



沪版体育消费新数据出炉

“00后”群体体育消费力最高

体育消费市场的行情如何？这不能靠主观臆测，得有更多真实数据来支持才行。近日，《2022年上海市居民体育消费调查报告》正式发布。数据显示，本市居民去年人均体育消费3435.6元，仍领先全国大部分城市；在各年龄段中，“00后”及之后群体的体育消费力最高。

专题撰稿 本报记者 章丽倩

在以电话调查形式展开，接触了覆盖上海市全部街镇的248897个样本后（共回收分析9706份有效居民样本），《2022年上海市居民体育消费调查报告》终于携大量数据，来到公众面前。

报告显示，在2022年里，上海居民人均体育消费3435.6元，占当年人均可支配收入（4.32%）和人均消费支出比重（7.46%）基本持平于2021年，仍旧领先全国大部分城市。据此测算，2022年上海市体育消费总规模约为850.62亿元。

按照现在的业内共识，体育消费

体育是人们日常生活中重要的一部分，反之，日常生活中的变化也会在体育消费上有敏感的体现。

“双减”政策出台后，去年3岁至17岁的上海青少年人均体育消费数额为64743元，较2021年的80414元有所下降，但仍是成年人的约两倍。另一方面，本市成年女性在2022年的人均体育消费略高于本市成年男性。青少年和女性的体育消费前景被看好。

3岁至17岁的上海青少年，他们表现突出的体育消费项目包括运动服饰鞋帽、健身会费及指导、运动健身装备器材等。

本报记者 章丽倩

上海城市业余联赛是一片多元开放的大舞台，在这里，你不仅能看到很多想象得到的运动锻炼的画面，也会看到一些平日里相对少见的参赛者。“蓝朋友”们拿冠军啦，在近日落幕的上海城市业余联赛第十五届“双拥杯”驻沪部队军民健身大赛中，上海市消防救援总队凭借篮球、拔河、乒乓球、军体拳、舞龙舞狮、粽子球六个单项第一，以及跑步射击的第二名、软式飞镖的第三名，成为今年赛事的团体总冠军。

走出疫情阴霾后，“双拥杯”恢复了更多线下板块。这回的赛事开幕仪式被安排在上海市龙华烈士陵园内举行，并且仪式与定向运动相结合。更有纪律地签到、集结，在比赛开始前向烈士纪念碑献花，不落下一张纸屑地文明参赛……与人们传统印象中的体育赛事相比，这场比赛在让参与者们动起来的同时，也融入了一份向先辈英烈致敬和一种向“红色文化”的走



体育消费总规模约850亿元 人均3435.6元处全国领先

可分为两部分，分别是实物型体育消费和服务型体育消费。报告显示，本市居民在去年还是更侧重实物型体育消费，占比达59.5%，服务型体育消费的比重是40.5%（较2021年有所降低，但较2020年仍有所增长）。运动服装鞋帽、运动装备器材、智能体育设备、

健身会费及指导均处在发展优势区，人均消费金额及消费发生率均较高。

不同年龄段的群体呈现出不同的消费特点。无论是在去年约850.62亿元的体育消费总规模里，还是在3435.6元的人均数据里，都体现出如下趋势：越年轻体育消费能力越强，服

务型消费比例越高，消费结构更加均衡。

在“00后”及更年轻的群体中，他们2022年的人均体育消费数额达到5677.2元，体育消费发生率为95.7%，都处于领头羊位置。紧随其后的是各项数据都十分接近的“80后”“90后”，

元）；钓鱼运动人均消费最高（2317.4元），冰雪运动次之（2198.1元）。

吸引人们进行体育消费最核心的三大因素是场地供给优化、消费专项促进、丰富赛事活动。其中，上海的场地优化不再局限于“新增”，服务完善的需求也被大量提及。此外也可以看到，居民们希望产业发展更多考虑公益性、群体友好性和配套性。

据调查显示，计划2023年增加体育消费领域投入的受访者占32.03%，较上一年度增加了13.4个百分点。未来一年，体育消费趋势预期向好。

人数1772人。

通过军民健身大赛活动的举行，“全民健身”与“全民健康”两大国家战略更加深刻地融入了本市的双拥工作，对促进驻军间的合作与交流起到了积极作用，展现了双拥共建风采，展现了新时代军民的良好精神面貌，也增强了“军爱民、民拥军”的良好社会氛围。



“80后”人均体育消费4091.6元，“90后”人均体育消费4001.6元，这两部分群体的体育消费发生率都是89.6%。而在更年长的人群中，数据落差就较为明显：“70后”人均体育消费3427.2元，体育消费发生率89.3%；“60后”及更年长群体人均体育消费1756.1元，体育消费发生率68.7%。

“00后”及之后群体的服务型消费比例最高（49.2%），消费“体育教育培训服务”“健身会费及指导”的金额远高于其他代际。“60后”及更年长群体更喜欢传统的、公益性的体育活动。

以电竞为笔 书中国故事

南京路步行街上演电竞嘉年华

本报记者 丁荣

7月14日，2023南京路步行街新乐元“G-Power 电竞嘉年华”暨数创南步行街系列行动拉开帷幕。开幕式上，数字创新产业青年发展联盟对联盟新成员进行授牌；组委会正式对外发布“茶+红色文化+电竞”的文创项目之“竞”茶系列产品。

恰逢亚运盛事，本次活动以“中国电竞，讲中国故事”为主题，以“数字体育”“文化交流”“产业融合”为关键词，用南京路步行街独有的开放交融文化氛围增强年轻一代的参与热情和互动体验，用经典品牌文化与集结头部厂商、国际赛事资源的专业赛事交相呼应，着力“赛事+文化”，讲好数字体育的中国故事。

本次比赛设立公开组、企业组、高校组三个组别，并在开幕式现场设立了现场互动水友赛。赛事共聚集超过800支队伍，有超过4000名电竞爱好者，并有多家企业热情参与其中。同时，活动期间由8000余辆出租车、轨交等城市窗口对外展示，热度空前。

本次活动举办地址覆盖到了南京路步行街全线。丰富多彩的活动形式将南步行街打造成一个赛事与文化并进、老字号与新消费交汇、中国电竞融入海派城市文化、校企联动与数字产业交互的新乐园。

上海城市业余联赛 “蓝朋友”们赢冠军 双拥互动塑良好氛围

近。

以往人们提到“红色地标”“红色文化”，第一时间想到的很可能都是其庄严肃穆的一面，在亲民性上似乎总缺了一点“接地气”。如今，让群众体育与“红色地标”牵起手，让参与者能在动起来的氛围中去接受“红色文化”的熏陶，其实也不失为一种相得益彰的跨界组合。

“双拥杯”已经走到了第15个年头，成为广大官兵参与健身、喜迎八一建军节的品牌赛事。这回这次拿了团体总冠军的上海市消防救援总队，其实在2017年的“双拥杯”上，他们也曾获此荣誉。并且，通过年复一年地参赛，以消防灭火为本职的“蓝朋友”们

也各自练出了一些绝活。比如，以长宁支队成员为主要班底的粽子球，以崇明支队成员为主要班底的舞龙舞狮，还有虹口支队的软式飞镖等，都已渐渐做出口碑，成了同场竞技者眼中公认的高手。

本届赛事以“牢记使命砺精兵，健身强军争第一”为主题，16家驻沪部队、原部队转制单位、地方单位等通过组织发动、认真选拔，共有8600余人参加了篮球、乒乓球、定向运动、羽毛球、军体拳、软式飞镖、龙狮、粽子球、拔河、跑步射击等10个单项体育赛事的选拔赛，最终1524人晋级决赛。比赛期间还开展了八类文体培训，共计233学时（每学时45分钟），参与培训