

# 数字经济赋能下长沙市城市居民体育消费市场发展研究

张昌松

湖南都市职业学院京东数字商贸学院 湖南 长沙 410000

**【摘要】**：在数字经济成为全球经济发展核心引擎的背景下，体育消费市场作为体育产业与消费市场深度融合的关键领域，正迎来数字化转型的重要机遇。本文以长沙市城市居民体育消费市场为研究对象，深入分析长沙体育消费市场发展现状与特征，剖析当前市场在产品供给、基础设施、市场监管等方面存在的现实困境，提出产品创新、基础设施升级、市场监管优化、消费引导四大维度的实践路径，旨在为推动长沙体育消费市场高质量发展提供理论参考与实践指引，也为同类城市体育消费市场数字化转型提供借鉴。

**【关键词】**：数字经济；体育消费；市场转型；实践路径；长沙

DOI:10.12417/2982-3382.26.01.013

## 1 数字经济视角下长沙体育消费市场的发展现状与特征

### 1.1 发展现状

#### (1) 消费规模稳步增长，增速领先

近年来，长沙市城市居民体育消费总额保持稳步增长态势，年均增长率高于全国及湖南省平均水平。长沙市城市居民体育消费年均增长率达8.2%，其中服务型体育消费占比达53.6%（长沙市统计局，2024），已超过实物型体育消费，成为体育消费市场的核心增长点。数字化消费增速尤为突出，数字体育消费占体育消费总额的比重持续提升，线上体育服务消费涵盖线上健身、赛事直播、体育旅游预订等多个领域。从区域分布来看，主城区体育消费占比相对较高，但县（市）数字体育消费增速更快，城乡体育消费差距逐步缩小。

#### (2) 消费结构持续优化，服务升级

服务型消费占比持续提升，健身培训、体育赛事、体育旅游、线上体育服务成为主要增长点。数字化产品消费快速扩张，智能穿戴设备、线上健身APP、运动监测软件等数字化产品在实物型消费中的占比显著提高。消费层级分化明显，高端消费集中在高端智能健身设备、定制化体育旅游、专业体育培训等领域；中端消费以常规运动装备、健身会员卡、线上课程为主；低端消费主要为基础体育用品和免费线上服务。

#### (3) 市场主体活力增强，转型加速

长沙市体育产业市场主体数量大幅增长，其中数字体育相关企业占比显著提升，从事数字体育产品研发、服务提供的企

业数量快速增加。企业数字化转型进程加快，多数规模以上体育企业已开展数字化转型，通过搭建线上销售平台、引入智能生产设备、建立用户数据管理系统等方式提升运营效率。本土平台型企业快速崛起，涵盖线上销售、场馆预约、赛事服务、健身指导等多个领域，累计注册用户规模庞大。

#### (4) 政策环境持续优化，保障有力

长沙市政府先后出台《长沙市体育产业高质量发展行动计划（2024-2026年）》、《关于促进数字体育产业发展的若干意见》，从财政补贴、税收优惠、用地保障等方面支持体育消费市场数字化转型，累计投入财政资金力度较大。

### 1.2 核心特征

#### (1) 消费数字化：线上线下融合成主流

消费渠道数字化趋势显著，多数受访者优先选择线上渠道购买体育产品，包括体育类APP、综合电商平台、直播带货等多种形式，线上消费金额占比持续提升。消费场景数字化全面拓展，如线上健身课程消费、体育赛事直播付费、线上场馆预约服务等新的消费形式受到消费者青睐，本土一站式体育服务APP用户规模不断扩大。消费支付数字化基本普及，移动支付已经成为体育消费的主要支付方式，这显著提升了消费便捷性，大幅缩短了消费者的决策周期。

#### (2) 需求个性化：定制化需求旺盛

不同年龄群体的体育消费需求呈现显著的分层特征：年轻群体偏好个性化运动服饰与趣味化线上课程，注重消费的时尚感与互动性；中年群体更重视智能健身器材的实用性与专业健

身培训的系统性，聚焦健康管理与运动效能的提升；老年群体则倾向于操作简易的智能化健身器材及康养类体育服务，突出安全适配与健康养护的需求。个性化还表现在功能定制需求日益凸显，不少消费者愿意为个性化功能支付溢价，例如定制化健身计划、适配不同体型的运动服装、契合个人兴趣的体育旅游产品等。参与式定制模式逐步兴起，部分消费者受邀进入企业线上平台，深度参与产品设计环节，形成了客户与企业间“需求反馈-协同设计-按需生产”的闭环机制，这一协同模式显著提升了用户粘性与复购率。

### (3) 体验多元化：从单一到场景沉浸

沉浸式观赛体验成为消费的新热点，VR/AR技术在体育赛事中得到广泛应用，这类技术通过虚拟场景构建与实时互动设计，为观众带来更强的沉浸感与参与感。智能化健身体验快速普及，智能健身场馆受到消费者青睐，其核心优势在于智能设备可实时监测运动数据、AI教练提供专业指导、系统生成个性化训练方案等，有效提升了会员续费率与消费满意度。

### (4) 决策理性化：数据驱动消费选择

消费者获取体育产品信息的渠道日趋多元，用户评价、专业测评、大数据精准推荐已成为核心信息来源，传统广告的影响力持续弱化，多数消费者会通过多渠道信息比对后做出消费决策。数据化效果评估成为消费常态，不少消费者借助数字工具记录健身数据、监测健康指标变化，更精准地判断消费价值与产品适配度，推动消费行为向理性化转型。

## 2 长沙体育消费市场发展面临的现实困境

### 2.1 产品供给：结构性失衡，创新不足

高端产品供给短缺问题突出，数字化体育产品中中低端产品占比过高，高端产品占比低且多依赖省外或进口品牌，本土高端产品市场占有率极低，成为消费者主要消费痛点之一。产品同质化现象严重，线上健身APP、智能穿戴设备等产品功能趋同，核心功能集中在基础应用，缺乏创新性功能。细分群体供给不足，老年人数字体育产品供给严重短缺，适合老年人使用的简易智能健身设备、线上康养课程占比极低；青少年体育数字化产品教育属性不足，难以满足体育技能培养需求。

### 2.2 基础设施：城乡不均，功能滞后

城乡数字基础设施差距显著，农村地区互联网网速远低于城区，智能体育设施覆盖率不足，网络卡顿和智能体育设施缺乏成为制约农村数字体育消费的主要因素。现有场馆数字化改造滞后，多数体育场馆仍采用传统管理模式，无法实现线上预约、数据监测等功能，给消费者带来诸多不便。基础设施互联互通不足，不同体育场馆、体育平台的数据未实现共享，形成“信息孤岛”，消费者运动数据和课程记录无法互通，严重影响

消费体验。

### 2.3 市场监管：机制不健全，维权困难

线上产品质量监管缺失，线上体育产品质量参差不齐，假冒伪劣产品、线上课程内容与宣传不符等问题时有发生，由于线上交易的虚拟性，监管部门难以有效核查产品质量，违法成本低。个人信息保护不足，数字体育产品收集用户运动数据、健康信息等敏感数据，但部分产品未明确数据使用范围，存在过度收集数据现象，消费者个人信息泄露风险较高。消费者维权渠道不畅，数字体育消费纠纷中，消费者举证困难、维权周期长，维权成功率较低，线上健身APP“跑路”、课程未到期下架等问题频发。

## 3 数字经济赋能长沙体育消费市场发展的实践路径

### 3.1 产品创新策略：构建多元化、个性化供给体系

加大高端产品研发投入，设立数字体育产业创新基金，支持体育企业开展高端产品研发，重点支持AI体育训练系统、VR体育赛事系统、专业运动监测设备等产品研发，对本土高端产品给予财政补贴，培育本土高端数字体育品牌。创新基金采用市场化运作模式，结合专家评审与市场调研确定扶持项目，确保研发资金精准投向技术含量高、市场潜力大的产品领域，同时鼓励企业与高校、科研院所建立产学研合作机制，加速技术成果转化，弥补本土高端产品研发短板。推动产品差异化创新，引导企业聚焦细分功能领域，开发创新性功能产品，建立数字体育产品创新评价体系，对创新型产品给予税收优惠。评价体系需兼顾技术创新、市场需求、用户体验等多维度指标，定期开展产品创新评选，对获评的创新产品在增值税、企业所得税等方面给予阶段性减免，倒逼企业摆脱同质化竞争，打造核心竞争力。完善细分群体产品供给，实施“数字体育产品细分工程”，重点支持老年人、青少年等群体的产品研发，开发适合老年人使用的简易智能健身设备和线上康养课程，以及具备体育技能培养功能的青少年数字化产品，建立细分产品数据库，实现供需精准匹配。

### 3.2 基础设施升级策略：打造城乡一体、智能互联的支撑体系

推进城乡数字基础设施均衡发展，实施农村数字体育基础设施提升工程，市政府拟于2026-2028年投入5亿元，提升农村互联网网速，新建智能体育设施150个，实现农村乡镇智能体育设施全覆盖，建立城乡数字体育基础设施共享机制。资金投入重点向偏远乡镇、乡村振兴重点村倾斜，联合通信运营商开展农村千兆网络建设，同步配套智能健身驿站、户外智能运动监测设备等设施，设施建设充分结合农村居民运动习惯，兼顾实用性与普惠性。建立城乡设施共享机制，推动主城区闲置智能体育设备向农村地区合理调配，鼓励城乡体育场馆开展资

源互通,实现设施使用效率最大化。加快体育场馆数字化改造,制定体育场馆数字化改造标准,明确完成数字化改造的时间节点,实现场馆管理智能化、服务精准化,解决场馆预约不便、运动数据无法有效记录等问题。改造标准需细化场馆智能门禁、线上预约系统、运动数据监测设备、AI智能导览等配置要求,分批次对全市公共体育场馆和经营性体育场馆进行改造,对按时完成改造的场馆给予运营补贴,同时鼓励场馆引入智慧化运营管理系统,实现门票销售、场地预约、教练预约、消费结算等一体化服务,提升场馆运营效率与用户体验。构建基础设施互联互通平台,搭建长沙市体育消费数字化综合平台,整合全市体育场馆、体育企业、体育产品等资源,实现数据互通共享,建立数据安全管理制度,保障用户信息安全。

### 3.3 市场监管策略:构建“智能监管、协同共治”的监管体系

建立线上产品质量监管机制,运用大数据、人工智能等技术构建智能监管平台,对线上体育产品的质量、宣传内容进行实时监测,建立产品质量追溯体系,要求企业公示产品相关信息,严厉打击假冒伪劣、虚假宣传等违法行为。智能监管平台对接各大电商平台、体育类APP等线上渠道,通过关键词监测、图片识别、数据比对等技术手段,实时排查虚假宣传、夸大产品功效等问题,对疑似问题产品及时发出预警并开展核查。产品质量追溯体系要求企业对数字化体育产品实行一物一码管理,消费者扫码即可查看产品研发、生产、检测、售后等全流程信息,监管部门通过追溯体系可快速定位产品质量问题源头。对查处的假冒伪劣、虚假宣传等违法行为,依法给予罚款、责令下架、停业整顿等处罚,并将企业违法信息纳入信用

档案,实施联合惩戒。加强个人信息保护,制定《长沙市体育消费个人信息保护条例》,明确企业数据收集、使用、存储的范围和要求,建立数据安全审查机制,定期开展数据安全检查,对泄露个人信息的企业依法予以处罚。

### 3.4 消费引导策略:构建“宣传推广、场景体验、氛围营造”的引导体系

加强宣传推广,通过地方媒体、新媒体平台等渠道,开展数字体育消费宣传活动,制作数字体育消费指南,普及产品知识和使用方法;针对不同群体开展专项推广活动,如“数字体育进社区”“数字体育进校园”等,培养消费习惯。地方媒体开设数字体育专题栏目,通过电视、广播、报纸等传统渠道进行普及性宣传;新媒体平台依托抖音、小红书、微信视频号等平台,制作趣味短视频、图文攻略、直播讲解等内容,精准触达不同年龄群体。数字体育消费指南采用图文手册与电子版本相结合的形式,详细介绍各类数字化体育产品的功能、使用方法、选购技巧等,在社区、场馆、商场等场所免费发放。“数字体育进社区”活动针对中老年群体开展线下教学,手把手指导使用智能健身设备、线上健身课程;“数字体育进校园”活动通过趣味赛事、产品体验等形式,培养青少年的数字体育消费意识,从不同年龄段培育稳定的消费群体。打造体验场景,建设长沙市数字体育体验中心,集中展示各类数字体育产品,为消费者提供免费体验服务;在商场、社区、公园等场所设置数字体育体验区,定期举办数字体育体验活动,让消费者近距离感受数字体育的魅力。

## 参考文献:

- [1] 崔仁争,王东升,王亮清.消费升级背景下全民健身产业发展的现状与趋势分析——以体育器材为例[J].商业经济研究,2025(17).
- [2] 项叶莎.大学生实体型和体验型体育消费行为的消费心理实证研究[D].成都:成都体育学院,2025.
- [3] 长沙市人民政府.长沙以“办人民满意的体育”为宗旨在服务国家战略与城市发展中交出了一份亮眼答卷[EB/OL].[http://www.changsha.gov.cn/bmrl/bmrlzwdt/202508/t20250808\\_11944064.html](http://www.changsha.gov.cn/bmrl/bmrlzwdt/202508/t20250808_11944064.html),2025-08-08.
- [4] 李三希,武珂璠,李嘉琦.数字经济与中国式现代化:时代意义、机遇挑战与路径探索[J].经济评论,2023,240(2):3-14.
- [5] 王裕瑾,李梦玉.中国数字经济与高质量发展的耦合协调研究[J].经济与管理评论,2023,39(1):104-118.
- [6] 韩凤芹,陈亚平.数字经济的内涵特征、风险挑战与发展建议[J].河北大学学报(哲学社会科学版),2022,47(2):54-61.