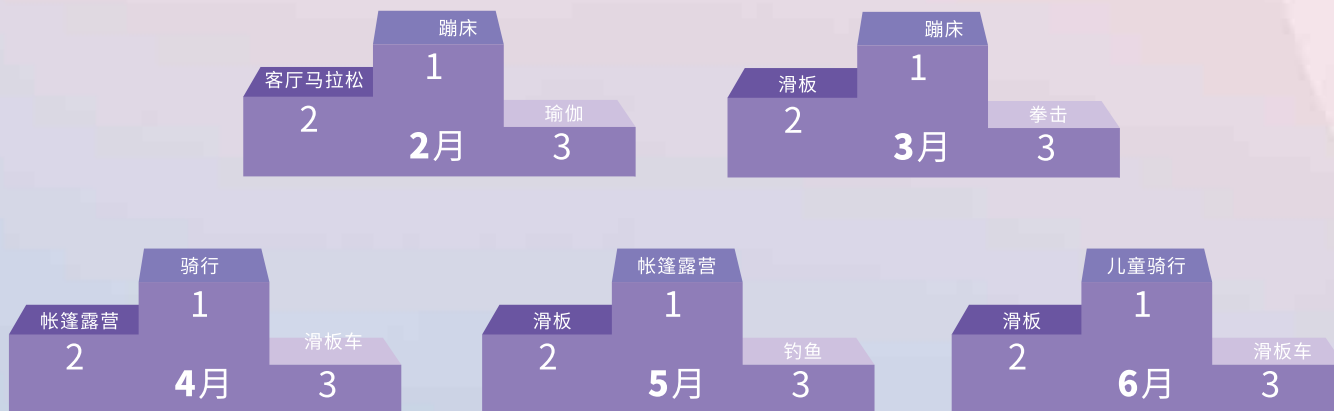
# 疫情改变传统运动格局

疫情为运动发展趋势带来了新的变化。

比如2-3月疫情初期，多数人选择在家少出门，此时期适合居家进行的运动或器械受到青睐，如蹦床、瑜伽。

4月之后随着疫情相对改善，春暖花开的时节，越来越多的人选择外出，骑行、帐篷露营等户外运动就更加流行。

2020年2-6月运动增长热力榜



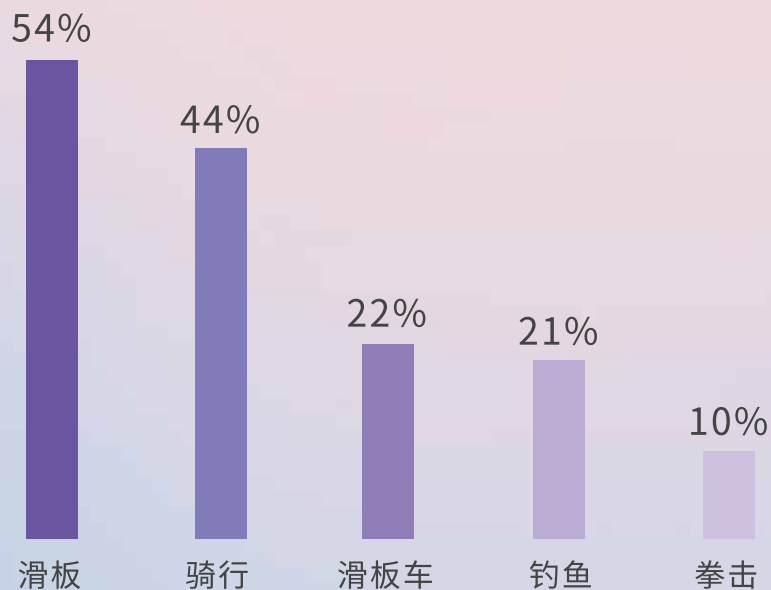
数据来源:迪卡侬全国门店顾客消费数据





## 新兴运动参与度逆势攀升

疫情后运动参与度逆势增长TOP5



数据来源:迪卡侬全国门店顾客消费数据

疫情限制团队运动的开展,却也激发了人们居家运动的热情,这也是2020年上半年小型运动器械销售崛起的原因。

2020年上半年,滑板销售增长52%,自行车销售增长44%,这些产品的热销或许也是由于复工复产初期,人们更多选择它作为代步工具,在减少人员聚集的同时可以锻炼身体,一举两得。



# 结语



根据《全民健身计划(2016-2020年)》，到2020年，参加体育锻炼的人数将明显增加，每周参加1次及以上体育锻炼的人数达到7亿，经常参加体育锻炼的人数达到4.35亿，体育消费总规模达到1.5万亿元。

行业预测，2025年体育产业总产出将超5万亿元，2035年中国体育产业总量占GDP的比重将达到4%左右。全民健身将更亲民、更便利、更普及，经常参加体育锻炼的人数比例将达到45%以上，人均体育场地面积也将达到2.5平方米。

中国体育产业是万亿级别消费蓝海，具有广阔的市场空间。同时体育产业的发展，也已渗透我国国民经济的方方面面，在满足人民日益增长的美好生活需要方面发挥着不可替代的作用。

我们希望通过此份行业报告，号召更多同行和社会力量行动起来，共同为国民体育健康事业添砖加瓦！





可持续地, 让最广泛的大众享受运动的欢愉和益处

To sustainably make the pleasure and benefits of sport accessible to the many.

### 合作联系

[china.corporatecommunication@decathlon.com](mailto:china.corporatecommunication@decathlon.com)

出品方	迪卡侬
联合出品	丁香医生
策划	迪卡侬企业沟通部
撰写	朱轶玲(迪卡侬) 赵洁(迪卡侬) 詹一(丁香医生) 叶贝(丁香医生)
数据支持	迪卡侬智能数据中心 丁香医生数据研究院
顾问	王亭亭 于梅君

### 版权说明

版权属于迪卡侬、丁香医生联合所有, 未经书面许可, 任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布, 不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

由于调研方法及样本的限制, 调查资料收集范围的限制, 部分数据不能够完整、完全反馈真实行业情况。本报告只作为行业参考资料。

如有问题请联系: [china.corporatecommunication@decathlon.com](mailto:china.corporatecommunication@decathlon.com)





DECATHLON

× 丁香医生

# 2020大众运动健康报告

