

淘宝·天猫 | 运动户外 × 智篆GI

GROWTH INSIGHTS

Main  
ball types

Basketball

Football

Volleyball

# 2025淘宝天猫

2025 TAOBAO/TMALL

White Paper on Ball Sports Trends

# 球类运动趋势 白皮书

- Golf

Popular  
ball types

- Billiards

- Pickles





## 古 笛

淘天集团运动户外行业 总经理

2025年中国球类运动行业正迈入“量质双升”的高质量发展新阶段，全民热潮驱动市场扩容，科技与时尚融合重塑产品生态。政策利好、赛事经济与基础设施完善为行业注入强劲动能，淘宝天猫以资源整合与生态构建能力，引领球类消费新风尚——从“三大球”全民狂欢到“三小球”精致进阶，从匹克球蓝海爆发到运动护具专业化升级，细分赛道百花齐放。线上消费占比持续提升，年轻化、女性化、高端化趋势显著，品牌创新与IP联动激发市场活力。未来，行业将依托“赛事+平台+产品”深度协同，构建“全民参与、全民健康、全民消费”的生态闭环。让我们携手共进，以科技赋能、场景创新与品质追求，让球类运动真正融入大众生活，助力体育强国建设，共绘行业高质量发展新蓝图！



## 叶 挺

杭州智篆文化传播有限公司 总经理

中国球类运动产业正迎高质量发展浪潮，顶级赛事点燃全民热情、“村超”、“村BA”等现象级赛事涌现，推动球类运动深入大众日常生活。装备科技升级、多元场景破圈、全龄层参与热情高涨，产业活力尽显。白皮书深度挖掘篮球、网球、匹克球等多品类趋势，精准捕捉不同人群消费需求差异，助力品牌以用户价值为核心，共拓球类运动消费新蓝海。

MESSAGE  
寄语

2025淘宝天猫 球类运动趋势白皮书

2025 TAOBAO/TMALL  
White Paper on Ball Sports Trends

## 球类运动行业宏观回顾 01

## 球类运动品类赛道洞察 02

1) 三大球 2) 三小球 3) 趋势球 4) 运动护具

## 2025球类运动重点品类趋势发布 03

- Golf

*Popular* - Billiards

*ball types* - Pickles

# 球类运动行业宏观回顾

*Main  
ball types*

- Basketball

- Football

- Volleyball



## 2025淘宝天猫 球类运动趋势白皮书

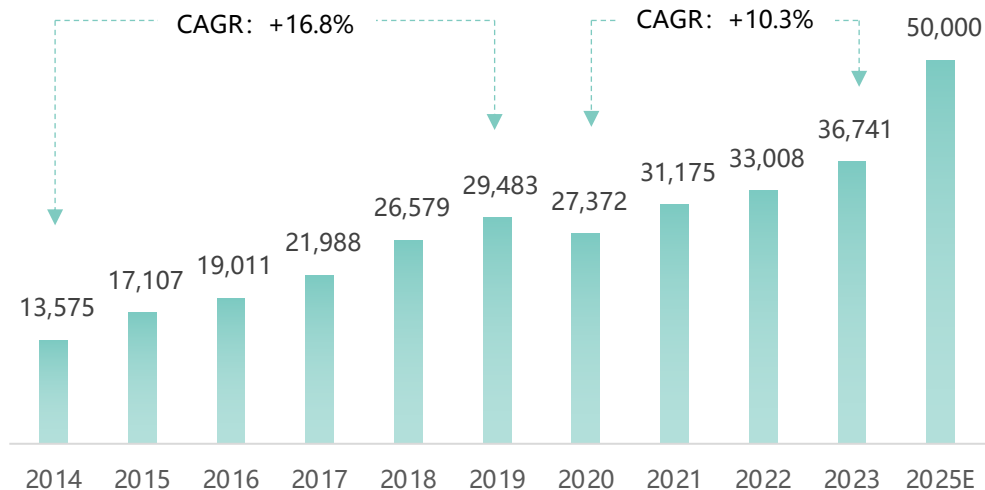
2025 TAOBAO/TMALL  
White Paper on Ball Sports Trends



# 中国体育产业总规模稳步增长，体育服务、体育用品及产品制造为重要推动力

近年来中国体育产业总规模呈现持续向好的发展态势，2020年疫情影响后仍展现年均复合增长10.3%趋势。根据《全民健身2021-2025年》，我国体育产业2025年预计达到5万亿。根据国家体育总局划分，体育产业划分体育服务、用品制造和场地运营三大类。体育服务产值不断提升，成为推动体育产业发展的重要力量，体育用品制造保持稳定增长。

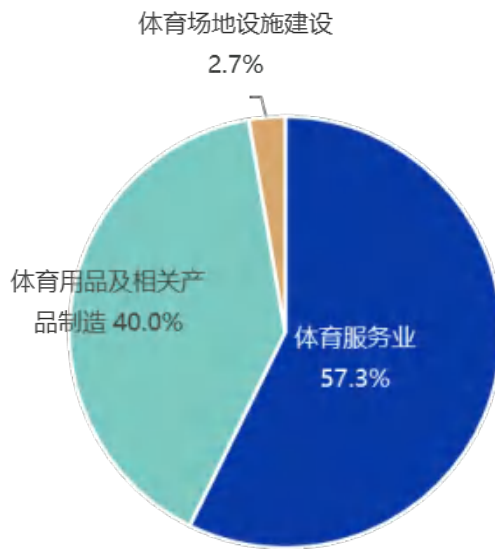
## 2014-2025E年中国体育产业总规模增长趋势 (亿元)



2030年体育产业总规模目标 超过7万亿元

数据来源：国家统计局、《全民健身2021-2025》

## 2025E年体育产业分布



## 2014-2025E年中国体育细分产业规模 (亿元)



数据来源：国家统计局

# 中国球类运动产业全面开花，步入量质双升的高质量发展新阶段

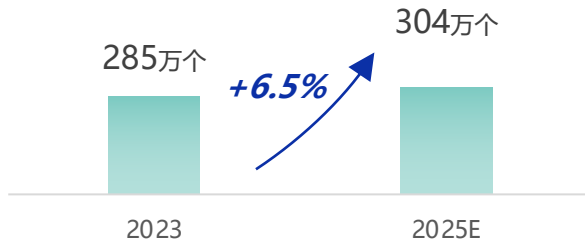
我国运动产业正迎来系统性发展新阶段，相关产业宏观政策相继出台，从师资配备、场地建设、金融支持等多方面全面推动，尤其以“三大球”振兴为引领，有效带动竞技体育与全民健身协同并进。截至目前，全国球类运动场地数量已达304万个，各细分球类场地数量同比大幅上升；同时双减政策落地后，全国体育教育、教培产业规模快速增长，近年来全国体育老师数量增速明显。

## 政策措施全国球类运动发展

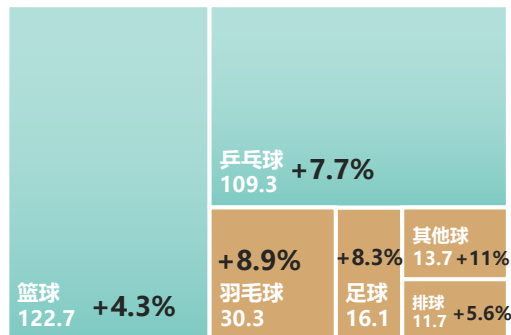
- 2014 《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》  
通过放开赛事审批、鼓励社会投资，将体育产业培育成经济新动力，并推动全民健身成为国家战略。
- 2016 《关于强化学校体育促进学生身心健康全面发展的意见》  
将学生参加体育活动情况、体质健康状况和运动技能等级纳入初中、高中学业水平考试，纳入学生综合素质评价体系。
- 2016 《中国足球中长期发展规划（2016—2050年）》  
规划近期、中期及远期目标，推进足球管理体制改革，完善足球产业链。
- 2019 《体育强国建设纲要》  
提出推动“三大球”（足球、篮球、排球）振兴发展，全面推进各类球类运动的普及与提高。
- 2025 《2025年群众体育工作要点》  
深入实施“全民健身场地设施提升行动”，夯实地域球类运动设施基础，鼓励建立群众“三大球”赛事体系。

数据来源：整理自网络公开资料

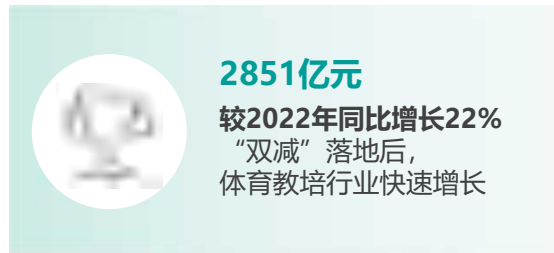
## 近年全国球类运动场地数量



## 各球类运动场地数量分布



## 2025E年全国体育教育与培训产业



## 2025E年全国义务教育阶段体育教师数量



数据来源：国家体育总局、国家统计局

# 从职业赛事到大众体育，球类运动热度强劲，成为国民关注焦点，引爆体育热情

亚运、大运会、WTT大满贯等重大赛事在中国成功举办，激发体育赛事全民关注度，多地球类赛事火热“出圈”

杭州亚运会



成都大运会



WTT  
中国大满贯



世界排球联赛  
北京站



中国羽毛球  
大师赛



奥运职业赛事期间，球类运动收获超亿级规模观众，国球乒乓球再次成为国民关注焦点，在社媒平台引发极高的讨论热度

## 2024年奥运会观众规模TOP10运动项目

1	乒乓球	3.2亿	6	羽毛球	1.9亿
2	跳水	2.3亿	7	游泳	1.8亿
3	体操	2.1亿	8	排球	1.8亿
4	篮球	2.1亿	9	举重	1.7亿
5	田径	2.0亿	10	射击	1.6亿

数据来源：CSM全国网，2024.7.24~8.12

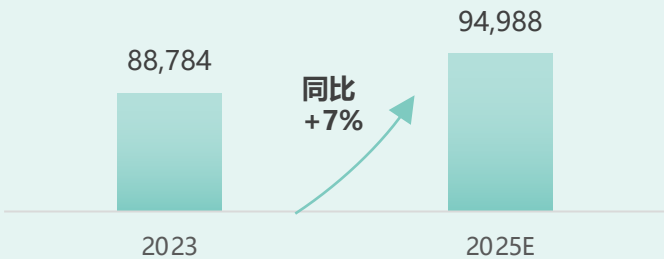
## 2024年奥运期间 社媒平台热门球类热度

乒乓球	羽毛球	篮球
7.83亿	2.72亿	2.45亿
足球	网球	排球
1.57亿	1.38亿	0.8亿

数据来源：智篆GI，2024.7.24~8.12

大众体育赛事普及，创新型赛事衍生，不断引爆社会热点，点燃民众热情，带动地方运动和体育消费发展

## 2023-2025E 全国群众体育 球类赛事数量变化



贵州村超



浙BA城市联赛

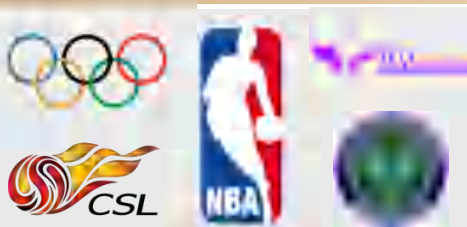


数据来源：全国群众体育赛事活动信息平台

# 体育IP撬动全民关注，天猫汇聚全球顶级体育IP，引领体育消费新风尚

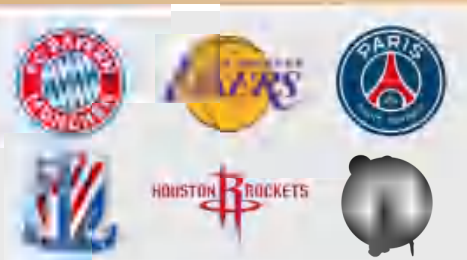
## 体育赛事IP——顶流的全球性运动盛会

在全球范围内广受关注，它代表世界范围内某一运动的最高竞技水平，具有强大的破圈效应，是品牌触达海量泛人群，实现声量巅峰的最好选择。



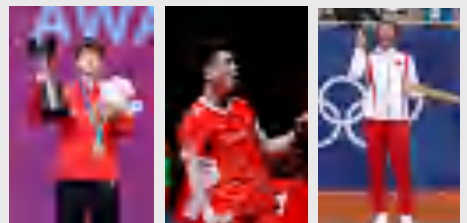
## 队伍/俱乐部IP——深厚文化与忠诚信仰的凝聚体

基于地域或文化认同，与粉丝建立了深厚的情感连接和代际传承的忠诚度。拥有稳定且高粘性的核心粉丝群体，文化底蕴深厚，消费需求持续而稳定。



## 运动员IP——个人魅力与时代精神的超级符号

以运动员个人的卓越技艺、独特品格和励志故事为核心，凝聚了巨大的个人号召力。极具人格化、亲和力与时尚感，能够精准吸引特定圈层粉丝，并引领潮流生活方式。



## 天猫 X 顶级体育IP整合布局

从国际赛事到大众视野，天猫通过多样化的资源联动，汇聚全球顶级体育IP，持续拓展圈层用户，为消费者提供正品和独家体验，引领体育消费新风尚。

### NBA旗舰店



### AO澳网旗舰店



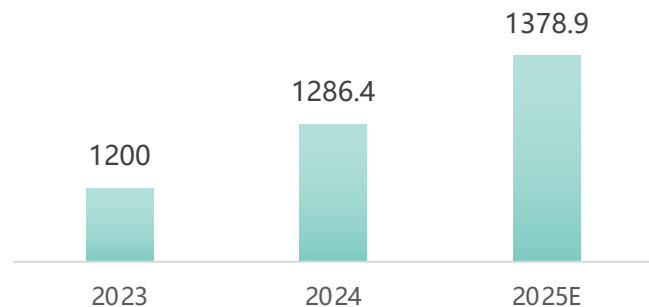
### 上海申花足球俱乐部旗舰店



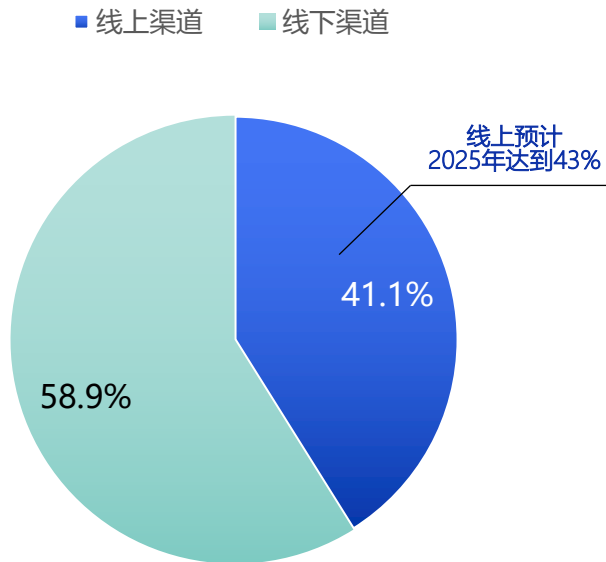
# 中国球类市场突破1378亿，线上渠道加速渗透，淘系平台成主流电商消费平台

近年来中国球类用品市场规模持续增长，细分市场以篮球、足球和羽毛球为主导；渠道分布来看，当前线下渠道销售占比达58.9%，线上41.1%，线上保持较快增长，预计2025年达到43%。天猫在各大电商平台中销售规模领先，在国内主流电商平台球类运动市场中稳居首位，凸显其作为球类消费第一阵地的市场地位。

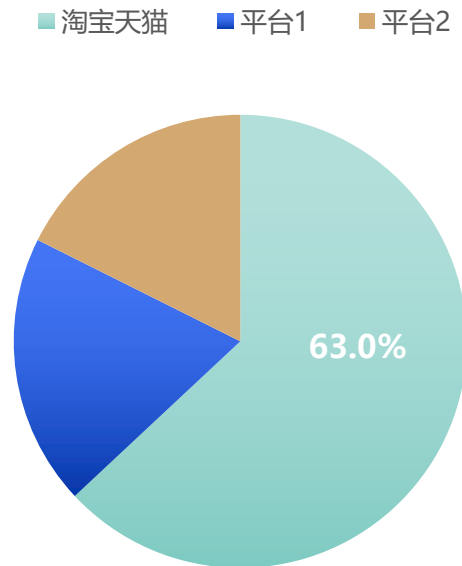
## 2023-2025E年 中国球类用品行业市场规模（亿元）



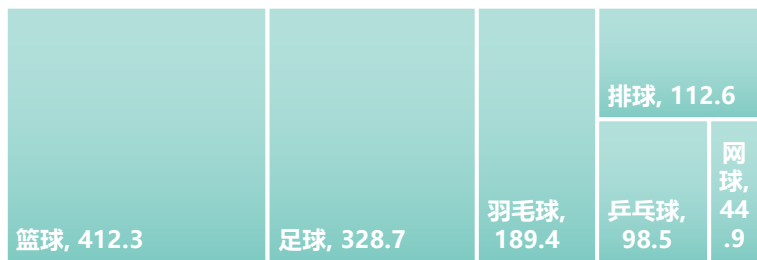
## 2025E年 中国球类用品行业 线上线下载道的销售市场份额占比



## 2025E年 中国球类运动产业 线上主要电商平台销售分布



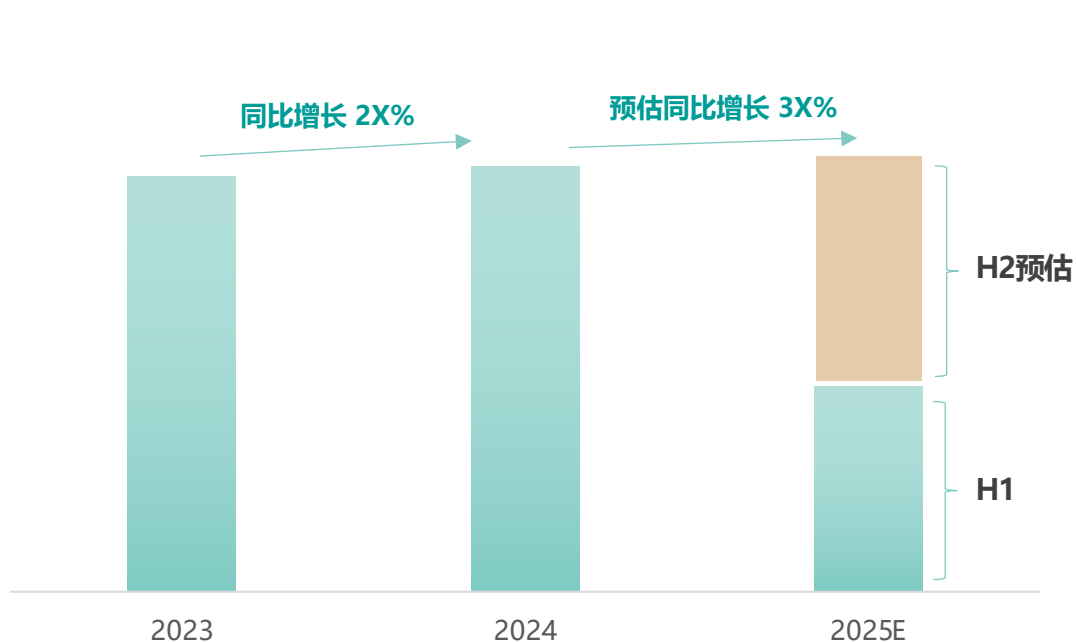
## 2025E年 中国各球类用品市场规模（亿元）



# 淘系球类行业新客持续涌入，老客购买粘性持续加强，双向驱动大盘稳健增长

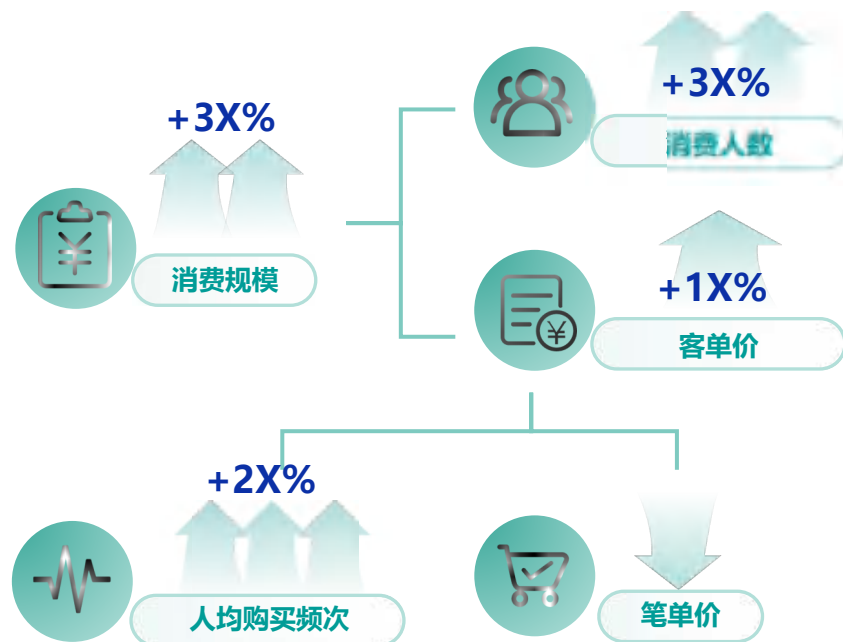
近年来淘宝天猫球类运动行业销售规模持续增长，增长由消费人数提升和客单消费升级共同驱动，市场仍处于用户规模扩张阶段，球类市场新用户不断涌入；同时消费者人均购买频次显著提升，购买粘性愈发增强。

## 2023-2025E 淘宝天猫球类运动行业市场规模



数据来源：阿里消费洞察

## 2025E 淘宝天猫球类运动行业增长驱动因素拆解



数据来源：阿里消费洞察

# 淘系球类市场进入精细化增长时代：

篮球、足球圈层稳固基本盘，受客单驱动增长，需提升品牌忠诚度与产品创新，深耕存量用户价值；三小球圈层多为人群客单双向驱动，需同步推进人群扩圈与消费升级，把握增长黄金期；以匹克球、台球为代表的趋势球处于市场蓝海期，新客持续涌入，需加大市场教育，抢占品牌心智

## 球类圈层

### 三大球（篮球、足球、排球）

全民性运动，拥有极大的社会影响力、庞大的粉丝基数和完善的职业化体系，是大众关注、媒体传播和商业合作的绝对焦点。

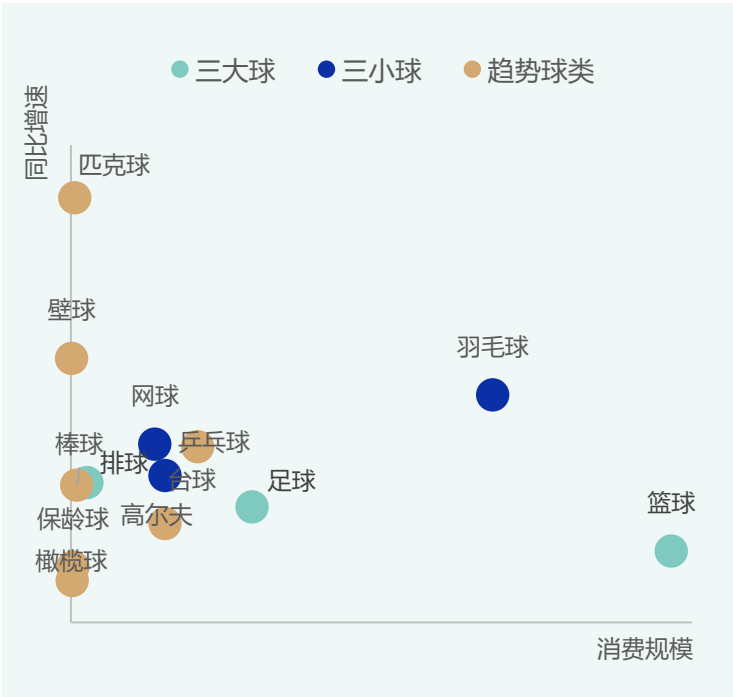
### 三小球（羽毛球、网球、乒乓球）

兼具竞技魅力与全民参与性的黄金运动，在我国拥有深厚的群众基础，兼具社交、健身和娱乐属性。特点是参与度极高，粉丝圈层稳定且消费能力强。

### 趋势球类（台球、高尔夫、匹克球等）

代表未来与潮流的多元化新兴运动。正从小众圈层走向大众视野，深受年轻一代和时尚群体的追捧，极具潮流感、娱乐性和社交分享价值。

2023-2025E 淘宝天猫 细分球类圈层  
消费规模及增长趋势



\*为方便视图，匹克球同比增速缩放20倍

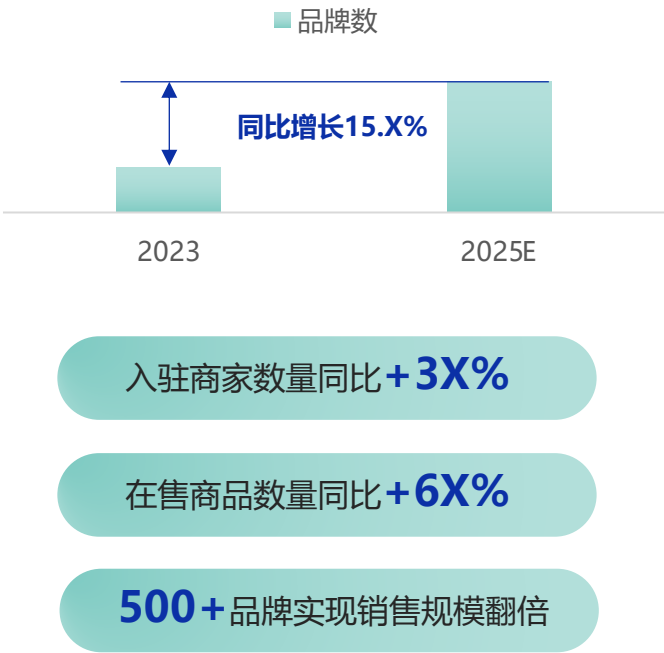
2025E淘宝天猫 细分球类圈层  
市场增长驱动因子拆解

球类圈层	人数增速	客单增速	驱动因子
三大球	篮球		客单消费升级
	足球		客单消费升级
	排球		人群扩张
三小球	羽毛球		人群客单双增
	网球		客单消费升级
	乒乓球		人群客单双增
趋势球	匹克球		人群客单双增
	台球		人群扩张
	高尔夫		客单消费升级

# 淘系球类商品供给丰富度不断提升，天猫成为新品阵地：知名品牌占据主流心智；同时消费升级驱动专业垂类产品加速崛起，并成功跻身行业前列

淘宝天猫的球类运动行业凭借丰富的商品种类与多元化的品牌矩阵，吸引了大量消费者。目前球类运动行业已入驻品牌近2万，且呈现持续增长趋势。各细分圈层的头部阵营仍以知名品牌为主导，但随着消费需求不断升级，一批专注于特定球类运动的垂类品牌快速崛起，纷纷跃进榜单前列，赢得越来越多消费者的青睐。

2023-2025E 淘宝天猫球类运动行业 入驻品牌数量及增长



数据来源：阿里消费洞察

MAT2025 淘宝天猫球类运动行业 TOP品牌榜单

	三大球			三小球			趋势球类		
	篮球	足球	排球	羽毛球	网球	乒乓球	匹克球	台球	高尔夫
1	Nike	Nike	李宁	YONEX	Wilson	红双喜	JOOLA	奥秘	Taylormade
2	李宁	卡尔美	361°	李宁	Nike	双鱼	ARRONAX	野豹	PGM
3	安踏	Adidas	Mikasa	威克多	HEAD	蝴蝶	舞衣曲	恒艺天工	Honma
4	361°	李宁	美津浓	川崎	亚瑟士	李宁	sinsham	星牌	DESCENTEGOLF
5	FILA	Puma	亚瑟士	薰风	BABOLA	TIBHAR	UGIN	Poinos	FILA
6	乔丹	美津浓	Star	匹克	YONEX	庞伯特	PORSVIK	皮尔力	Adidas
7	Adidas	JOMA	安踏	361°	Adidas	斯帝卡	BSKT	乔氏金腿	Titleist
8	Spalding	双星名人	摩腾	亚狮龙	昂跑	银河	红双喜	Cuppa	callaway
9	Puma	Star	谷崎	的幸	天龙	匹克	品山水	南匠	Footjoy
10	JORDAN	361°	宇生富	迪卡侬	Slazenger	美津浓	Lining/李宁	腾勃	GFORE

数据来源：阿里消费洞察

Popular  
ball types

- Golf
- Billiards
- Pickles

# 球类运动品类赛道洞察

Main  
ball types

- Basketball
- Football
- Volleyball

2025淘宝天猫 球类运动趋势白皮书

2025 TAOBAO/TMALL  
White Paper on Ball Sports Trends

- Golf  
- Billiards  
- Pickles

1) 三大球

2) 三小球

3) 趋势球

4) 运动护具

Main  
ball types

- Basketball
- Football
- Volleyball

篮球圈层 | 产业趋势 | 全球参与人群达6.5亿，中国以2亿居首；NBA关注度断层领先，成为全球文化IP；现役超巨推动商业巅峰，传奇球星IP具备穿越周期的巨大收藏投资价值

全球篮球人口规模



全球篮球人口TOP国家

1	中国	中国篮球人口规模 2亿+
2	印度	
3	美国	
4	印度尼西亚	
5	墨西哥	

篮球专业赛事及社媒关注热度排名



职业球星商业价值能量巨大

2024-25赛季NBA球衣中国个人销量TOP5

1	勒布朗·詹姆斯	湖人
2	斯蒂芬·库里	勇士
3	卢卡·东契奇	湖人
4	凯里·欧文	独行侠
5	凯文·杜兰特	太阳

2025年NBA闲鱼周边成交价格TOP1



数据来源：FIBA basketball

数据来源：智篆GI

备注：社媒关注度根据社媒内容数和互动数综合计算

数据来源：NBA、闲鱼

# 篮球圈层 | 产业趋势 | 大众赛事革命性创新，浙BA与电商平台合作探索可持续发展新模式

大众篮球已成为中国全民健身和基层文化的核心载体，浙BA开创大众篮球赛事与消费平台深度融合的新路子，其核心是通过线上互动引流和消费激励，直接撬动线下观赛、旅游和实体消费，形成“因一场球，爱一座城，享一城消费”的闭环。

## 中国大众篮球赛事蓬勃发展



## 2025年7月-8月浙BA赛事数据表现



## 中国篮球主要大众赛事



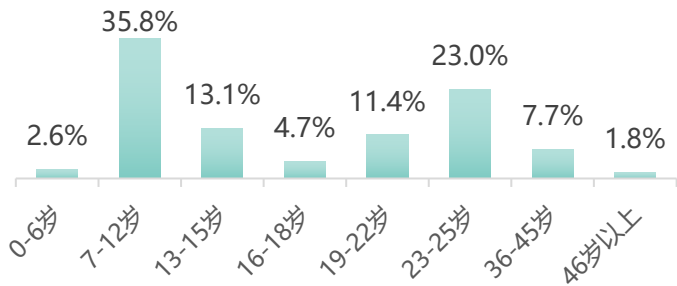
## 浙BA与淘宝闪购探索线上线下的新互动模式

合作维度	合作模式
消费券与补贴	淘宝闪购投入超50亿元发放浙江省内餐饮消费券
赛事结果联动	“城市免单卡”：浙BA城市争霸赛期间，每场比赛获胜队所在城市次日可获得数万份“专属茶饮免单卡”
线上互动引流	淘宝APP内搜索“浙BA”可参与每日抽奖（球票、联名金饰、冰箱贴）、猜球赢礼、获取各类赛事资讯
地域化营销	推出22个城市特色球队专属球衣 冰箱贴 可爱篮球包挂等周边
线下消费融合	凭浙BA球票或淘宝消费券可在本地合作商户享受优惠

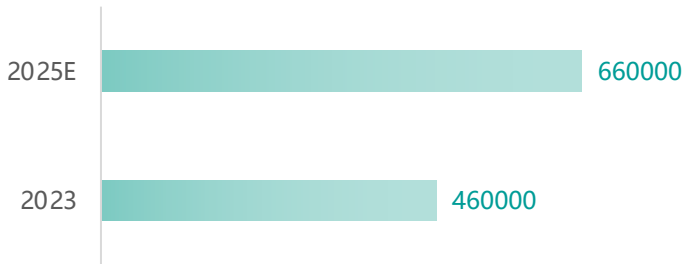
# 篮球圈层 | 产业趋势 | 青少年球员持续扩张，低龄化特征显著，深度渗透小学阶段；青少年篮球装备、体育培训及品牌营销策略可重点锚定“小小少年”

青少年参赛人数超66万，庞大且增长迅速的参与人群和强大且不断升级的家庭消费能力共同驱动青少年篮球生态圈，家长消费意愿强烈，篮球培训、赛事、装备及相关消费的需求高度集中于小学阶段。品牌营销、课程开发、赛事设置都应重点围绕这一年龄段的孩子及其家长展开。

我国篮球赛事参赛球员年龄分布

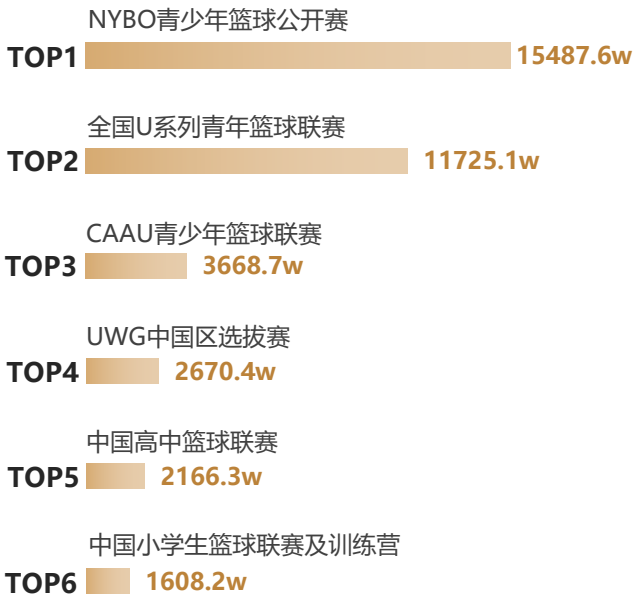


我国篮球青少年参赛球员数



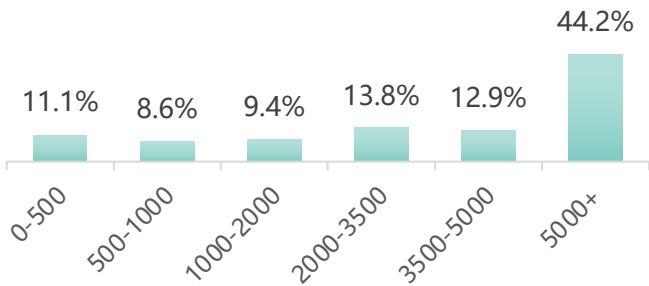
数据来源：我奥体育

我国篮球赛事参赛球员年龄分布



数据来源：我奥体育

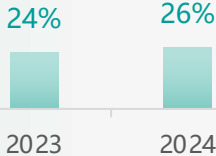
青少年参赛家庭篮球年消费金额



线上青少年儿童篮球  
相关消费金额

30亿

线上青少年儿童在篮  
球整体市场份额



数据来源：我奥体育、智篆GI

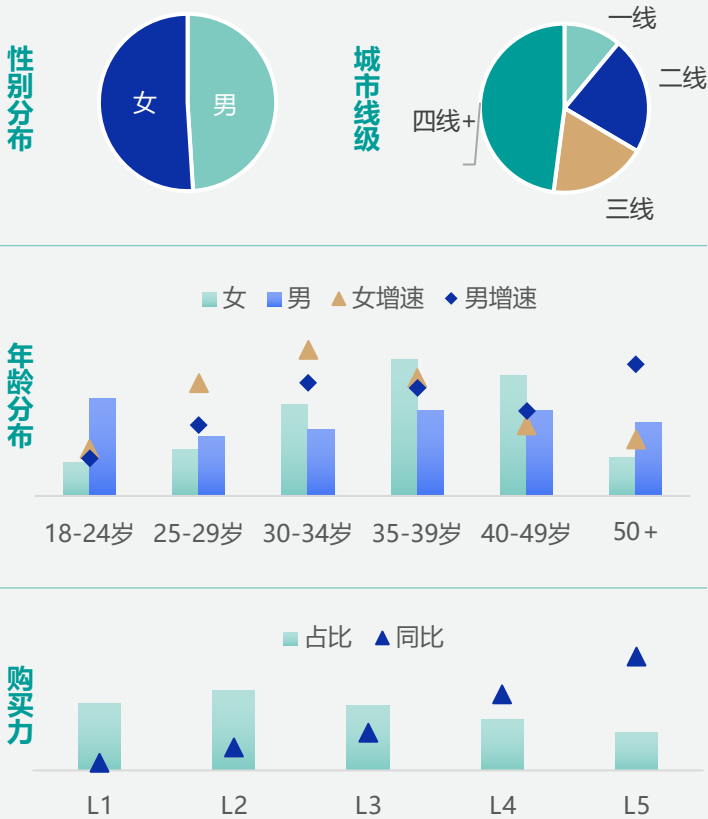
篮球

足球

排球

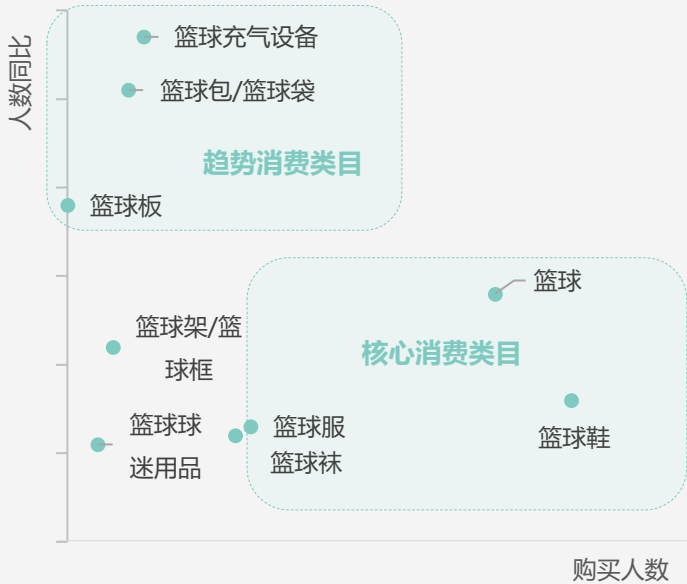
篮球圈层 | 人群趋势 | 30-49岁家庭女性、18-24岁Z世代男性、35-49岁男性为核心需求群体，高消费群体快速扩张

MAT2025 淘宝天猫篮球圈层人群画像



下沉市场基数庞大，潜力可观；女性消费群体以35-49岁的家庭女性为主，其需求集中于儿童青少年用品及鞋服。男性消费者则分为鲜明的两派：年轻“生力军”追求个性化装备与潮流服饰，而熟龄“实力派”更青睐专业功能型装备。与此同时，高消费力人群快速增长，为市场带来了显著的消费升级机遇。

MAT2025 淘宝天猫篮球圈层消费者购买叶子类目矩阵



MAT2025 淘宝天猫篮球圈层细分消费群体高偏好叶子类目 (TGI)

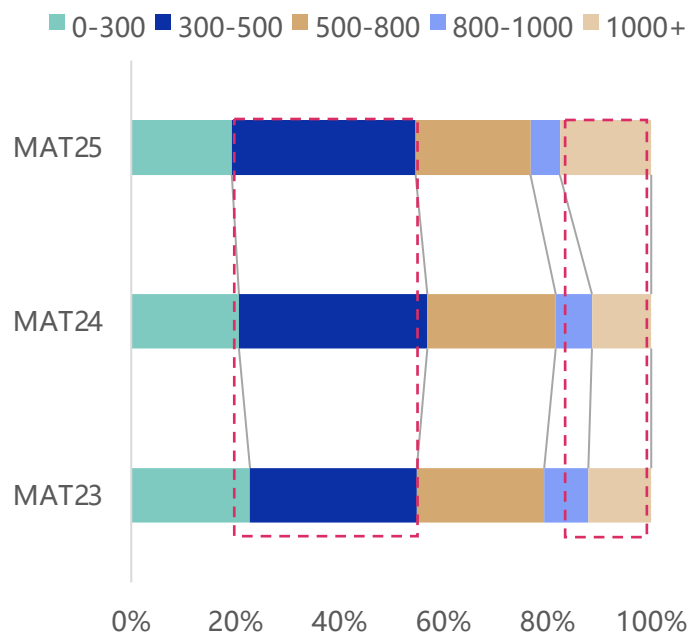
TGI降序	30-49岁女	35-49岁男	18-24岁男
TOP1	篮球	篮球网	篮球袜
TOP2	篮球架	篮球充气设备	篮球鞋
TOP3	篮球服	篮球战术板	篮球战术板
TOP4	篮球包/篮球袋	篮球架	裁判专用哨
TOP5	篮球充气设备	篮球	计时工具

以儿童/青少年篮球用品为主

# 篮球圈层 | 产品趋势 | 篮球鞋 | 实战性能主导，支撑、抗扭、稳定、回弹和轻量引领新科技赛道，千元以上高端市场持续扩张

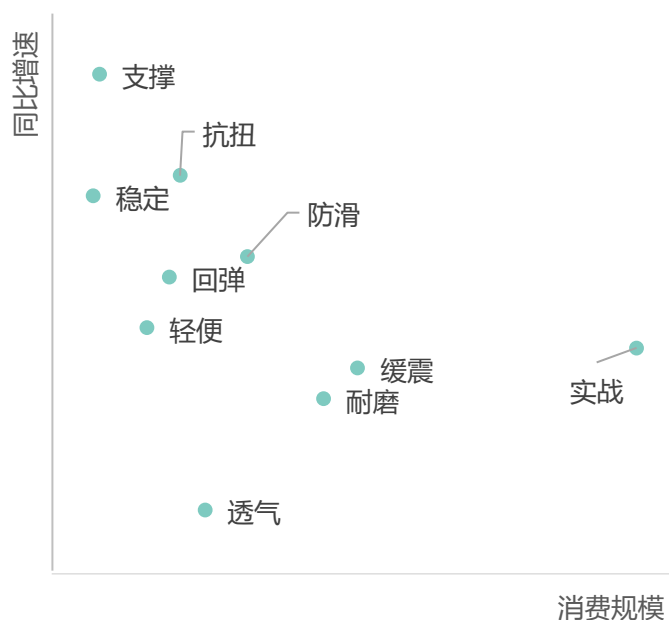
300-500元性价比市场为核心，千元以上高端市场趋势加快，需打破传统造鞋公式，通过打造科技旗舰与身份符号征服高端消费者。消费者购鞋核心由**实战性能驱动**，支撑、抗扭、稳定、回弹、轻量五大科技赛迎来市场增长点。

## 淘系篮球鞋价格带销售占比变化



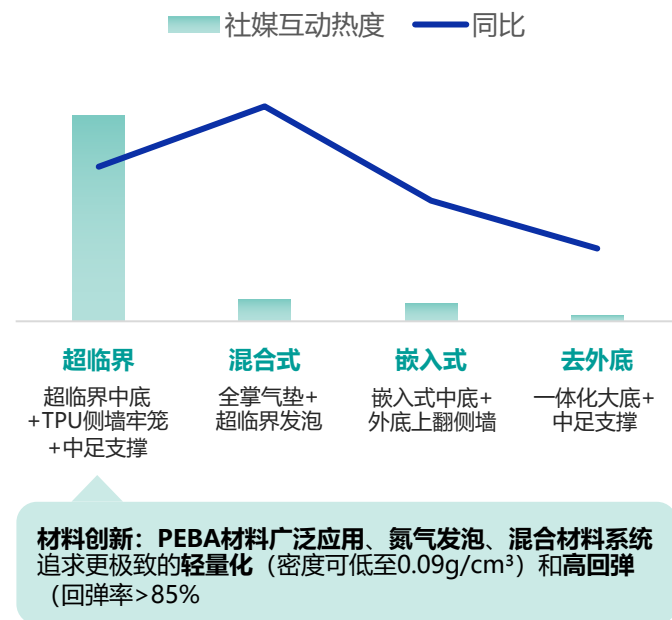
数据来源：阿里消费洞察

## MAT25淘系篮球鞋功能消费趋势



数据来源：阿里消费洞察

## MAT25社媒篮球公式鞋讨论热度变化



材料创新：PEBA材料广泛应用、氮气发泡、混合材料系统追求更极致的轻量化（密度可低至0.09g/cm³）和高回弹（回弹率>85%）

数据来源：智篆GI

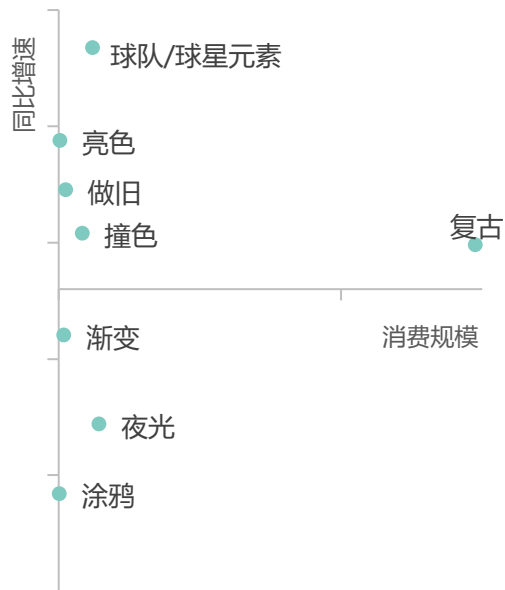
# 篮球圈层 | 产品趋势 | 篮球鞋 | 复古风潮持续演进，多元色彩与材质工艺混搭注入新设计灵感

锚定复古赛道，将麂皮材质作为质感新宠，并拓展至皮革、丹宁等多元复古面料，通过做旧工艺深化复古未来美学。配色策略上，并行“经典复刻”与“街头机能”两条线：前者以球队经典色系为叙事核心，后者以大胆亮色引爆视觉冲击，满足情怀消费与潮流先锋多元客群。

## MAT25淘系篮球鞋 鞋面材质趋势



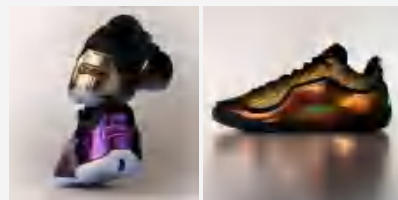
## MAT25淘系篮球鞋 设计元素消费趋势



## 篮球鞋色彩趋势方向

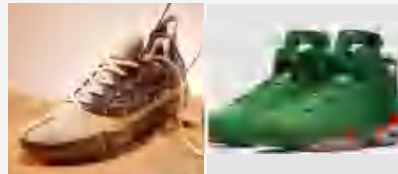
### 经典回归：球队球星配色

NBA球队经典色、球星个人PE配色，篮球鞋最经典、最持久的配色来源。**球队配色**（如湖人紫金、凯尔特人绿白）经久不衰。**球星个人PE配色**则更具个性



### 复古风潮：复古色彩与材质混搭

运用马海毛、皮革、丹宁、麂皮等材质，结合水洗、做旧处理，还原古着质感，营造浓郁的复古未来氛围



### 高辨识度：高饱和色彩

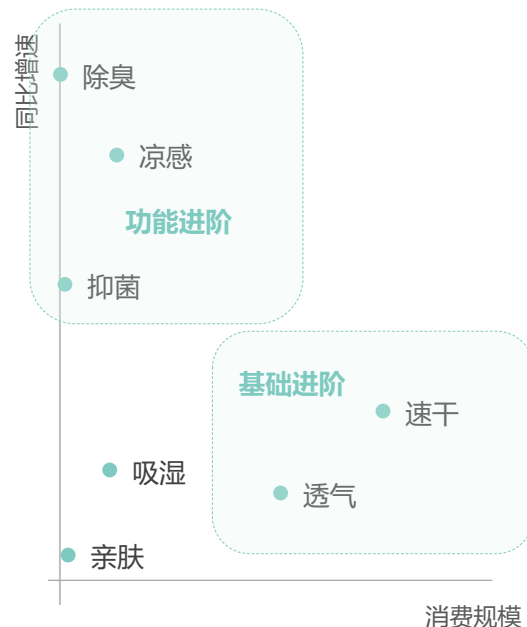
大胆运用亮橙色、荧光粉等高饱和度色彩，或采用粉、蓝等色调的自然渐变，极具辨识度和张扬感



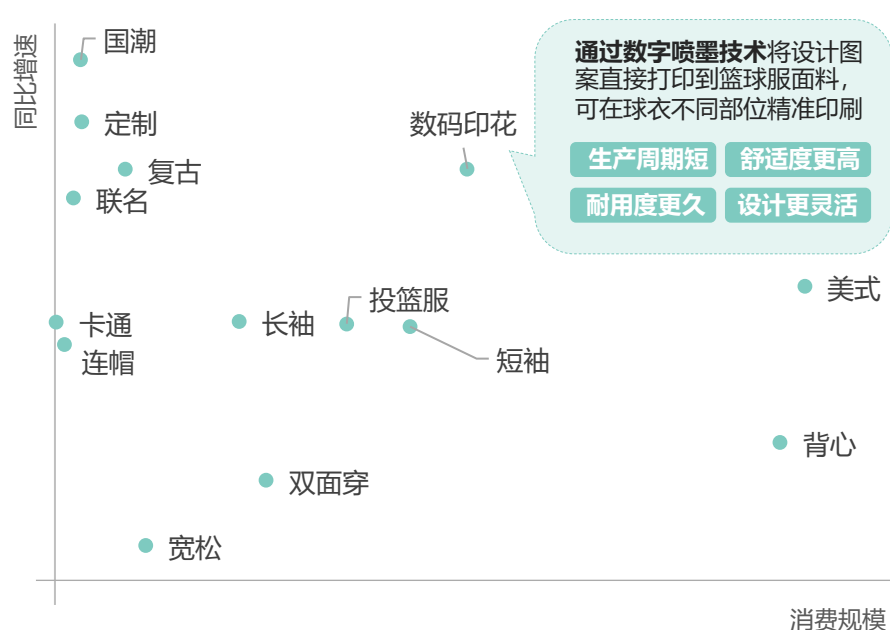
# 篮球圈层 | 产品趋势 | 篮球服 | 功能聚焦速干透气，除臭、凉感、抑菌逐渐成为新消费热点，款式复古、国潮、个性化为核心趋势

消费热点从基础功能转向抑菌、除臭、凉感等**体验升级型功能**，消费者愿为此支付**价值溢价**。同时，经典复古、定制与国潮风格崛起，标志着市场核心驱动力已从**标准化功能**转向**个性化的情感设计与文化价值**。

## MAT25淘系篮球服功能消费趋势



## MAT25淘系篮球服细分款式销售趋势



复古篮球服

复刻经典球衣，保留复古宽松廓型，多采用刺绣、拼贴、做旧、毛毡等强化年代感的设计元素



国潮篮球服

将传统文化元素与现代运动需求相结合，如生肖、传统纹样、水墨元素，青少年儿童群体偏好尤为显著



定制篮球服

多采用数码印花技术，可在球衣正面、背面、袖口、衣摆、侧边处实现复杂图案设计

# 篮球圈层 | 产品趋势 | 篮球 | 青少年居家训练场景 带动静音篮球消费增长，材质选择多元化，TPU、超纤、发泡橡胶、吸湿革、牛皮、pvc增速突出

新场景创造新需求，青少年居家训练场景常态化，不扰邻成为了一个强烈的痛点和新增需求，静音篮球市场增长；篮球材质趋于多元化，传统PU、橡胶占据主流，TPU、超纤、吸湿PU、牛皮、发泡橡胶迎来较好市场趋势

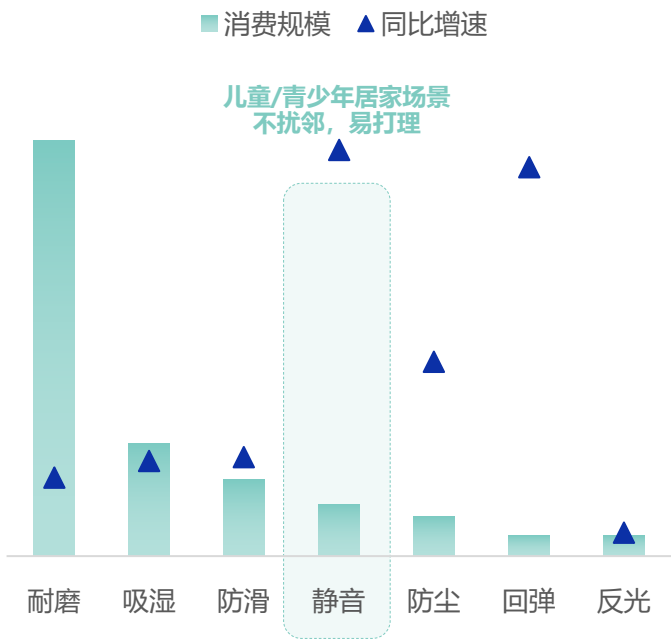
篮球  
足球  
排球

MAT25淘系篮球规格消费趋势



阿里消费洞察

MAT25淘系篮球功能消费趋势



阿里消费洞察

MAT25淘系篮球材质消费趋势



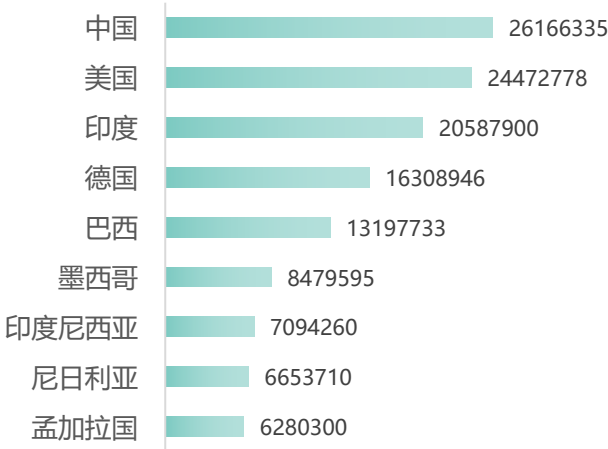
阿里消费洞察

足球圈层 | 产业趋势 | 中国足球人口规模破2600万跃居全球首位，球迷规模近3亿；国内足球环境改善，在足球赛事热度、基础设施、社媒关注度均呈现出日益向好的积极态势

全球足球人口规模



世界各国足球人口数分布



数据来源：FIFA国际足联

足球专业赛事及社媒关注热度排名



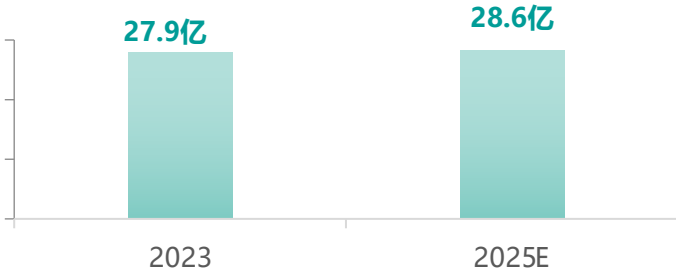
数据来源：智篆GI

备注：社媒关注度根据社媒内容数和互动数综合计算

场地与人才建设完善、球迷热情升高



社媒足球讨论互动量热度走势

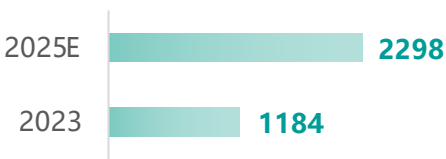


数据来源：整合自2024年中国足球协会数字年报、智篆GI及网络公开资料

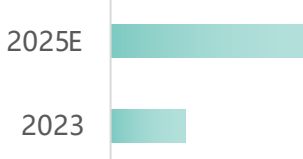
# 足球圈层 | 产业趋势 | 业余赛事蓬勃发展催生商业模式深刻变革，苏超将赛事运营、科技服务与衍生消费深度融合，引领足球产业迈向多元盈利的新阶段

业余赛事影响力日益增强，以“苏超”为代表的民间赛事创下国内业余足球观赛人数新纪录，并成功带动文旅消费、制造业订单增长和电商衍生品销售，展现出足球产业多元融合发展的巨大潜力。

我国足球业余赛事数量



我国草根球员人数



国内足球主要业余赛事



2025年 苏超赛事数据表现



现场观赛总人次 **243+万**

直播观看总人次 **21.5+亿**

社媒内容互动总量 **1.84+亿**

“苏超” 形成流量-消费-产业闭环，推动多元商业模式发展



数据来源：国家体育总局

数据来源：网络公开资料、智篆GI

# 足球圈层 | 产业趋势 | 青少年足球进入体系化、生态化新阶段，与此同时青少年足球消费赛道稳定增长

中国青少年足球呈现体系化、生态化的发展新格局。赛事数量与人才规模同步快速增长，注册球员人数稳步提升，竞赛体系持续完善。发展模式围绕体教深度融合、专业化教练员培养与五级青训中心建设三大核心，系统性构建可持续的青训生态。与此同时，青少年足球消费市场持续壮大，线上相关消费已突破7亿元，反映出参与基础扩大和体育消费升级的双重趋势，产业支撑效应日益凸显。

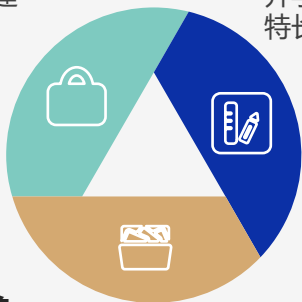
## 我国青少年足球体系改革重点方向

### 青训体系

构建“国家、大区、省、市、县”五级青训中心，推动校园足球特色学校与职业俱乐部梯队共建

### 体教融合

将足球纳入课后延时服务，建立小学-初中-高中-大学“一条龙”升学通道，允许足球特长生跨学区流动

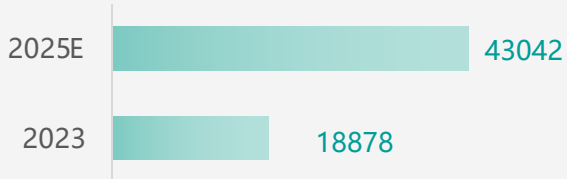


### 教练培养

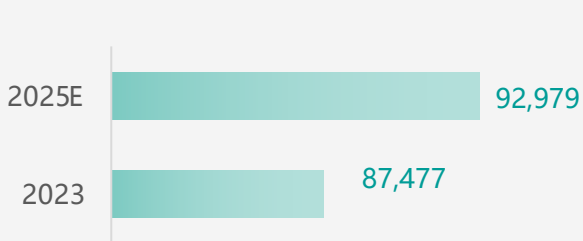
实施“百千万人才工程”，选送200名教练赴海外学习，退役球员可快速转型为青训教练

## 我国青少年足球体系改革成果

我国青少年比赛场次



全国注册精英青少年球员数量



## 我国青少年足球赛事不断升级



### 中国青少年足球联赛

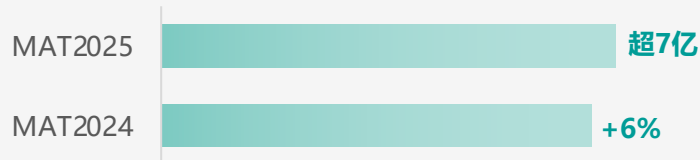
从U8至U19，设男、女共18个组别，横跨小学、初中、高中、大学



### 中国足球青少年精英联赛

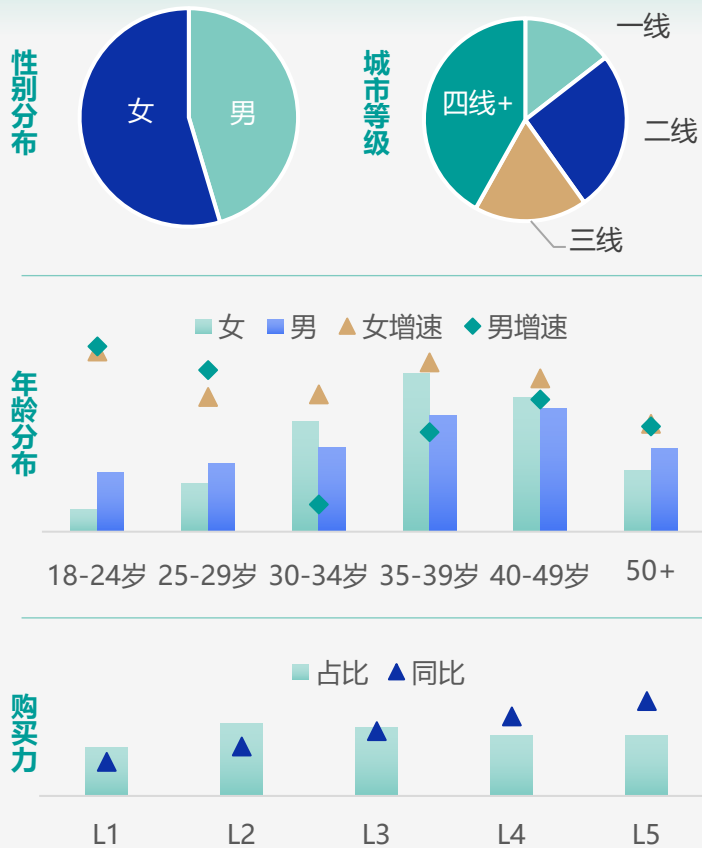
U21 U17 U15三个年龄组别参赛队伍为职业俱乐部梯队，并要求运动员兼顾文化课学习与足球训练

## 线上青少年/儿童足球相关消费趋势



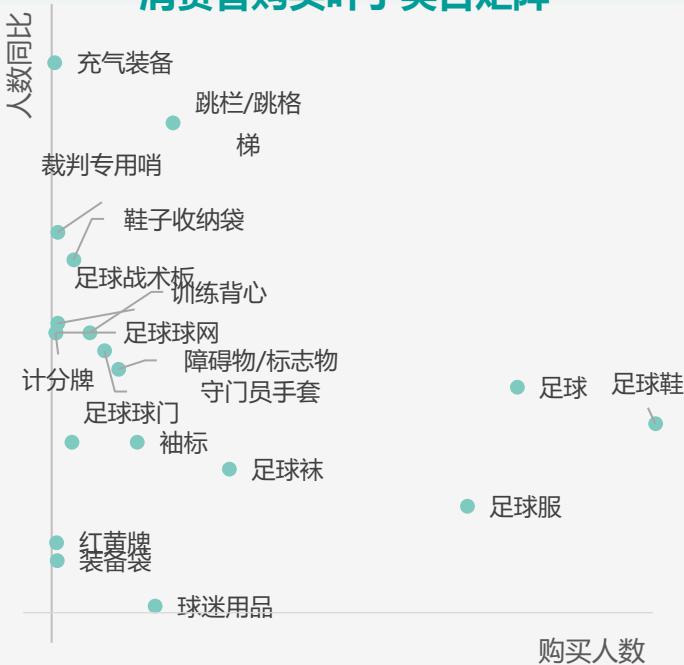
# 足球圈层 | 人群趋势 | 35-49岁家庭女性和熟龄男性为核心，18-29岁年轻男性为新趋，高消费力群体逐渐崛起

MAT2025 淘宝天猫足球圈层人群画像



足球家庭消费市场由35-49岁女性主导，其消费围绕孩子，核心品类为儿童青少足球鞋服及训练装备。个人消费市场在男性群体内部分化：**成熟男性（35-49岁）** 注重“专业提升”，偏好训练装备；**年轻男性（18-29岁）** 则热衷于“圈层认同”，消费偏向潮流鞋服、球迷用品等社交与情感表达载体。

MAT2025 淘宝天猫足球圈层消费者购买叶子类目矩阵



MAT2025 淘宝天猫足球圈层细分消费群体高偏好叶子类目（TGI）

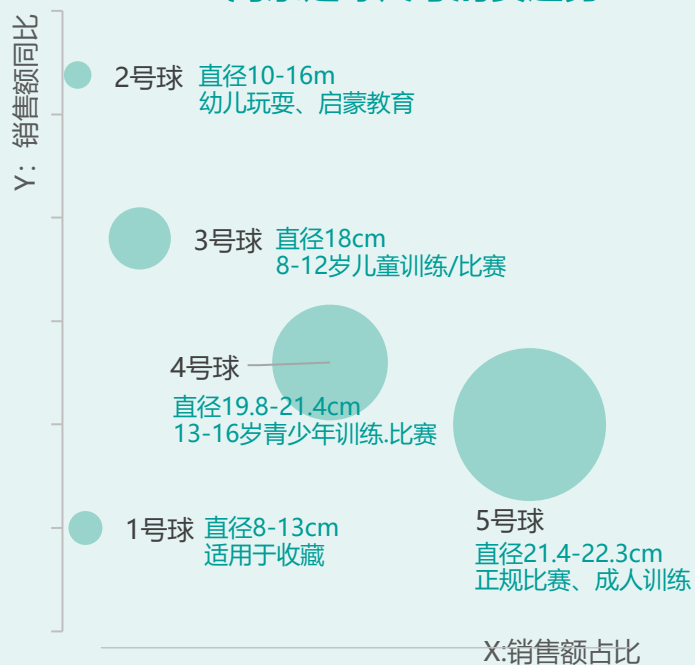
TGI降序	35-49岁女	35-49岁男	18-24岁男
TOP1	足球	足球	足球服
TOP2	跳栏/跳格梯	足球球门	足球袜
TOP3	训练背心	守门员手套	球迷用品
TOP4	足球鞋	足球战术板	足球战术板
TOP5	足球袜	记分牌	足球鞋钉

以儿童/青少年足球用品为主

# 足球圈层 | 产品趋势 | 足球 | 高端工艺材质与个性图案成足球消费新引擎，儿童市场蓝海涌现

**足球尺寸：**5号球标准尺寸为市场主流，并逐步向青少年、大童、幼儿蔓延，其中幼儿足球、大童足球成为增长新蓝海赛道

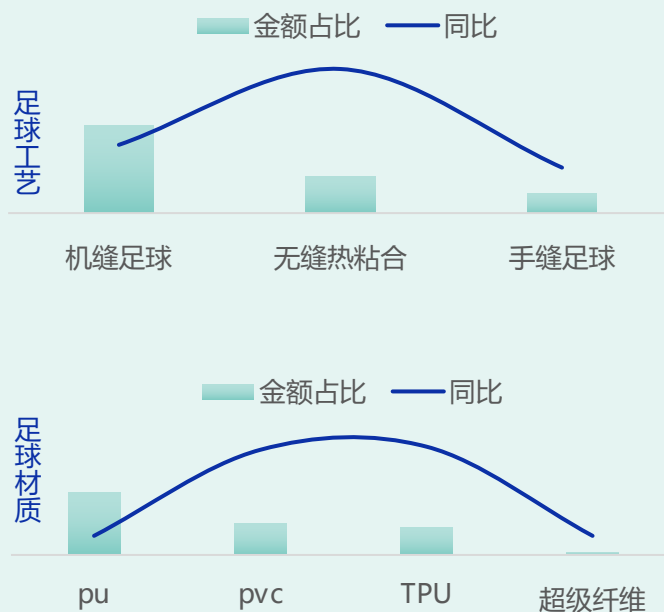
## MAT25淘系足球尺寸消费趋势



数据来源：智篆GI

**足球工艺：**无缝热粘合工艺成消费新趋；儿童市场显著拉动PVC材质消费需求，而高端消费群体则持续推高TPU材质市场热度

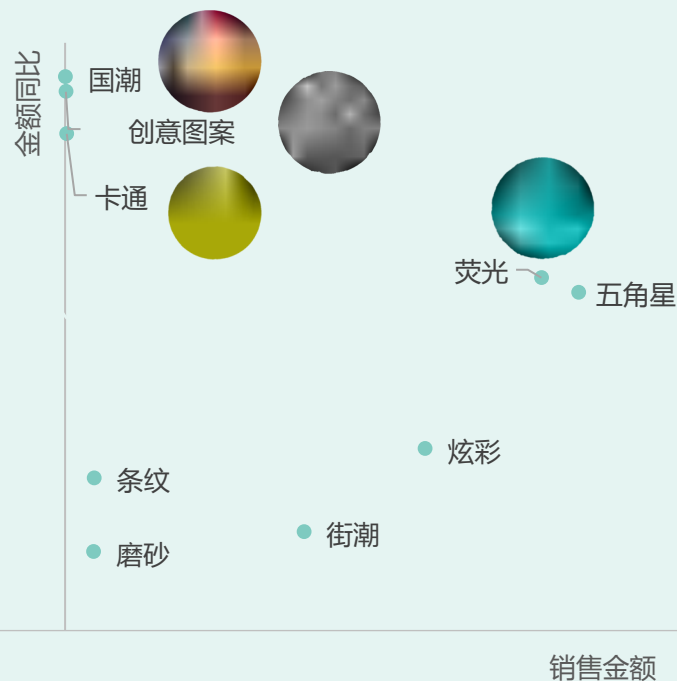
## MAT25淘系足球工艺及材质消费趋势



数据来源：智篆GI

**足球外观：**数码印花工艺应用广泛，创意图案吸引年轻群体，广超国潮印花、创意印花、卡通图案等个性化设计逐步受欢迎

## MAT25淘系足球图案消费趋势

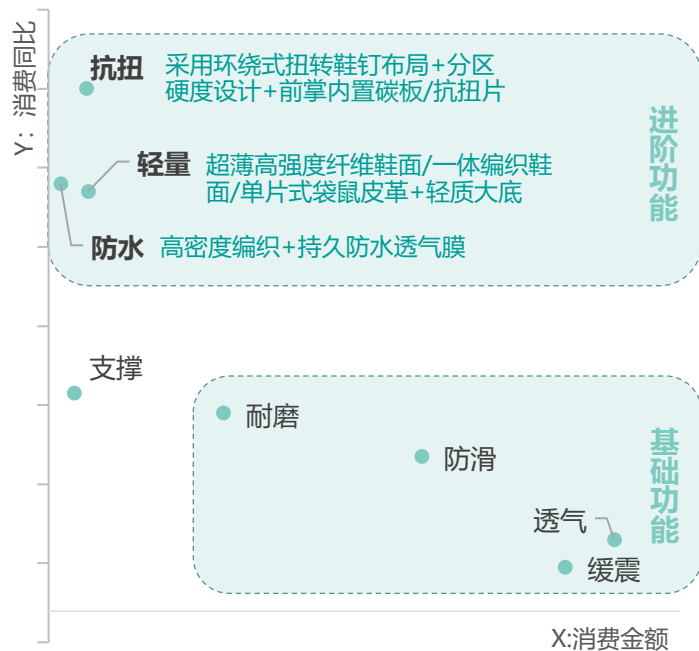


数据来源：智篆GI

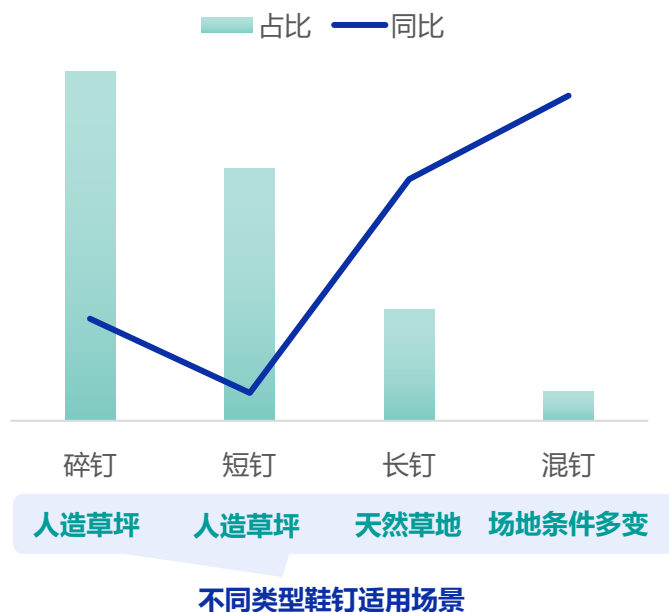
# 足球圈层 | 产品趋势 | 足球鞋 | 抗扭、轻量、防水为新趋功能赛道，混钉鞋和长钉鞋极具增长潜力，色彩趋于个性化表达和时尚潮流

从“单一性能”向“复合功能”和“场景细分”转变，除基础防护外，抗扭、防水、轻量化成为新趋势，多场景适用混钉鞋和天然草地适用长钉鞋消费增长显著；色彩趋势看，足球鞋作为时尚配饰和个性表达载体的属性正在急速增强：日落红、果绿、日光黄、潮蓝等高饱和亮色盛行；炫粉、粉红、粉蓝流行打破传统性别标签；银色、金属银黑等颜色与高性能结合塑造未来前沿感。

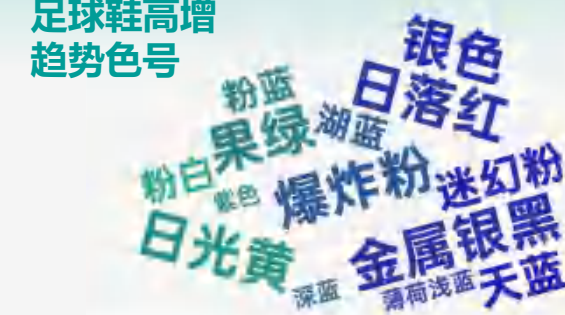
## MAT25淘系足球圈层足球鞋功能科技



## MAT25淘系足球鞋鞋钉类型消费趋势



## 足球鞋高增趋势色号

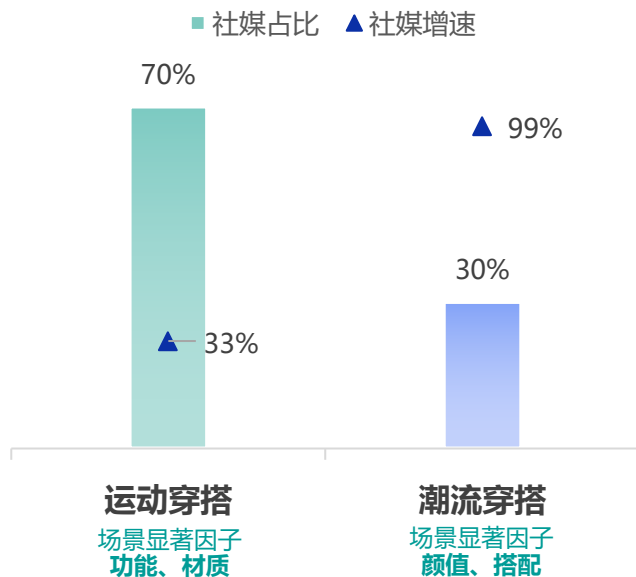


## 足球鞋色彩趋势



**足球圈层 | 产品趋势 | 足球服 | 专业运动为核心需求场景，消费者更注重功能与材质；产品功能从基础速干向防风、防雨等复合功能升级；消费品类也从传统球衣，延伸至以风雨衣夹克为代表的功能性装备，新兴品类正快速崛起**

社媒渠道 足球服场景热度分布及增速



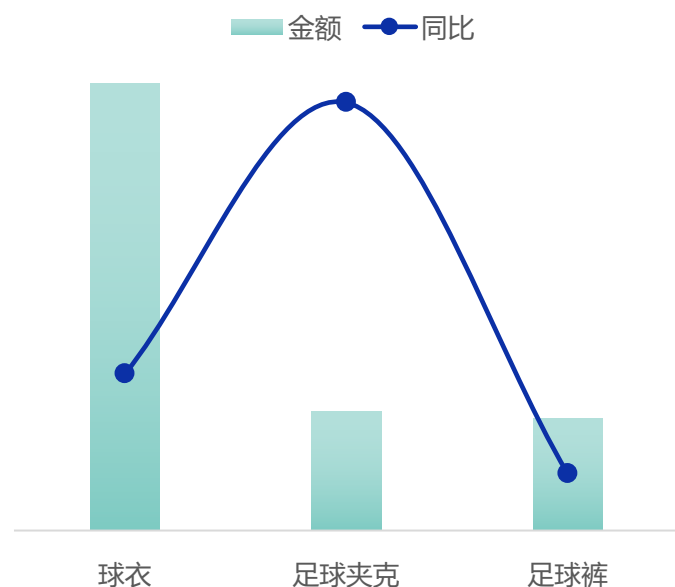
阿里消费洞察

MAT25淘系足球服 功能消费趋势



阿里消费洞察

MAT25淘系足球服细分品类市场表现



阿里消费洞察

篮球

足球

排球

# 足球圈层 | 产品趋势 | 足球潮流穿搭形成全新风口，增长由两大引擎驱动：一是产品个性化（复古、宽松版型、刺绣等设计）；二是风格破圈化，其核心是Blockcore风潮下“足球服+X”的混搭公式，为品牌抓住Z世代人群提供拓圈新路径

## MAT25淘系足球服 设计消费趋势



阿里消费洞察

## MAT25社媒足球穿搭风格热度

#球衣穿搭 话题累计浏览量2.2亿

### 风格1 #blokket

社媒互动量  
843万

### 风格2 #jerseyfit

社媒互动量  
650万

### 风格3 #blockcore

社媒互动量 271万

### 风格4 #sporty chic

社媒互动量 142万

阿里消费洞察

## 足球风穿搭 趋势搭配



排球圈层 | 产业趋势 | 排球产业正迎来爆发式增长，预计2025年规模达11亿美元，当前以装备消费为基石，青少年市场为核心动力，未来可向“排球+”多元业态加速拓展

篮球

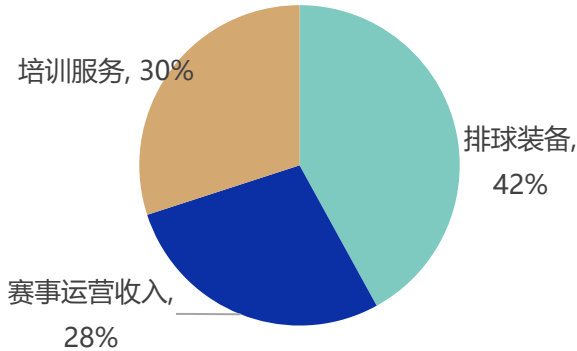
足球

排球

中国排球产业相关规模（亿美元）



2025中国排球产业规模分布



我国排球运动发展概况

排球参与人数	3000万
青少年占总体比例	40%
排球场地数	11.66万个
室内场地数	4567个
室外场地数	11.2万个

国家政策支持  
排球全面发展

夯实青少年基础：深化体教融合，深圳、武汉等第将排球纳入中考体育选考项目；支持大中小学成立排球社团；建设特色学校与培训教练

推动“排球+”产业融合：鼓励开发排球主题的文创产品，并建设排球主题体育商业综合体，拓展“排球+”消费场景

排球专业赛事体系日趋完善

国际赛事



奥运会



世界排球锦标赛



世界排球联赛



世界沙滩排球锦标赛



残奥会坐式排球赛



亚洲排球锦标赛

国内赛事



中国排球超级联赛



中国排球锦标赛

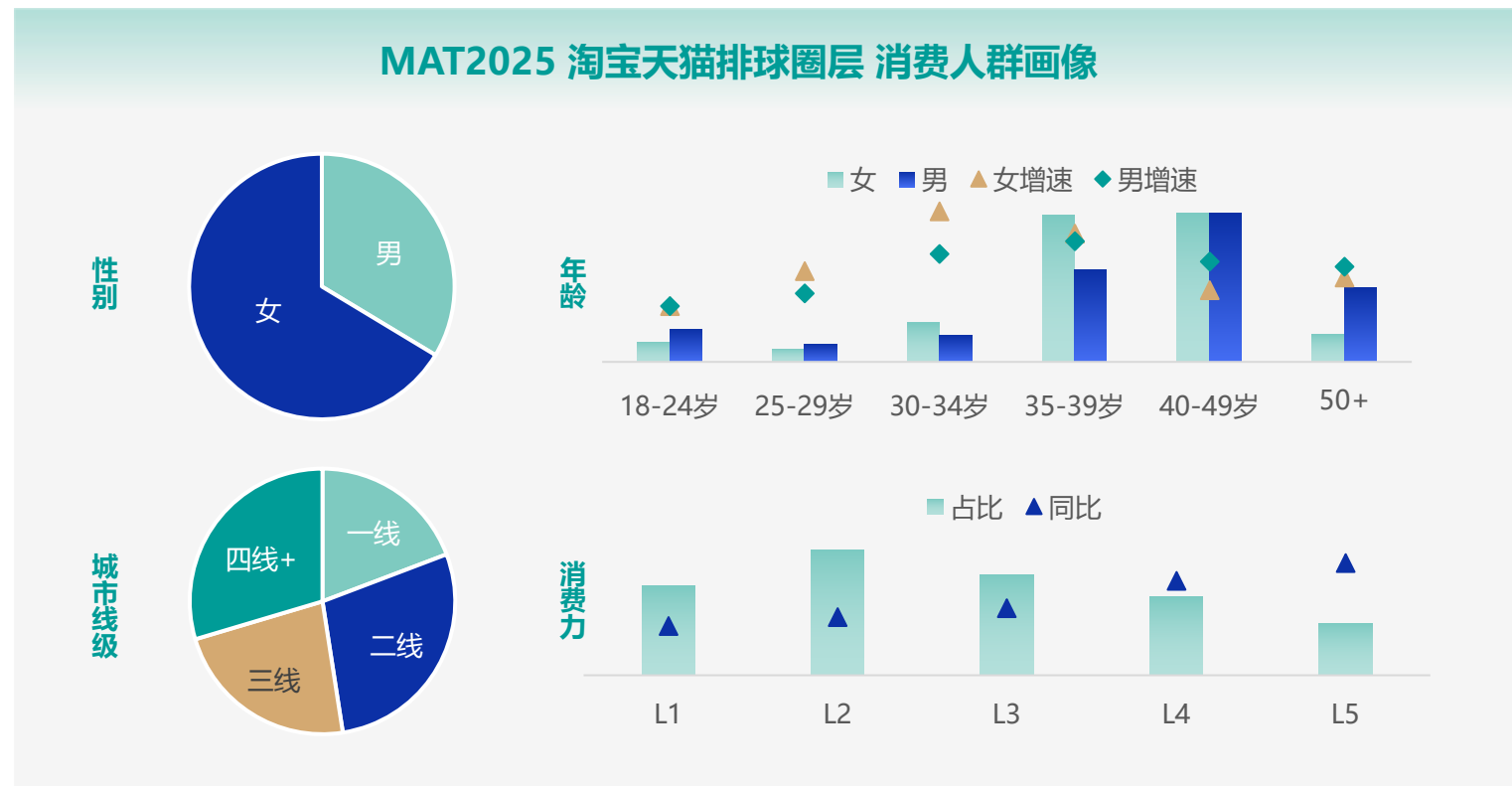


全运会排球赛

数据来源：《2025-2030排球产业规划专项研究报告》、国家体育总局、网络及公开资料整理

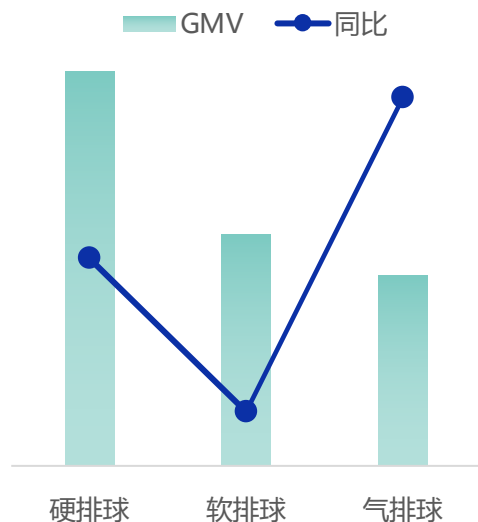
# 排球圈层 | 人群趋势 | 一二线35-49岁妈妈群体为核心人群，40-49中年男性和50+银发男性为潜力新兴消费人群

女性消费者是排球消费市场的主力军，其中35—49岁的育儿女性群体规模尤为突出，且继续保持高速增长。男性消费者占比约为33%，以40—49岁为核心人群。值得注意的是，50岁以上男性消费者不仅所占比例显著高于同龄女性，增长速度也更快，展现出强劲的消费潜力，是未来值得重点关注的新兴人群。



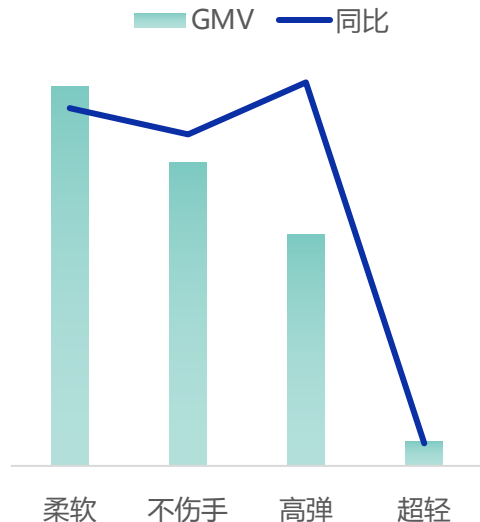
**排球圈层 | 产品趋势 | 气排球市场趋热，柔软、安全、高弹成为核心消费功能诉求；在青少年市场中，中考/考试场景仍是核心驱动力；大众运动场景逐步发展，沙滩及休闲运动类消费场景开始萌芽，可通过将营销内容与休闲运动、旅游、社区活动等场景结合，进一步拓展大众市场的潜力**

**MAT25淘系排球种类  
市场规模及趋势**



阿里消费洞察

**MAT25淘系排球  
功能消费趋势**



阿里消费洞察

**MAT25 淘系排球圈层 需求场景消费趋势**



阿里消费洞察

Popular  
ball types

- Golf
- Billiards
- Pickles

1) 三大球

2) 三小球

3) 趋势球

4) 运动护具

Main  
ball types

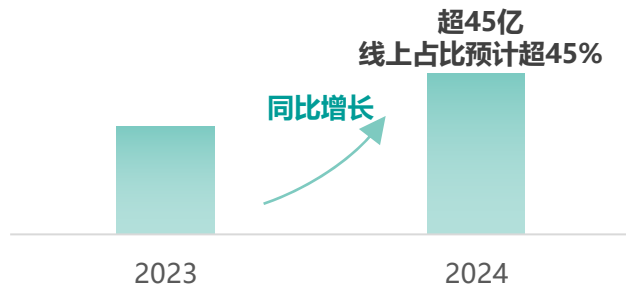
- Basketball
- Football
- Volleyball

# 羽毛球圈层 | 产业趋势 | 中国羽毛球装备市场规模巨大且增长迅速，“全民化”和“线上化”双轮驱动，并呈现出显著“社交化”特征

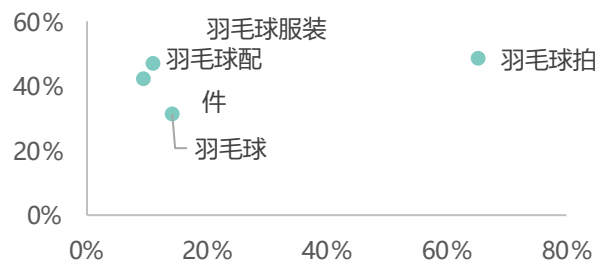
## 2025E全球羽毛球装备市场规模



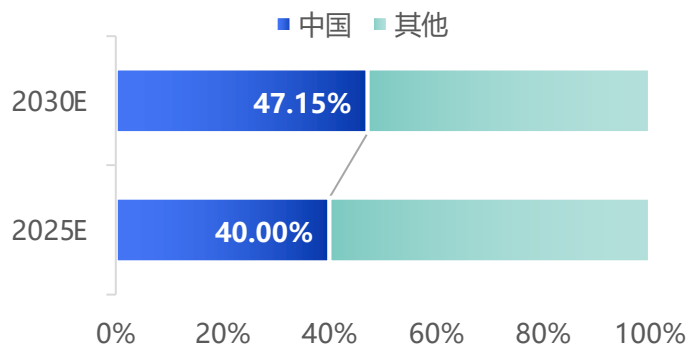
## 2025E线上羽毛球装备市场趋势



## 2025E线上羽毛球装备细分市场趋势



## 中国占全球羽毛球装备市场份额比例

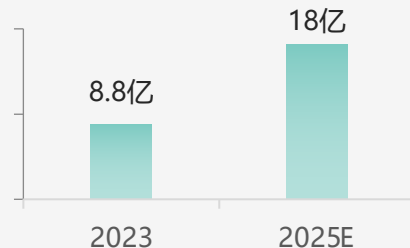


## 中国羽毛球粉丝基数庞大，场地众多，社交属性爆发式增长

场地数量30.25万个  
较2019年增加11.2万个  
仅次于篮球、乒乓球

爱好人数2.5亿人  
全球羽毛球人口TOP1

### 社媒互动量走势



### 社媒高热话题

话题	浏览量
#羽毛球装备	11.06亿
#挥拍快乐时刻	10.23亿
#羽毛球搭子	7.34亿
#羽毛球女孩	5.17亿

# 羽毛球圈层 | 产业趋势 | 顶级赛事汇聚全球焦点，超级明星引领球迷经济，新生代球员个人IP价值逐步崛起，冠军同款市场效应显著

## 羽毛球专业赛事及社媒关注热度排名

国际顶级赛事



奥运会  
羽毛球赛  
2.1亿



世界羽毛球  
锦标赛  
3600万



世界羽联巡回赛  
39站分站赛和总决赛 1300万

中国羽毛球公开赛、全英羽毛球公开赛、马来西亚羽毛球公开赛、印度尼西亚羽毛球公开赛...

三大团体杯赛



汤姆斯杯&尤伯杯 760万



苏迪曼杯 340万

洲际锦标赛



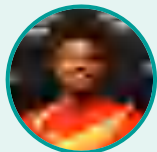
亚洲羽毛球锦标赛 920万



欧洲羽毛球锦标赛 87万

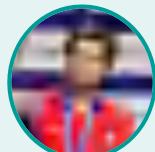
中国羽毛球运动员社媒平台互动声量 2.9亿

## 社媒讨论互动TOP5运动员



林丹 7480万

世界羽坛史上第一位双圈全满贯得主，职业生涯共获得20个世界冠军



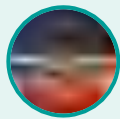
石宇奇 4940万

打破10年世锦赛男单冠军荒，截止2025年9月共获得7个世界冠军

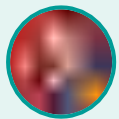


王昶 4220万

00后新生代男双组合，“梁王组合”已获得3次世界冠军，截至2025年9月2日，他们位列男双第7位，近期在2025年香港公开赛夺冠。



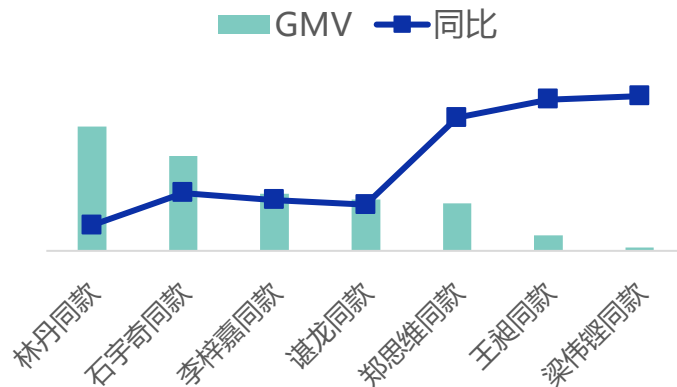
梁伟铿 3870万



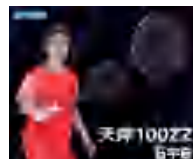
郑思维 1630万

职业生涯共获得了8个世界冠军，在与黄雅琼组成的“雅思组合”中取得了辉煌的成绩

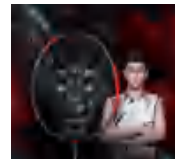
## MAT25热门运动员IP同款线上消费表现



## 线上运动员同款羽毛球拍热销单品



尤尼克斯  
石宇奇同款  
天斧100ZZ



威克多  
李梓嘉同款  
龙牙之刃



李宁  
谌龙同款  
雷霆80

数据来源：智篆GI

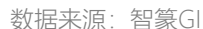
备注：社媒关注度根据社媒内容数和互动数综合计算

数据来源：智篆GI

数据来源：智篆GI

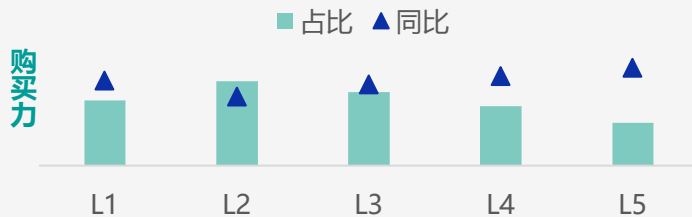
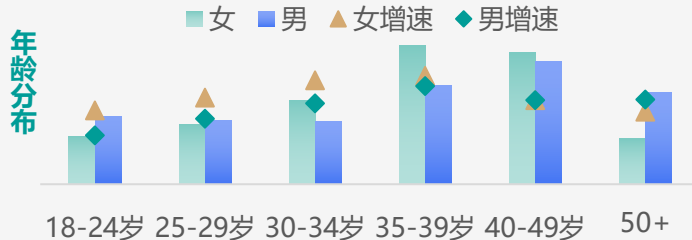
羽毛球

## 智能穿戴升级推动羽毛球进入量化训练模式



羽毛球圈层 | 人群趋势 | 30-49女性和40+男性群体为核心，与此同时18-29女性消费增速超过男性，年轻市场需更关注女性群体，品质人群扩张带来消费升级机会

MAT2025 淘宝天猫羽毛球圈层人群画像



消费者羽毛球装备购买趋于精细化，球拍、羽毛球等基础装备占据核心，球服、球鞋、球包、球袋、挂件等个性化配件增长趋势向好。女性为主力人群，30-49岁女性偏好球拍、包袋及训练装备；18-29岁女性偏好消费鞋服、挂件、包袋，时尚化需求显著；40+男更注重功能性专业运动装备。

MAT2025 淘宝天猫羽毛球圈层消费者购买叶子类目矩阵



MAT2025 淘宝天猫羽毛球圈层细分消费群体高偏好叶子类目 (TGI)

TGI降序	30-49女	18-29女	40+男
TOP1	羽拍袋	羽毛球服	羽毛球训练器
TOP2	羽毛球训练器	羽毛球鞋	羽毛球护线管
TOP3	羽毛球包	羽毛球拍	羽毛球
TOP4	羽毛球	羽毛球挂件	手胶/吸汗带
TOP5	羽毛球拍	羽毛球包	运动毛巾

# 羽毛球圈层 | 产品趋势 | 羽毛球拍 | 市场分级趋势显著，性价比定位新手群体，聚焦复合碳纤维；高端市场定位进阶品质群体，重点布局碳素一体、超轻量化科技

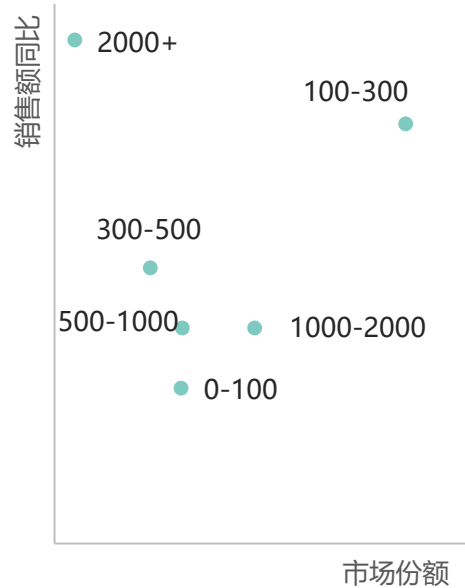
100-300元区间是绝对的消费主力市场，定位业余爱好者、初学者和日常健身人群，性能均衡、品质可靠、极致性价比是核心要素，碳纤维、低磅数为核心消费趋势；1000-200元价位段市场份额位居第二，2000元超高端市场快速增长，定位进阶专业和高端消费人群，他们愿意为卓越的性能、顶尖的科技、更佳的手感、品牌溢价以及身份认同支付溢价，超轻量化、碳素一体为核心消费趋势

羽毛球

网球

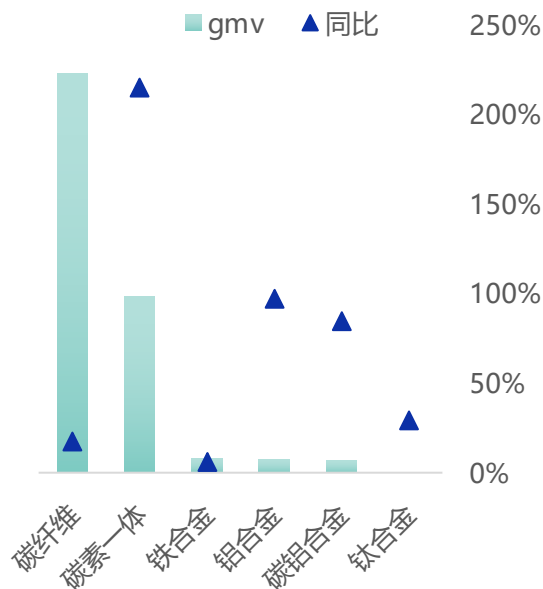
乒乓球

### MAT25淘系羽毛球拍 价格趋势



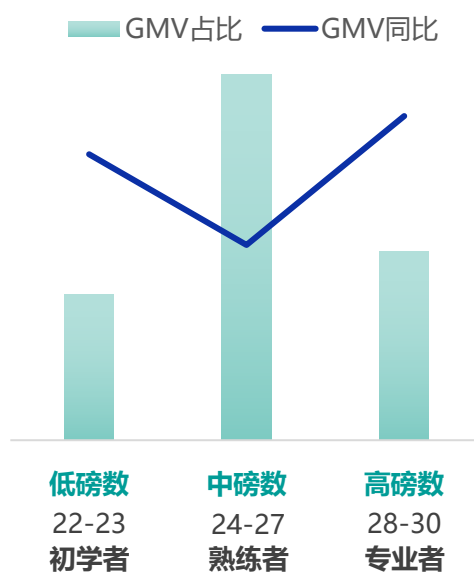
阿里消费洞察

### MAT25淘系羽毛球拍 材质消费趋势



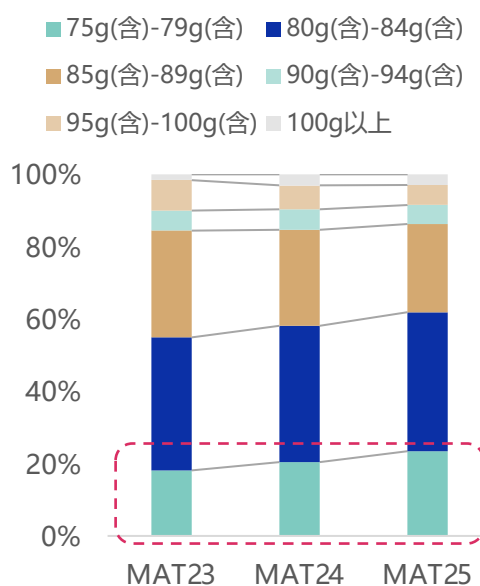
阿里消费洞察

### MAT25淘系羽毛球拍 磅数消费趋势



阿里消费洞察

### MAT25淘系羽毛球拍 重量消费趋势

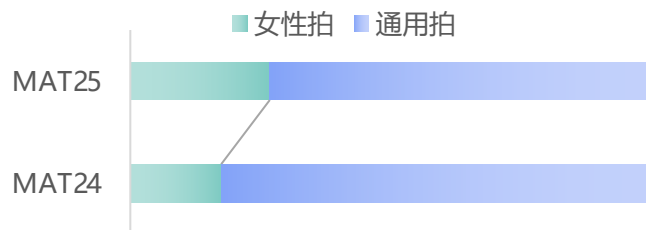


阿里消费洞察

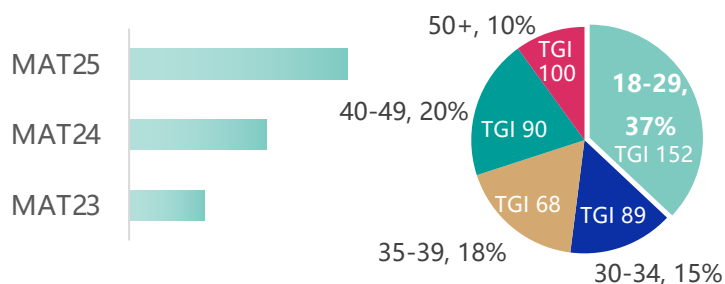
# 羽毛球圈层 | 产品趋势 | 羽毛球拍 | 女性专用拍和球星同款战拍引领核心消费趋势，二次元IP联名成为品牌破圈获取年轻人的关键抓手，社交礼赠场景开辟新增量市场

女性专用球拍消费趋势持续攀升，颜值设计成为突破关键点，少女配色、国风配色多元设计趋势涌现；球星同款战拍兼具信仰充值、身份认同和社交谈资；国潮IP或二次元IP联名成为品牌人群破圈的关键抓手；球拍消费场景已远超球场，延伸至情侣、好友、生日、节日等情感表达场景。“球搭子”概念兴起，送礼不仅关乎产品，更是一种分享爱好、维系情感的仪式。礼盒装持续高增长，高端化、礼品化趋势显现。

## 淘系女性专用拍市场占比变化



## 淘系IP联名球拍消费趋势及人群画像



## 社媒平台羽毛球送礼话题热度趋势



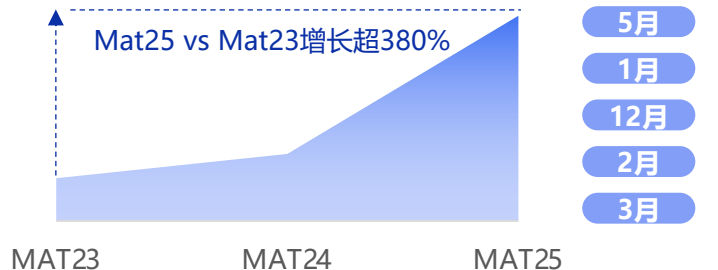
## 淘系球星同款战拍消费趋势



## 社媒渠道羽毛球拍联名IP讨论热度



## 淘宝天猫羽毛球拍礼盒销售趋势



# 羽毛球圈层 | 产品趋势 | 羽毛球服饰从“功能必需”到“时尚表达”，时髦运动风、运动老钱风、运动芭蕾风三大潮流席卷而来

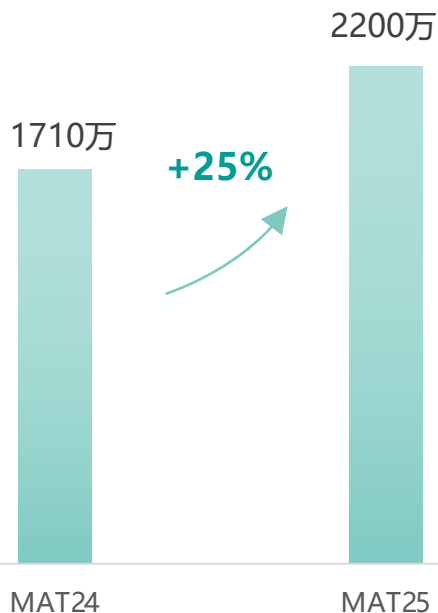
羽毛球运动及其衍生穿搭文化正在突破传统运动圈层，进入大众时尚视野，成为新的内容增长点和社交话题。消费者购买羽毛球服饰不再仅为运动表现，更追求**审美匹配、个性彰显与社会认同**。

羽毛球

网球

乒乓球

社媒平台羽毛球穿搭互动量



MAT25淘系羽毛球圈层服饰品类消费矩阵



数据来源：智篆GI

阿里消费洞察

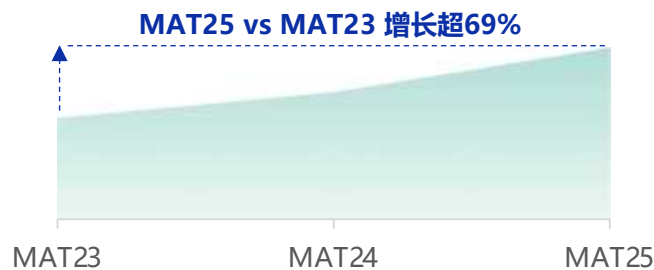
## 羽毛球穿搭风格趋势



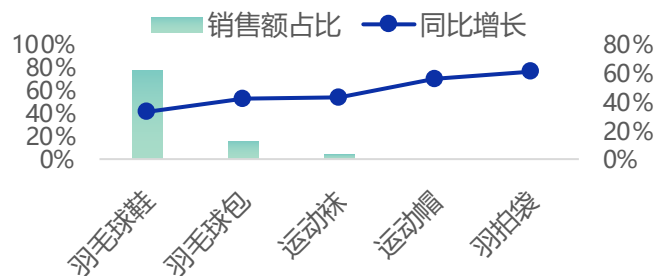
# 羽毛球圈层 | 产品趋势 | 羽毛球服配 | 羽毛球鞋向功能专业化和外观个性化适配，包袋迎来场景化与人群精细化拓展

羽毛球鞋功能消费关注点逐步从缓震、防滑、耐磨，延伸至支撑性、抗冲击性和轻量化等进阶性能；设计上，个性化脚型适配（如宽楦）与女性化色彩成为重要方向。羽毛球包则聚焦于场景化细分，通过多功能分区设计来满足实用需求，并借由“痛包”、“托特包”等个性化外观，精准触达Z世代和都市女性等不同人群。

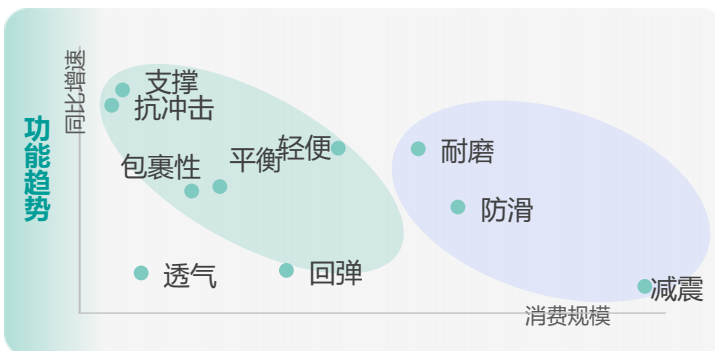
## 近三年淘宝天猫羽毛球服配消费规模



## MAT25淘宝天猫羽毛球服配细分品类消费比占比及增长趋势



## MAT25羽毛球鞋功能及设计消费趋势



## MAT25羽毛球包功能及设计消费趋势

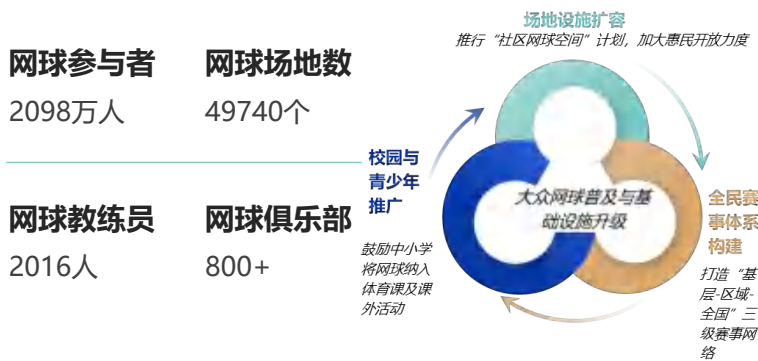


网球圈层 | 产业趋势 | 全球网球市场稳步增长，中国网球市场进入黄金发展期，网球产品线上消费大规模提升，服饰和装备为核心品类，IP衍生经济潜力巨大

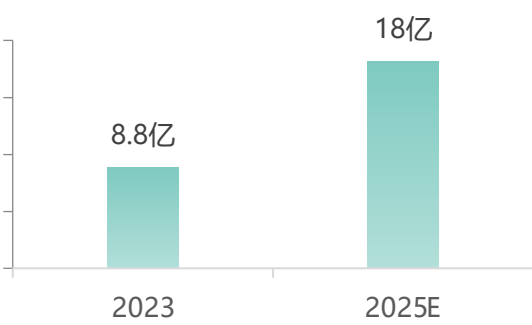
2025E全球网球市场关键数据

网球参与者	网球场地数
1.06亿人 vs2021 +21.6%	69.8万个 vs2021 +20.8%
网球教练员	网球俱乐部
17.5万人 vs2021 +17.4%	13.1万 vs2021 +14.9%

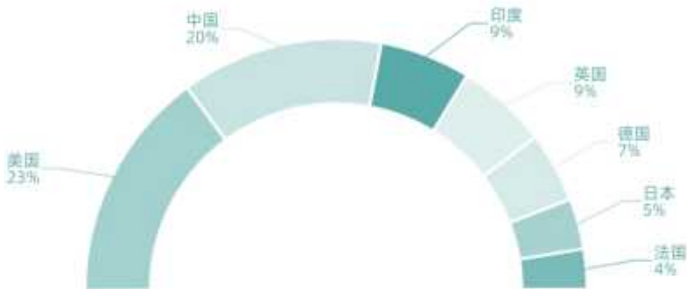
中国网球市场进入快速发展阶段



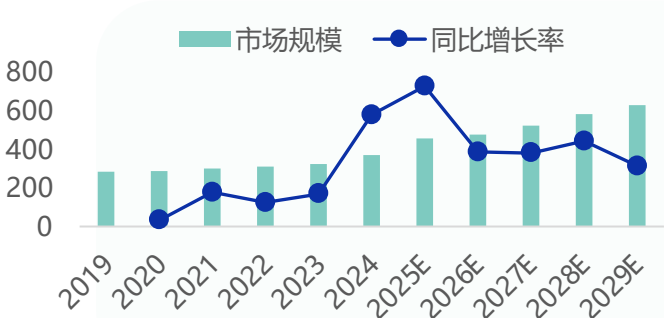
社媒互动走势及热门话题



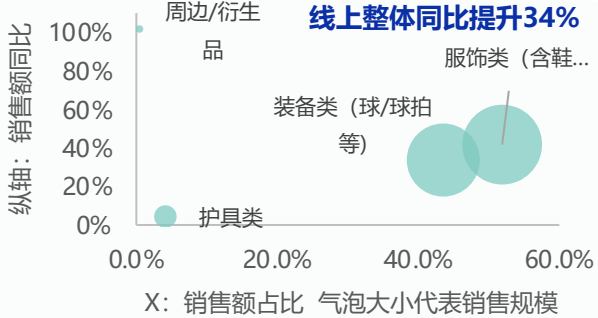
全球各国家网球参与者占比



中国网球运动市场规模及预测



线上网球产品细分市场趋势



数据来源：ITF Global Tennis Report 2021、ITF Global Tennis Report 2024

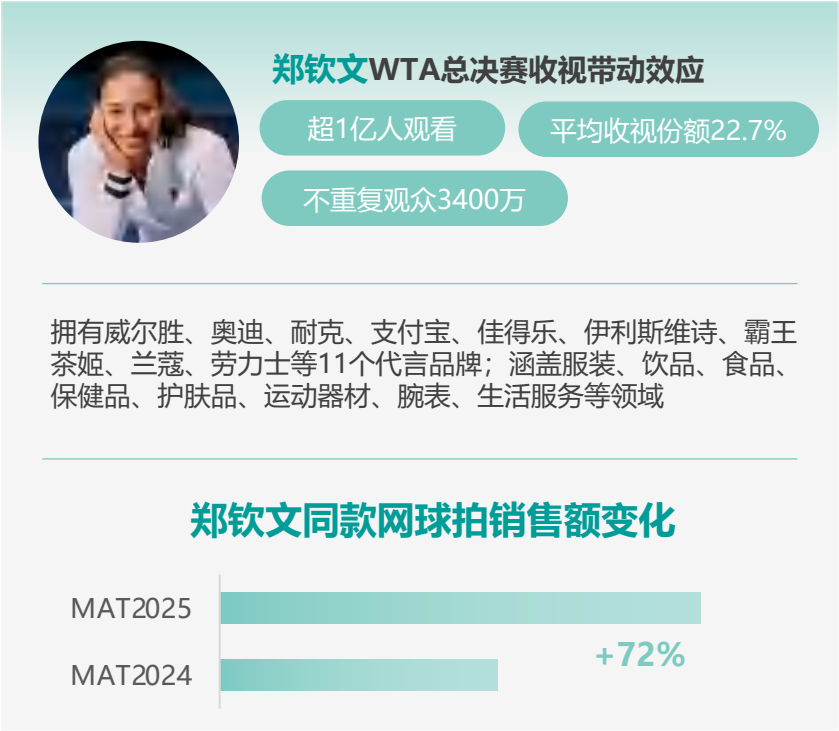
数据来源：艾媒数据中心、2025年8月国家体育总局《网球事业高质量发展改革措施》、智篆GI

网球圈层 | 产业趋势 | 赛事商业化生态日趋成熟，球星效应成功破圈，将网球从小众推向大众，并完成从“关注”到“同款消费”的商业价值闭环

网球专业赛事及社媒关注热度排名



明星球员撬动全民关注



备注：社媒关注度根据社媒内容数和互动数综合计算

资料来源：凯度《解码网球人群与市场机遇》、智篆GI

# 网球圈层 | 产业趋势 | 品牌纷纷跨界玩转“网球”经济，时尚/运动/奢品通过网球完成品类拓展与场景衍生，潮玩/3C/快消品牌借助网球元素完成社交与流量抓取

## 时尚/运动/奢品品牌 — “品类拓展，价值衍生”

时尚品牌加速布局网球服饰，线上销售同比增长53%



MiuMiu、Chanel、CELINE、LV等头部奢侈品等高端时尚品牌，纷纷推出网球主题产品



## 潮玩/3C/快消品牌 — “趣味周边，流量破圈”

网球成为社交语言，线上网球玩偶/潮玩盲盒销售规模超2000万



网球耳机壳/手机壳，线上销售额暴增22倍

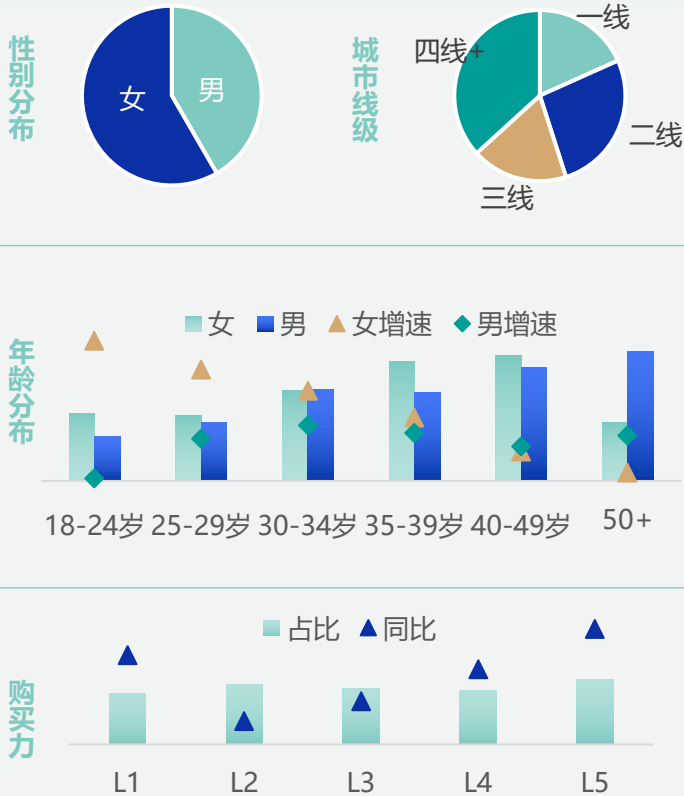


#网球周边 社媒讨论热度同比提升12倍



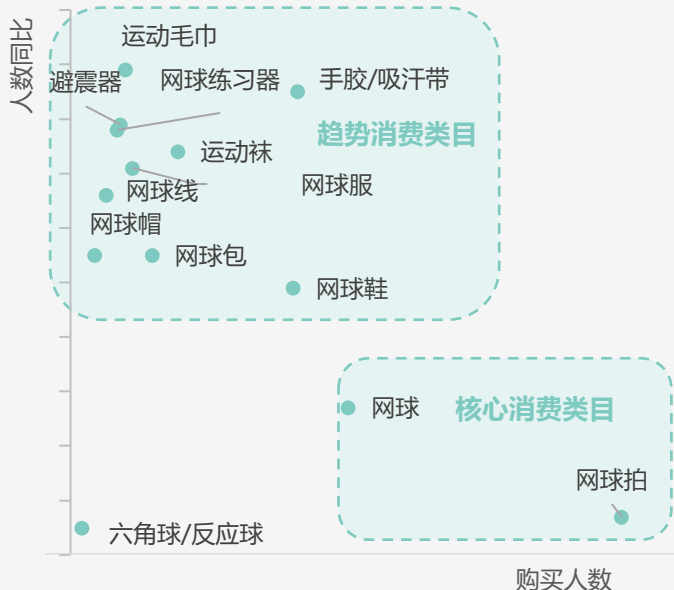
网球圈层 | 人群趋势 | 一二线30-49女性为核心群体，18-29岁年轻女性为趋势群体，男性群体40+ 占比突出；高消费菁英群体占比突出且人群规模持续增长

MAT2025 淘宝天猫网球圈层人群画像



网球圈层以一二线高消费力群体为核心：**30-49岁女性**是消费主力，购买丰富度最高，训练装备、服饰配件均有显著偏好；**18-29岁女性**作为新兴力量，偏好网球鞋服帽等穿搭品类。男性消费者集中于**40岁以上** **熟龄群体**，消费偏向专业装备。**L4-L5菁英人群**的快速扩张，为高端装备与专业服务市场奠定了增长基础。

MAT2025 淘宝天猫网球圈层消费者购买叶子类目矩阵



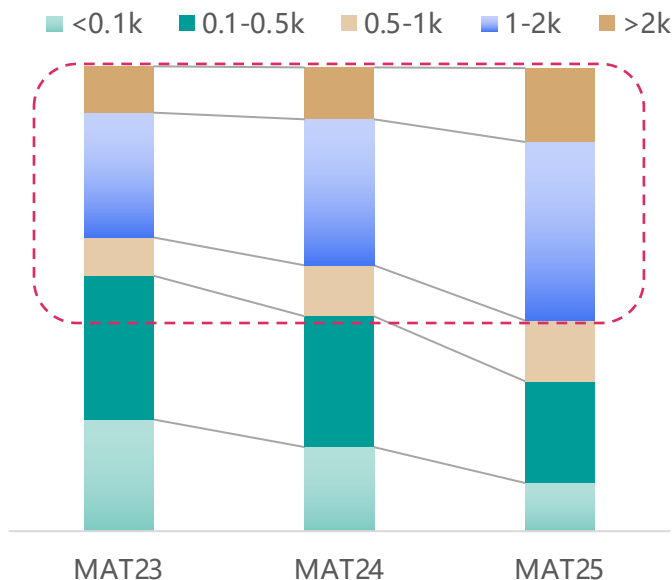
MAT2025 淘宝天猫网球圈层细分消费群体高偏好叶子类目 (TGI)

TGI降序	30-49女	18-28女	40+男
TOP1	网球帽	网球服	运动毛巾
TOP2	网球练习器	网球帽	手胶/吸汗带
TOP3	网球服	避震器	网球练习器
TOP4	网球包	网球鞋	网球线
TOP5	网球拍	网球	网球

# 网球圈层 | 产品趋势 | 网球拍 | 高端市场成为核心增长引擎，全碳素、石墨烯碳素引领消费新趋

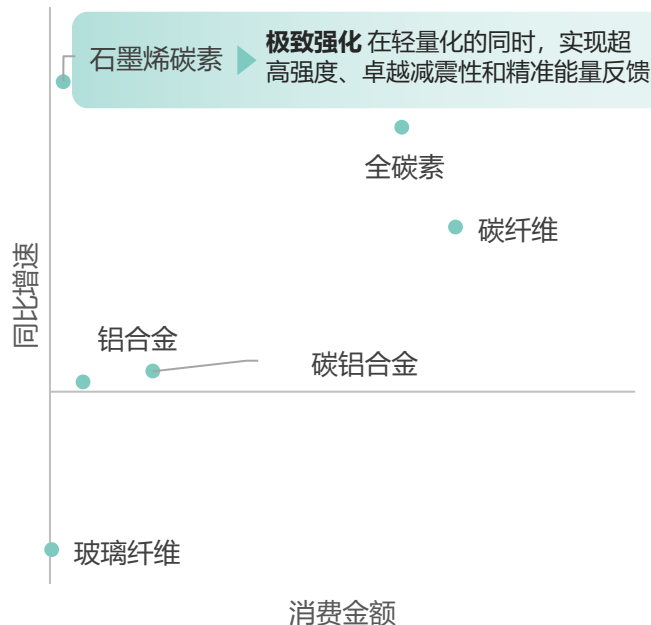
1000元以上价位段网球拍成为核心市场，高端消费力量崛起，他们追求顶级性能体验、前沿专业科技与品牌价值认同。产品层面，高品质全碳素材质已成为消费主流，石墨烯碳素增强材料增速尤为突出，实现轻量化的同时显著提升拍框刚性、抗扭稳定性及平衡调节精度，通过科技赋能满足进阶玩家对操控手感与竞技性能的极致需求。

### 近三年淘系网球拍各价位段销售额占比



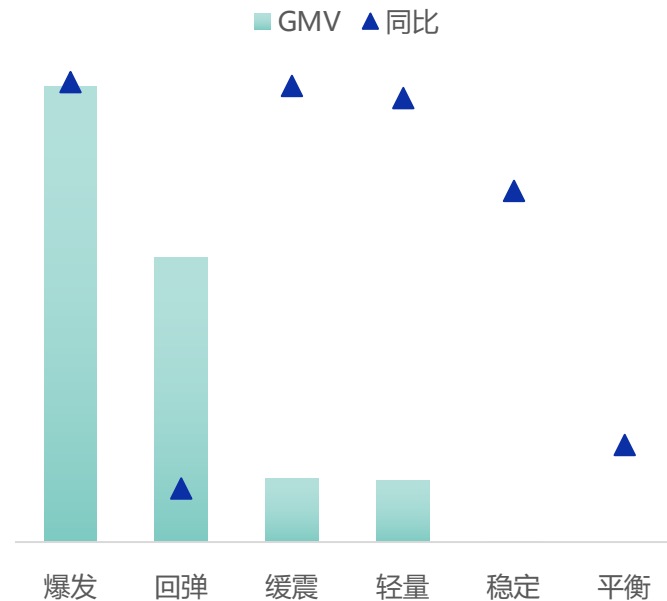
数据来源：阿里消费洞察

### MAT25淘系网球拍材质消费趋势



数据来源：阿里消费洞察

### MAT25淘系网球拍功能消费趋势



数据来源：阿里消费洞察

羽毛球

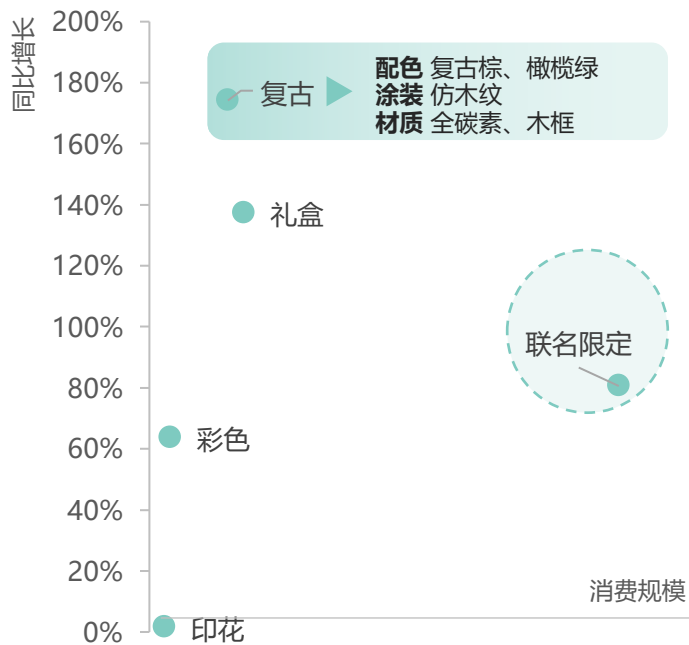
网球

乒乓球

# 网球圈层 | 产品趋势 | 网球拍 从功能消费到“情绪价值”消费，复古情怀、冠军同款、色彩疗愈成为激发市场增长的核心情感要素

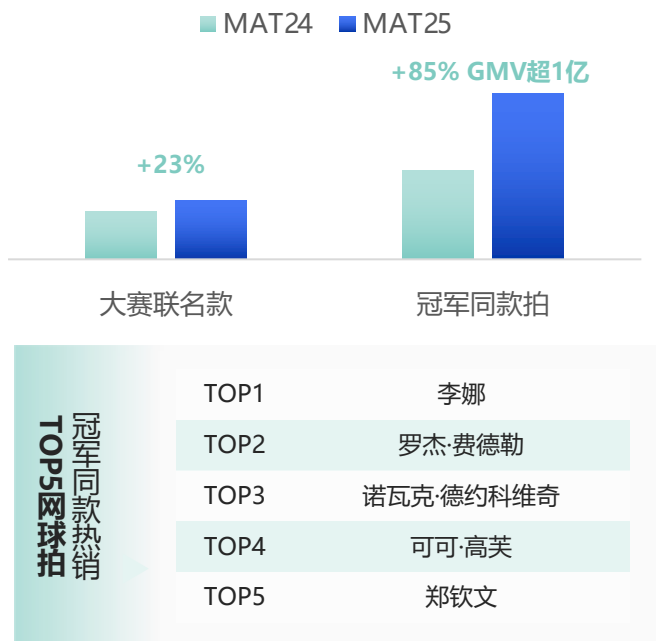
复古设计复刻经典拍型与涂装，强调高品质质感，契合了当下“老钱风”和“静奢风”的流行美学，吸引了追求格调与质感的中高端消费者；**球星IP赋予产品更多情感联结，冠军同款成为增长引擎**；**网球拍色彩呈现多元细分趋势**：粉色、蓝色等柔和色调广泛吸引女性市场，黄色与橙色等明亮色系传递活力感，而大地色系如棕、绿则呼应了复古情怀与户外生活方式的潮流。

## MAT25淘系网球拍设计消费趋势



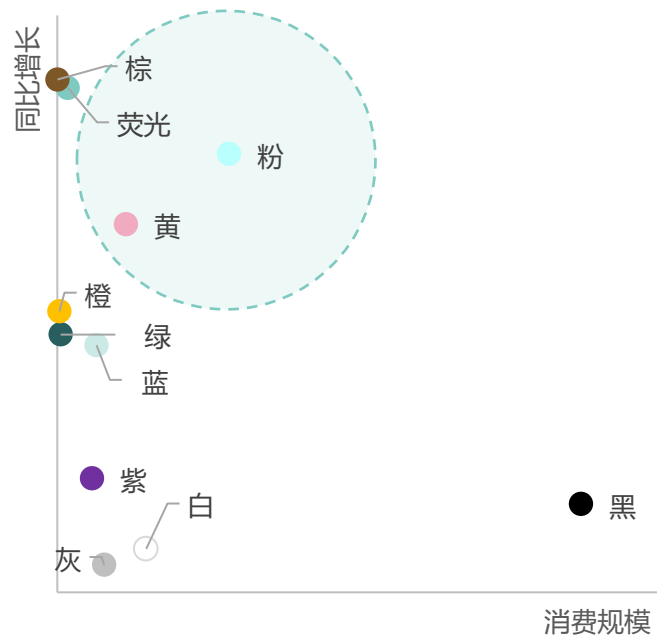
数据来源：阿里消费洞察

## MAT25淘系网球拍联名细分类型表现



数据来源：阿里消费洞察

## MAT25淘系网球拍色彩消费趋势

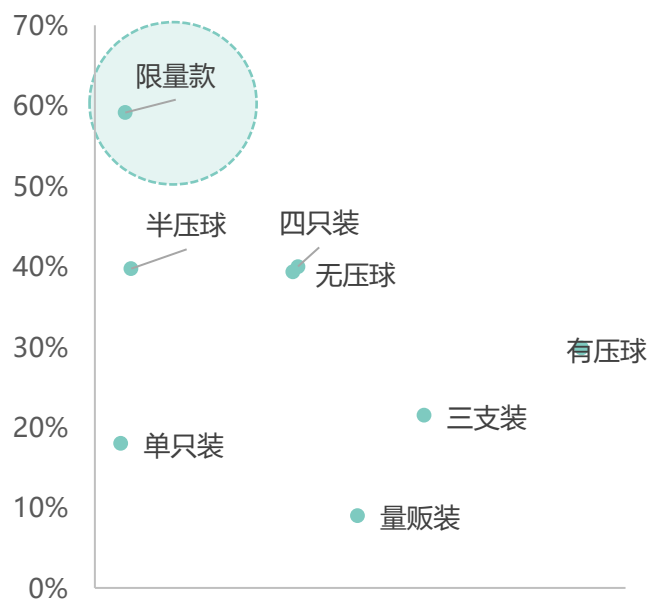


数据来源：阿里消费洞察

# 网球圈层 | 产品趋势 | 网球 大众市场以量贩装为主，减压球增速突出；中高端市场限量款、稀缺色彩凸显网球“社交”属性，情感消费占主导

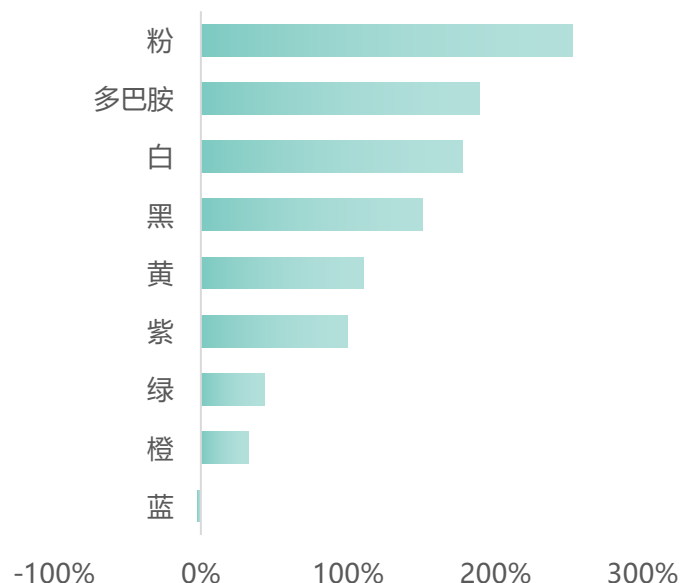
大众市场以半压球、无压球和量贩装为主，匹配新手入门与高频训练场景；高端市场则以限量款、联名款和特色色彩款为核心，消费者为收藏价值、社交属性及审美表达支付溢价，稀缺限定、独特色号（如粉色、多巴胺色）激发收藏欲和展示欲，更推动网球从功能装备跨界为时尚单品与家居艺术陈列，成为兼具身份认同和情感价值的“社交货币”。

## MAT25淘系网球细分类型消费趋势



阿里消费洞察

## MAT25淘系网球色彩增速趋势



阿里消费洞察

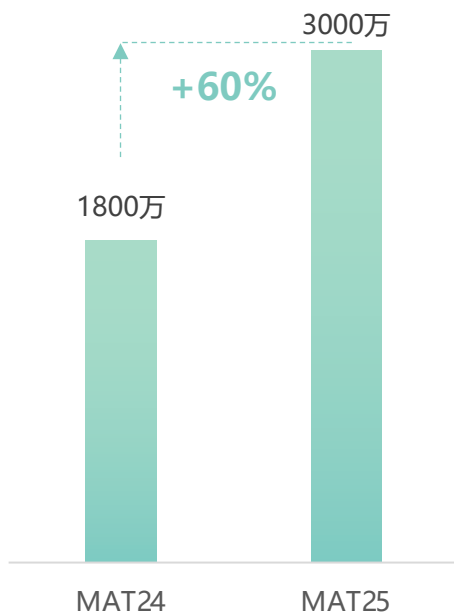
## 网球社交收藏属性价值提升



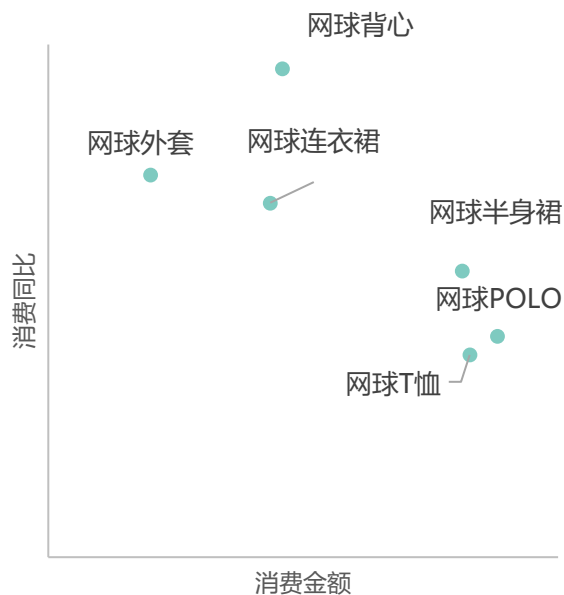
# 网球圈层 | 产品趋势 | 网球服饰 | 风格跨界成主流，老钱、芭蕾、学院、城市风与网球穿搭深度融合

网球穿搭成为新流量风口，成为大众尤其是年轻女性热衷的**时尚话题和生活方式符号**。网球穿搭潮流风向将持续与**芭蕾风、老钱风、学院风、城市户外**等多元时尚风格深度结合，穿着场景已从球场延伸至日常通勤、社交、校园生活等领域，其价值从“专业装备”转向“自我表达的工具”

### 社媒平台网球穿搭互动量



### MAT25淘系网球服饰细分品类矩阵表现



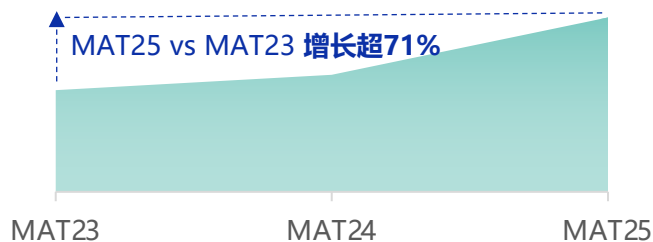
## 网球穿搭风格趋势



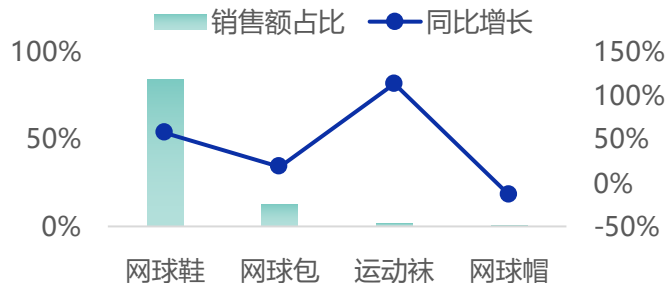
# 网球圈层 | 产品趋势 | 网球服饰配件市场呈现专业化、精细化与时尚化三大核心趋势，向场景化“运动生活方式”全面升级

网球鞋的消费关注点已从基础保护上升至**轻量化、透气性**等提升运动表现的高阶需求，并涌现出**红土专用鞋**等蓝海品类；同时，复古风潮引领设计美学升级。网球包则从简单装载工具演变为都市生活配饰，通过**多功能分区和拆卸模块设计**满足“工作-运动-社交”无缝场景，其**复古款、双肩/手提包**等趋势单品彰显个性化表达。

## 近三年淘宝天猫网球服配消费规模

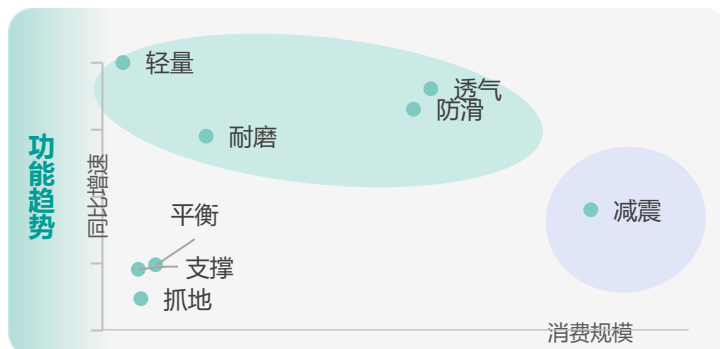


## MAT25淘宝天猫网球服配细分品类消费比占比及增长趋势



阿里消费洞察

## MAT25网球鞋功能及设计消费趋势



**复古风潮回归** 复古棕、复古蓝、复古绿、复古红等经典配色回潮，近一年线上平台复古风格网球鞋销售额增长超**55%**

**多场地选择** 鞋底设计趋于精细化，针对不同场地（硬地、红土、草地）提供专用鞋底，**硬地适用鞋**占据**90%**市场份额，**红土地**适用鞋线上近一年销售额增长超**260%**

阿里消费洞察

## MAT25网球包功能及设计消费趋势



阿里消费洞察

# 乒乓球圈层 | 我国乒乓球人口近1亿，拥有广泛的群众基础；乒乓球赛事日趋完备，商业化逐渐成熟，同时新生代运动员展现出极强的体育明星影响力、商业价值凸显

## 国球普及度高，拥有广泛的群众基础



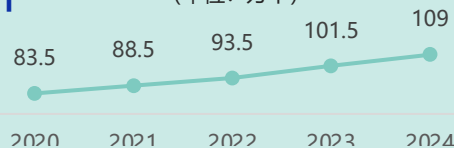
### 乒乓球参与者 1亿+

中国乒乓球人口约1亿，一周打两次以上、每次一小时以上的民间乒乓球爱好者多达**8300余万人**。



### 乒乓球场地 109万+个

全国乒乓球场地数量连续增加  
(单位: 万个)



### 专业运动员 3-5万

近1亿乒乓球爱好者

3~5万注册运动员后备人才

百人国家队

## 赛事日趋完备成熟，已向商业化迈进

国际赛事

奥运会乒乓球

乒乓球世锦赛



WTT大满贯赛事



乒乓球世界杯

国家联赛



中国超级联赛

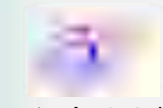


日本T联赛

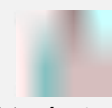


德国甲级联赛

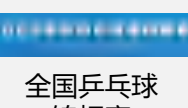
国内赛事



亚运会乒乓球

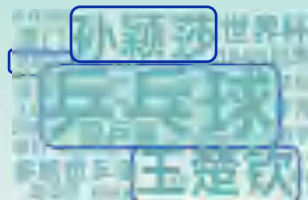


全运会乒乓球



全国乒乓球锦标赛

## 乒乓球体育明星影响力崛起



社媒平台乒乓球讨论高频词

孙颖莎、王楚钦、樊振东等运动员让公众对于乒乓球更加关注

### 2025Q1运动员和明星商业价值榜单



王楚钦

樊振东

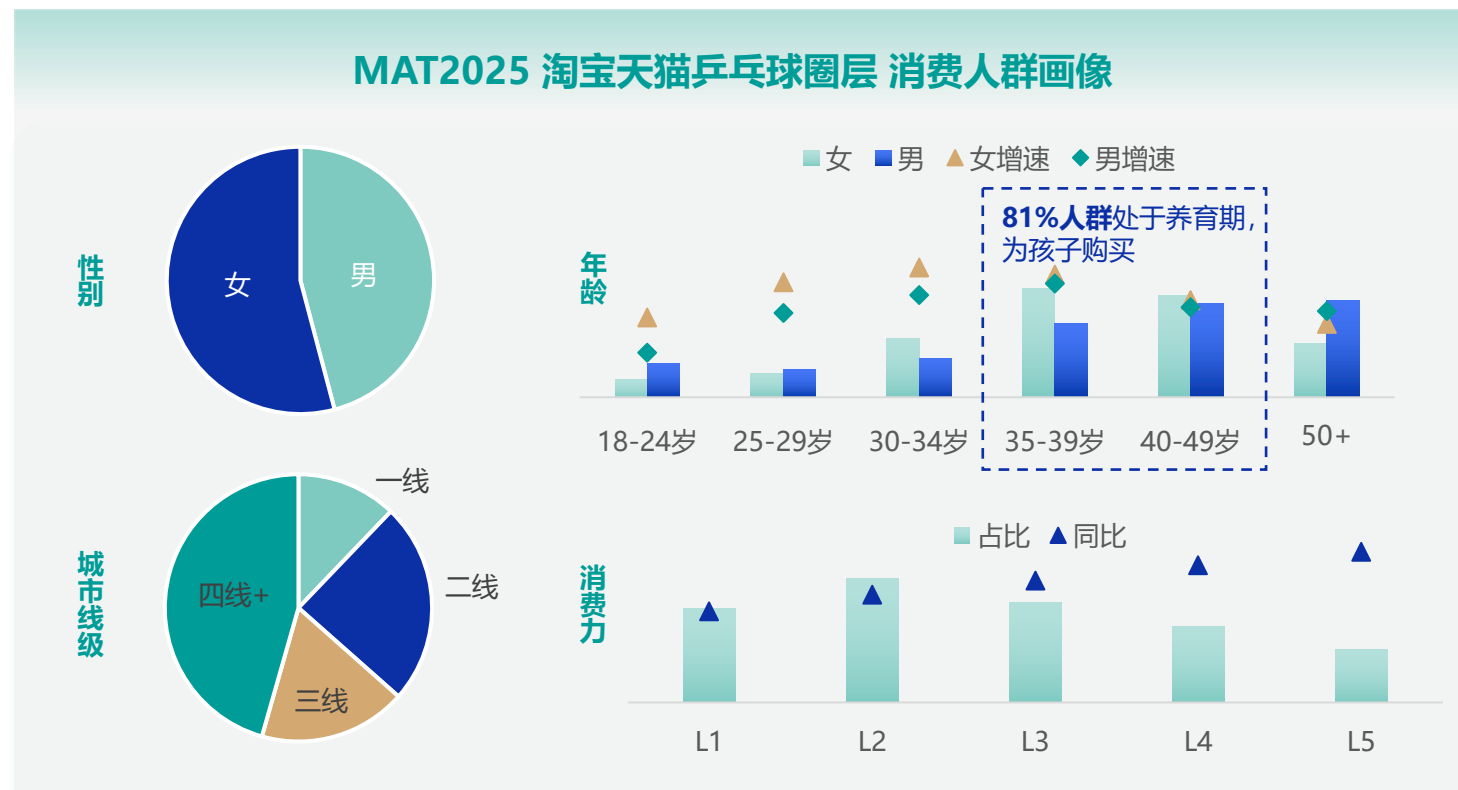
孙颖莎

中国乒乓球队三位主力包揽前三名，成为国内唯一力压娱乐明星的体育顶流群体。

**超过50%**的人认为体育明星让他们更愿意坚持运动，更加关注该运动相关的赛事。

# 乒乓球圈层 | 乒乓球以35-49岁妈妈人群和50+男性为核心，青少年和银发用户人群趋势明显

乒乓球圈层消费者女性占比相对更高，消费者基础广泛分布于一二线和三四线城市，性价比人群和高消费人群均迎来大幅度增长；女性消费者中，35-49岁为核心人群，多处于养育期，为孩子购买相关运动装备，25-34岁年轻女性增速加快，是值得关注的趋势人群；男性消费者则更加熟龄化，50+人群占比显著，银发趋势显著；品类方面，乒乓球拍与乒乓球鞋成为乒乓球市场的主要的高增长品类。



数据来源：智篆GI

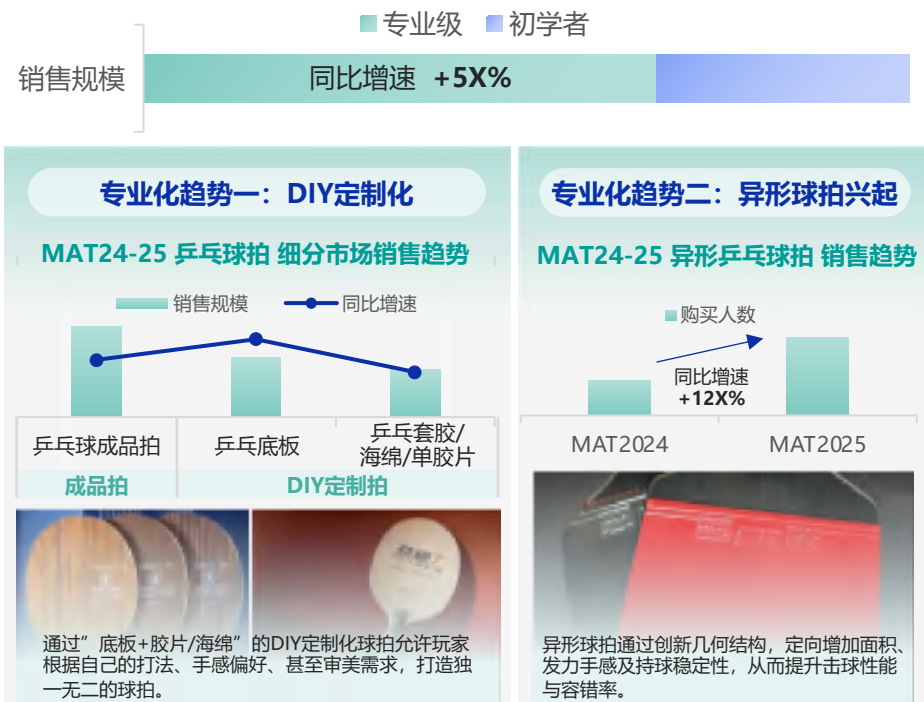


数据来源：智篆GI

# 乒乓球圈层 | 乒乓球装备功能追求进阶，专业级定制/异性球拍、平衡回弹球鞋成新趋

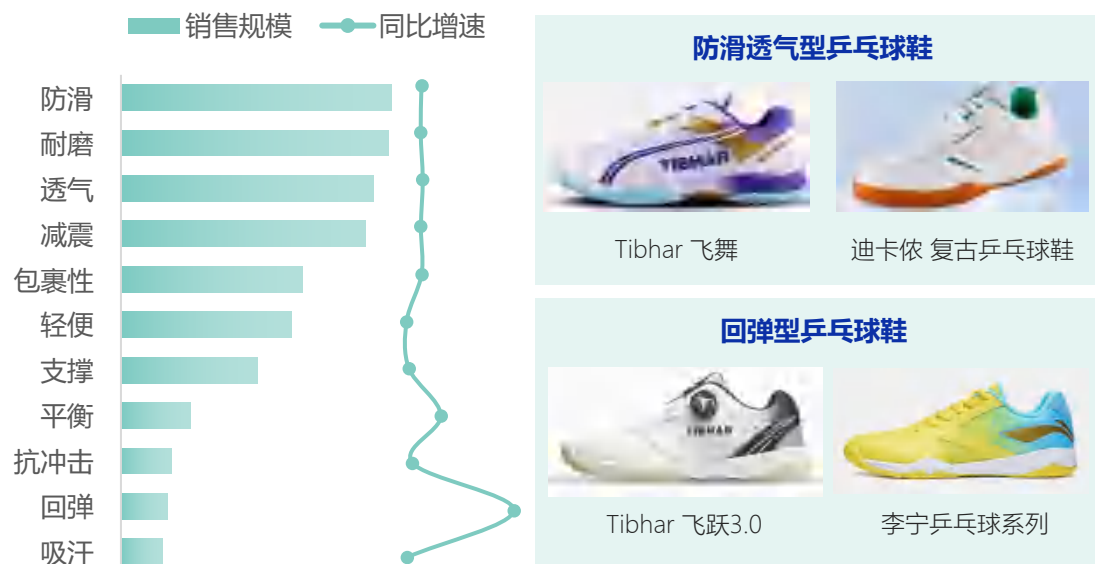
在球拍领域，专业化、个性化需求显著提升，常规的高端成品球拍已难以满足消费者的需求，DIY定制球拍与异形球拍逐渐成为新选择；球鞋方面，除防滑、耐磨、透气等基础功能外，平衡性、回弹性等专业性能需求上升，销售同比增速明显。

## MAT2024-2025 淘宝天猫乒乓球球拍 各类型销售表现



数据来源：阿里消费洞察

## MAT2024-2025 淘宝天猫乒乓球球鞋 细分功能销售表现



数据来源：阿里消费洞察

Popular  
ball types

- Golf
- Billiards
- Pickles

1) 三大球

2) 三小球

3) 趋势球

4) 运动护具

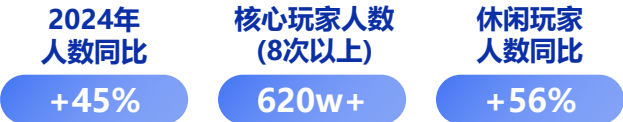
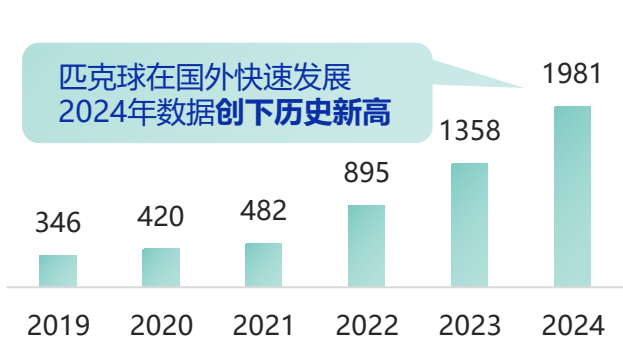
Main  
ball types

- Basketball
- Football
- Volleyball

匹克球圈层 | 匹克球在国外快速发展，在国内处于新兴爆发阶段，在社媒热度、参与人数、比赛规模等多维度展现出极强的市场潜力，逐渐从小众走向大众

匹克球  
台球  
高尔夫

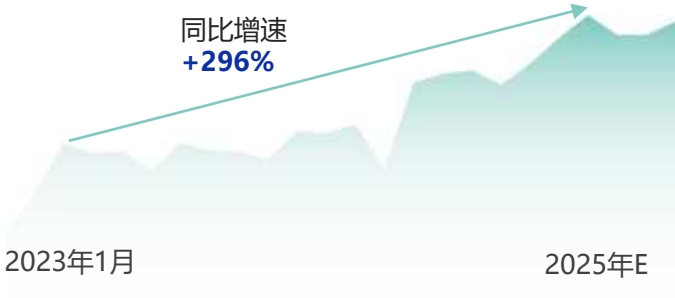
近年美国匹克球运动人数变化



美国匹克球协会在2024年批准了包含美国匹克球全国锦标赛等锦标赛**142场**，其中金牌赛事超**13场**。

数据来源：美国体育与健身行业协会  
2024匹克球现状报告 (2024 State of Pickleball Report)

2023-2025我国社媒平台匹克球讨论热度



2023-2025我国社媒平台匹克球讨论热度

#匹克球	1.65亿	#一起匹克球	2700万
#匹克球比赛	2700万	#pickleball匹克球	900万
#匹克球教学	1400万	#匹克球穿搭	300万

数据来源：阿里消费洞察



数据来源：外部资料整理

# 匹克球圈层 | 人群趋势 | 35-49岁家庭女性和熟龄男性为核心，高消费力、青少年群体逐渐崛起

匹克球市场作为新兴运动，淘内的销售规模增速成指数化增长；从人群结构来看，女性核心年龄段集中分布于35-49岁，男性核心年龄段集中分布在35岁以上；其中女性家庭消费/育儿消费特征显著，男性更多为自己消费，儿童/青少年市场规模迅速扩张。

## MAT2024-2025 淘宝天猫 匹克球销售趋势

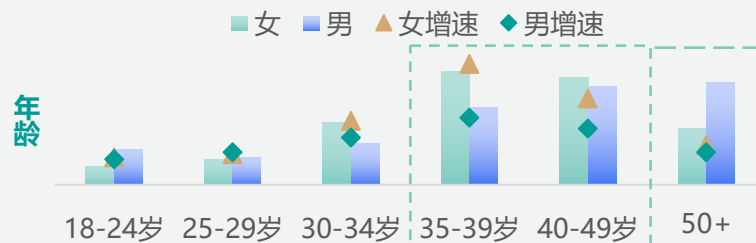
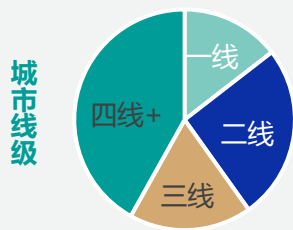
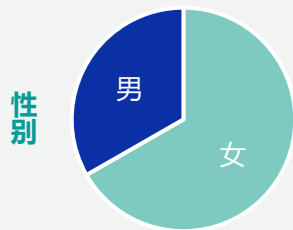
**+1059%**  
销售规模同比增长

**+767%**  
购买人数同比增长

**90%+**  
匹克球拍市场占匹克球运动整体市场份额

**+1063%**  
匹克球拍市场同比增速

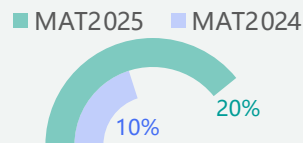
## MAT2025 淘宝天猫匹克球圈层 消费人群画像



80%人群处于养育期，为孩子购买，青少年消费趋势明显。



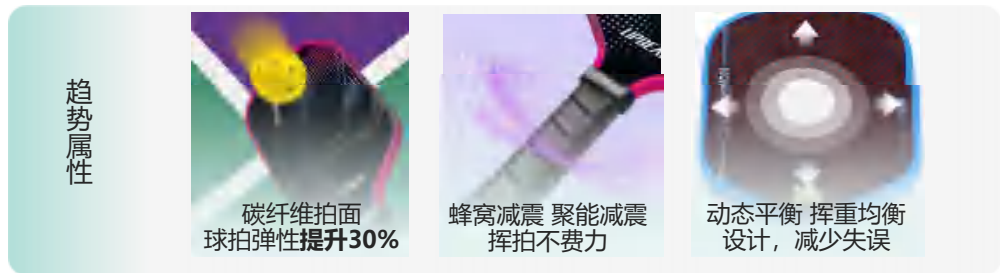
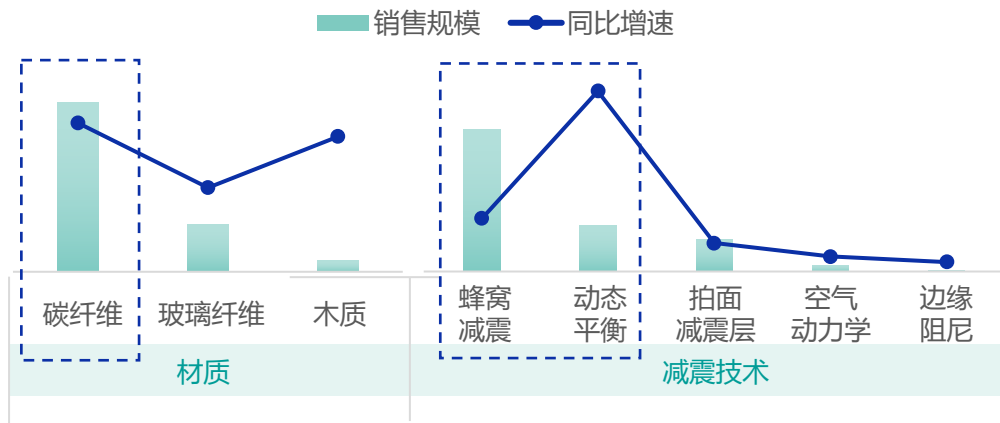
MAT24-25 儿童/青少年匹克球拍市场份额变化



# 匹克球圈层 | 作为新兴运动的匹克球，细分市场迅速扩张，专业与入门领域双增长

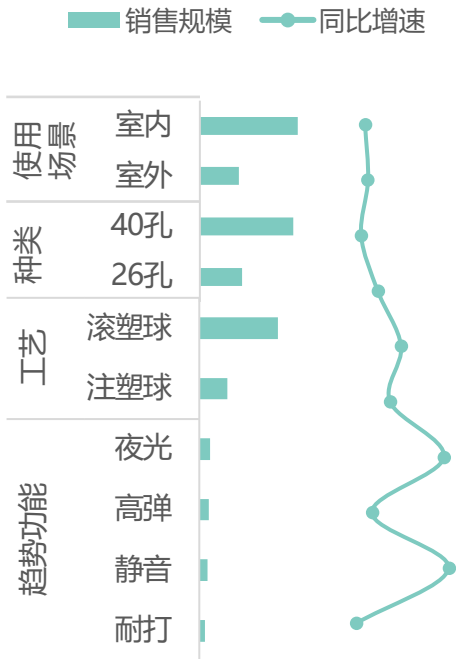
球拍市场中，轻便坚固的碳纤维球拍占据主力市场，轻便高性价比的木质球拍也深受初学者青睐，销售增速突出；同时搭载蜂窝减震、动态平衡等技术的产品更受消费者欢迎。匹克球品类中，40孔注塑比赛用球与26孔日常用球、夜光球及静音球等多类产品均呈现快速上升趋势。

## MAT2024-2025 淘宝天猫 匹克球拍品类赛道趋势



数据来源：阿里消费洞察

## MAT2024-2025 淘宝天猫 匹克球品类赛道趋势



### 室内球 vs 室外球



#### 室外球

室外球偏硬，塑料材质多为40个小孔，球速较快弹性较大



#### 室内球

室内球偏软，塑料材质多为26个大孔，球速较慢弹性较小

**室外球** 主要用于户外的硬地面（如水泥、沥青等）  
**室内球** 可用于室内的软地面（如塑胶、软地板）

### 滚塑球 vs 注塑球



#### 滚塑球

又称“一体球”，球体没有熔接线，球壁厚，相较注塑球重几克，质感硬表面光滑，弹性弱适合比赛。



#### 注塑球

又称“分体球”，球中间有一条熔接线，重量轻表面附纹理，摩擦大，质感软弹性好又耐磨适合初学者和日常练习使用。

数据来源：阿里消费洞察

数据来源：阿里消费洞察

# 台球圈层 | 从赛事到球员助力台球多方出圈，科技助力大众台球快速成长

台球行业借赛事球员实现圈层破圈，近年来大众关注度继续走高，又因科技助力与企业增长，推动大众参与度提升，行业呈高速发展态势。

## 热度：赛事球员驱动台球破圈热度

### 赛事热度

- 2025 斯诺克上海大师赛，现场观赛超 25 万人次（外地观众占比 60%，境外观赛 10%），票房首破亿
- 世锦赛决赛（赵心童 VS 马克·威廉姆斯）央视累计吸引 1.8 亿观众，决赛第三阶段收视 2459 万人次，虎牙、抖音等平台总观看量 4.24 亿次（同比 + 112%）

### 社媒数据

- # 赵心童夺世锦赛冠军# 阅读量 1.7 亿次（热搜榜首）
- # 2025 斯诺克上海大师赛# 阅读量 932.9 万
- WST 官方 YouTube 订阅破 50 万，单赛季视频观看量 17 亿次



微博  
粉丝数

170w+



#赵心童夺冠  
世锦赛冠军#

1.7亿+



#2025斯诺克  
上海大师赛#

932.9w+



YouTube  
订阅量

50w+

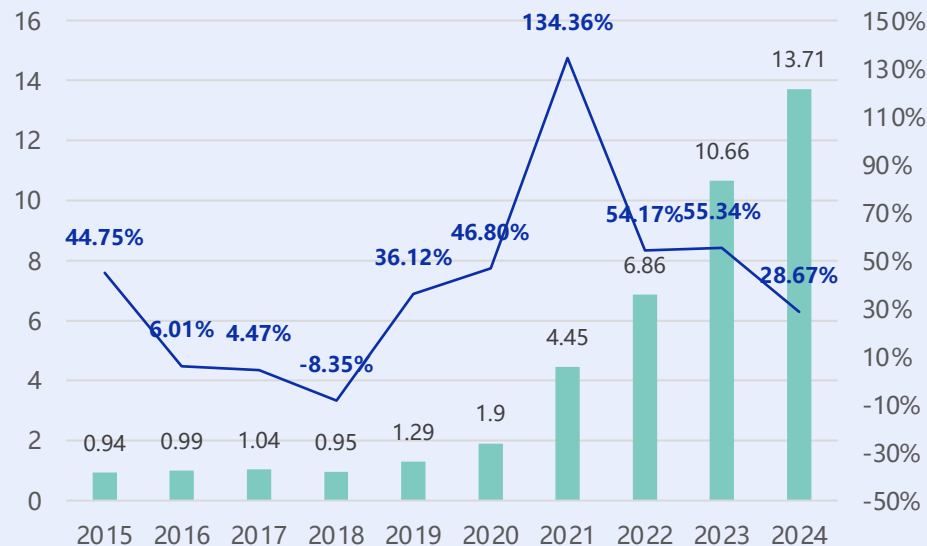
### 球员效应

- 赵心童：官宣 SWISS MILITARY 品牌推荐官，合作视频播放量 35 万次
- 丁俊晖：代言恺米品牌，合作视频播放量 22.1 万次；续约高端台球器材品牌，“上海限定款球杆”预售1小时售罄



## 科技：企业与智能AI 助力台球大众普及

台球相关企业注册量&增速  
(单位：万家)



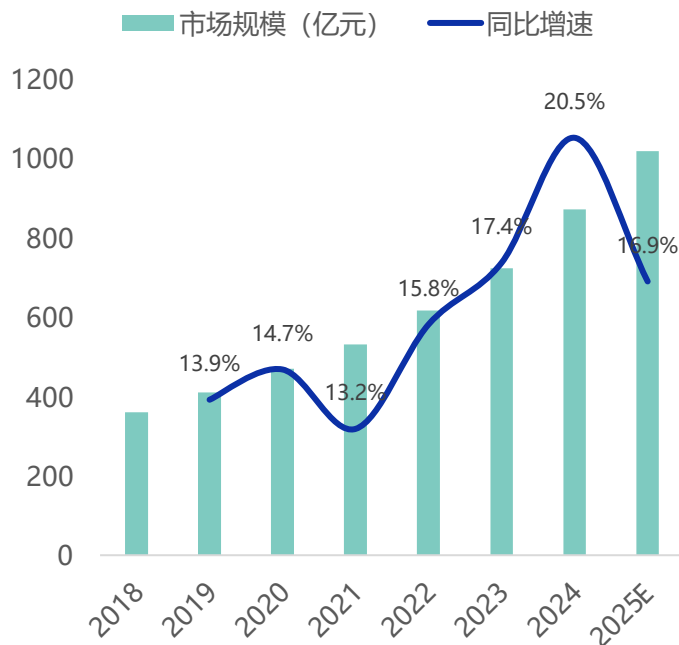
### AI助力台球馆发展

- 台球消费者忠诚度高，40.6% 的消费者每周光顾台球厅 3-4 次
- 无人自助台球馆智能系统使运营成本降 30%，年轻客群占比超 60%
- AI 辅助球型专项训练时间比传统教学缩短 60%-70%

# 台球圈层 | 中国台球市场正从小众走向全民，各方因素共同驱动行业持续扩张

台球市场近年来呈现爆发式增长，政策层面明确台球纳入重点发展项目；赛事方面中国选手屡创佳绩，带动项目影响破圈。用户群体迭代，结构显著年轻化，消费潜力释放；社交媒体相关内容持续裂变传播，推动台球从传统竞技运动向大众娱乐生活方式转变，预计到2025年市场规模将突破千亿级。

## 2018-2025年中国台球市场规模及预测



## 台球爆发式增长：从小众运动到全民热潮

### 赛事破圈

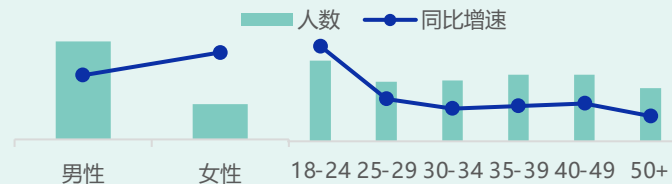
- 4月，2025斯诺克世锦赛资格赛25名中国选手参赛，7人晋级正赛，创造历史纪录
- 8月，中国队在成都世运会接连上演夺金的荣耀时刻，世界女子斯诺克冠军白雨露获得斯诺克女子组金牌

### 政策与文化共振

- 《全民健身计划（2021-2025年）》明确将台球纳入重点发展项目
- 2023年启动“星火计划”，在31个省级行政区建立台球青少年训练中心

### 用户迭代

90后、00后、女性用户占比大幅提升



### 社媒裂变

社媒讨论内容声量  
**2000W+ 同比增长46%**

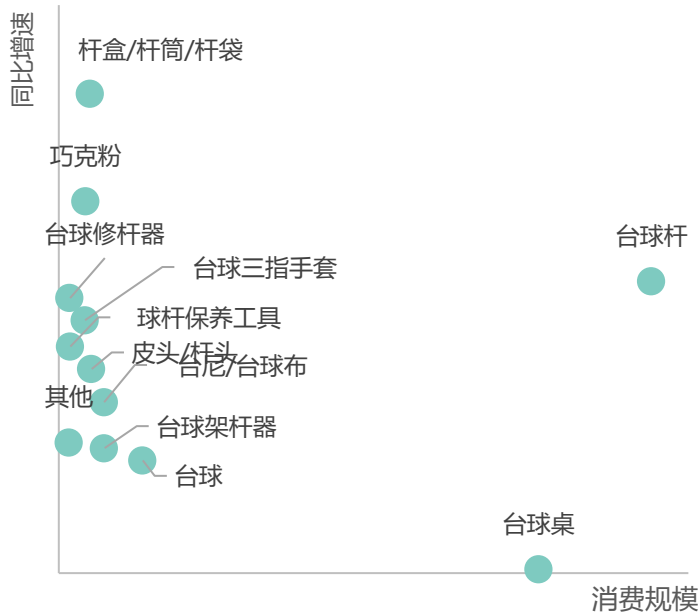
### 热门内容形式

#花式击球  
#裁判视角  
#一杆清台

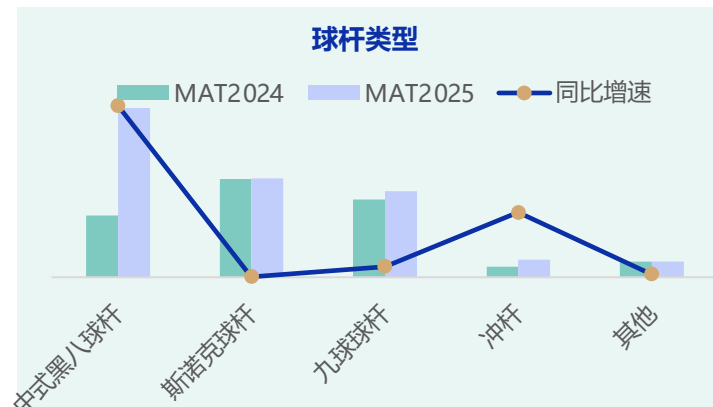
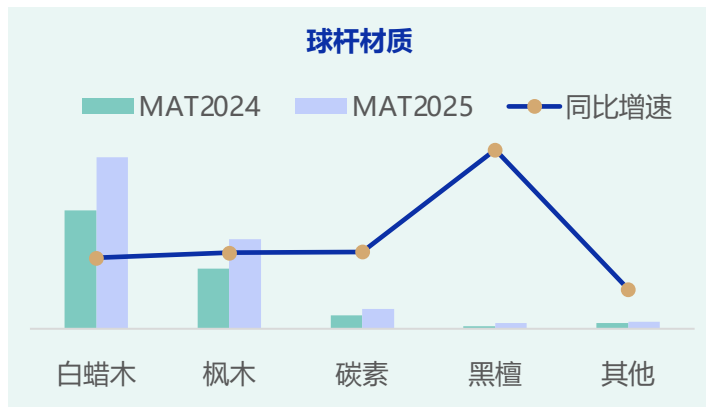
# 台球圈层 | 赛事发展与品类升级共同驱动台球品类专业化、高端化、精细化趋势增长

台球消费市场结构正持续优化，除台球杆、台球桌主流品类外，巧克粉、修杆器、保养工具等专业配件增速显著，反映出用户从装备消费向深度专业化延伸。球杆品类中，碳素材质同比增速领先，印证了高科技材料普及化趋势；而白蜡木、黑檀等高端实木材质强调手工打磨等工艺，指向台球杆高端定制化市场崛起。得益于中式黑八赛事影响力扩大及入门用户激增，中式黑八球杆销售增长领跑品类。

## MAT2024-2025 淘宝天猫台球市场 细分品类消费规模及增长趋势



## MAT2024-2025 淘宝天猫台球杆品类赛道趋势



趋势属性

精选白蜡木 恒温恒湿定型  
实木免漆手工打磨

如黑檀木等名贵木材运用  
更注重稀缺性和美学价值

黑八崛起

规则简单，入门门槛极低，具有极强的“草根性”与社交属性。

中式八球国际大师赛逐步发展为世界最大型台球联赛，影响力不断扩大。

高额的赛事奖金吸引了大量选手转项，提升了比赛的竞技水平和观赏性。

# 高尔夫圈层 | 本土高规格赛事关注度扩大，品牌积极展开布局

本土高尔夫赛事的关注热度持续升级，公开赛的线上线下参与人次破万，线上相关话题的阅读量、挑战赛参与人数也破千万人次。头部运动户外品牌率先对圈层趋势展开布局，从赛事赞助、球员签约，落地到产品研发和传播渠道拓展，形成赛事与品牌双向奔赴的良性生态。

## 中国本土高规格高尔夫赛事关注度持续扩大



- 2023年10月  
单日最高观赛人次**1.5万+**，平台直播累计观看量突破**1800万次**
- 2024年10月  
决赛日当天**超1万**观众入场，自有话题线上阅读量**3200万+**



- 2023年11月  
赛事公众活动区“如歌互动体验区”四天参与人数超过**3000人**  
线上挑战赛参与人次**超1万**
- 2024年5月  
82个城市、436家球馆的2045人参与如歌线上挑战赛，累计打卡12887人次



- 2022年 别克全国青少年高尔夫精英系列赛  
赛事视频直播吸引**超50,000名**观众点击查看
- 2023年 别克全国青少年高尔夫精英系列赛  
数十家媒体平台联合直播，传播声量突破**400万**
- 2023-2024年 沃尔沃全国青少年锦标赛  
2024年三站选拔赛参与人次从232人次上升至247人次

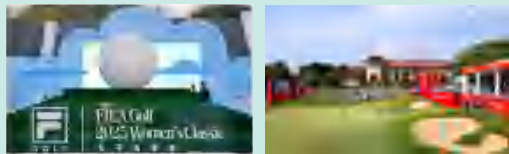
## 头部运动户外品牌围绕圈层积极展开多元布局



图片来源：FILA、迪桑特公开资料

### 赛事赞助

担任高尔夫比赛官方服装赞助商或自主举办区域赛事

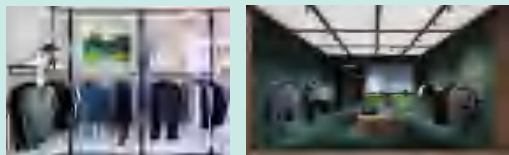


### 球员签约

签约高尔夫选手作为品牌代言人、签约球员征战大型赛事

### 产品研发&渠道拓展

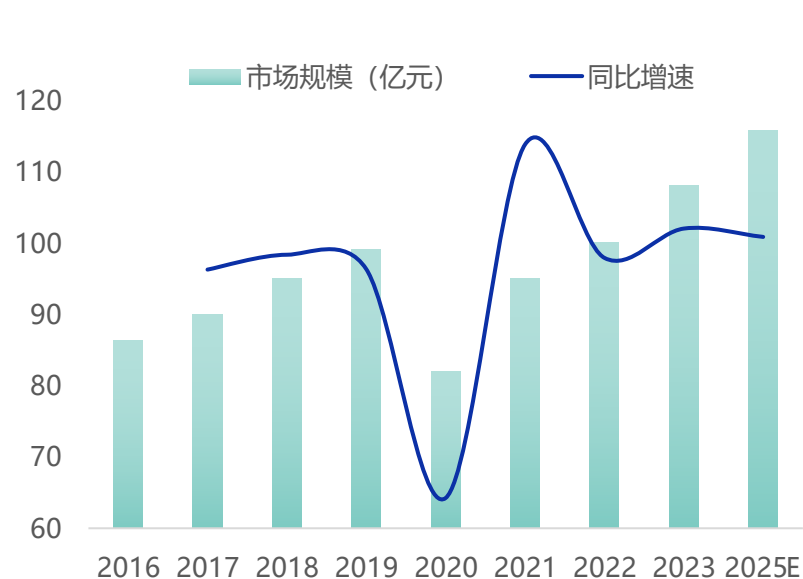
持续探索专业高尔夫鞋服、装备开设线下高尔夫专门店、快闪活动



# 高尔夫圈层 | 中国高尔夫市场正摆脱小众精英标签，呈现大众化、年轻化与女性化趋势

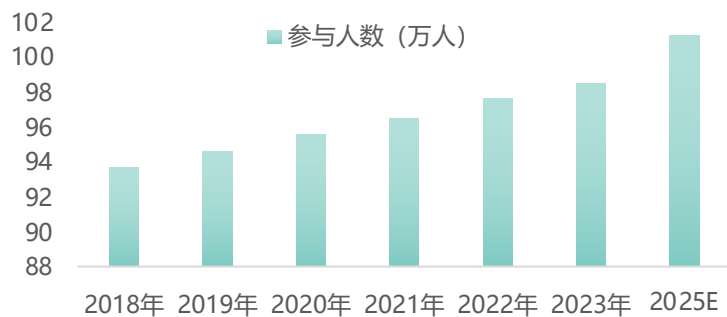
数据显示，中国高尔夫市场规模与参与人数持续稳健增长，2025年我国高尔夫运动参与人数突破百万人；近年来我国加强行业后备人才梯队建设，注册青少年球员数逐年增长，2024年达到14.1万人。根据淘宝天猫消费者数据显示：女性消费者占比达56%，是淘系高尔夫行业消费主导力量；30-49岁群体是消费主力，但18-29岁年轻人群占比快速提升，年轻化趋势明显。

## 2017-2025E我国高尔夫运动市场规模情况



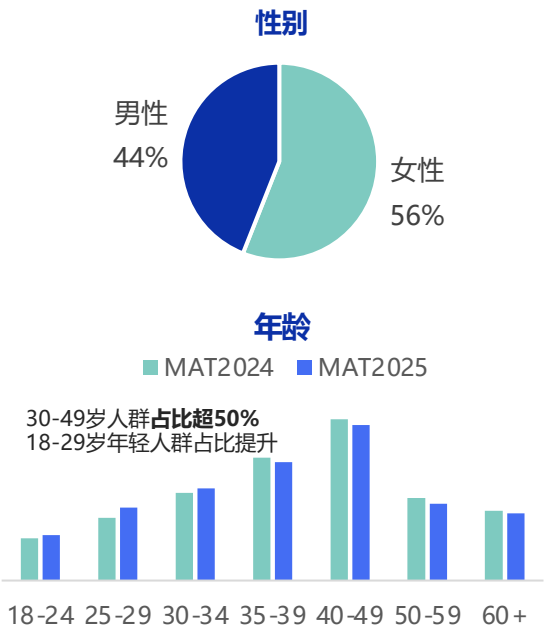
数据来源：华经产业研究院

## 2018-2025E我国高尔夫运动参与人数统计情况



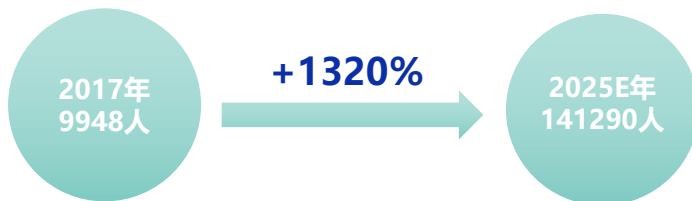
数据来源：国家体育总局

## 淘系高尔夫圈层消费者分布



数据来源：阿里消费洞察

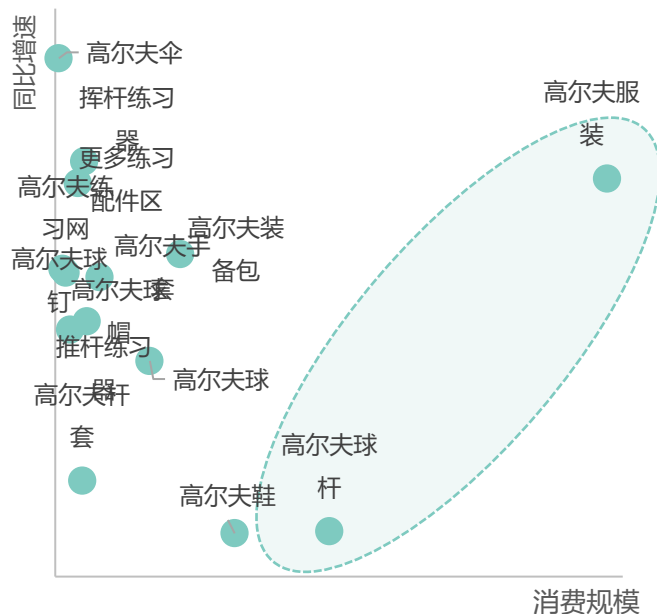
## 2017-2025E我国注册青少年球员数变化



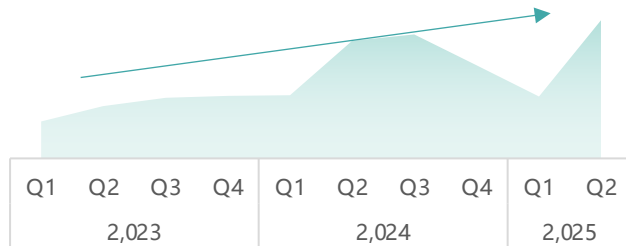
# 高尔夫圈层 | 中国高尔夫消费呈现时尚化、科技化、女性化三大趋势，从专业运动装备向“时尚生活方式”延伸

高尔夫市场增长呈现出“装备时尚化”与“用品常态化”两大趋势；一方面，社交媒体推动高尔夫穿搭热潮，“雅智菁英”等GOLF风格标签迅速破圈，带动服装、鞋帽等品类消费提升。另一方面，高尔夫装备产品凸显科技与个性化，消费从专业装备延伸至时尚与练习配件，标志着高尔夫正转型为融合运动、社交与时尚的新生活方式。

## MAT2024-2025 淘宝天猫高尔夫市场细分品类消费规模及增长趋势



## 近年来社媒平台高尔夫穿搭内容热度趋势



## 25AW趋势高尔夫穿搭风格—雅智菁英



## 淘系高尔夫球杆TOP商品



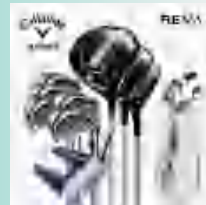
### HONMA 樱之舞 女士高尔夫套杆

- 女性专属球杆，碳纤维杆身，轻盈出击
- 4木7铁1推全套配件装备
- 樱粉色主调，融入古典花纹，粉金辉映



### TaylorMade泰勒梅男士QI35套杆

- 弹道调整系统，配备可移动配重块，实现中心调整。
- 多材料结构，铬碳/钢/铝/钛融合协作



### Callaway卡拉威女士玫瑰金REVA套杆

- 低重心设计，弹道更高飞行且距离更远
- StrokeLab科技，提升推杆稳定性

Popular  
ball types

- Golf
- Billiards
- Pickles

1) 三大球

2) 三小球

3) 趋势球

4) 运动护具

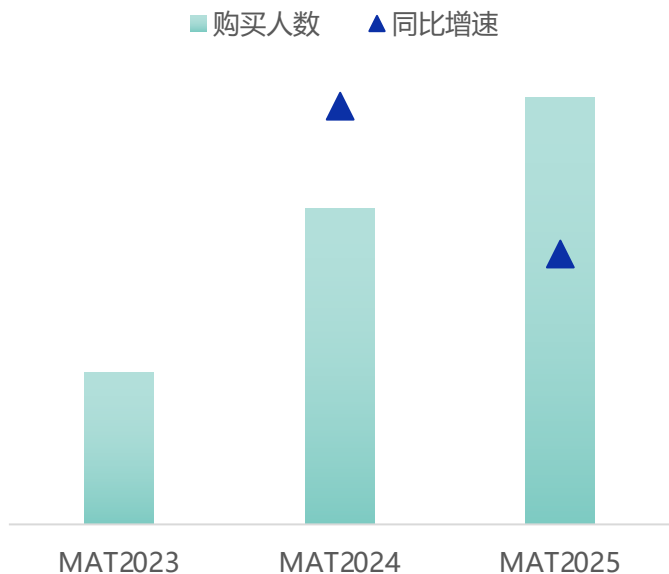
Main  
ball types

- Basketball
- Football
- Volleyball

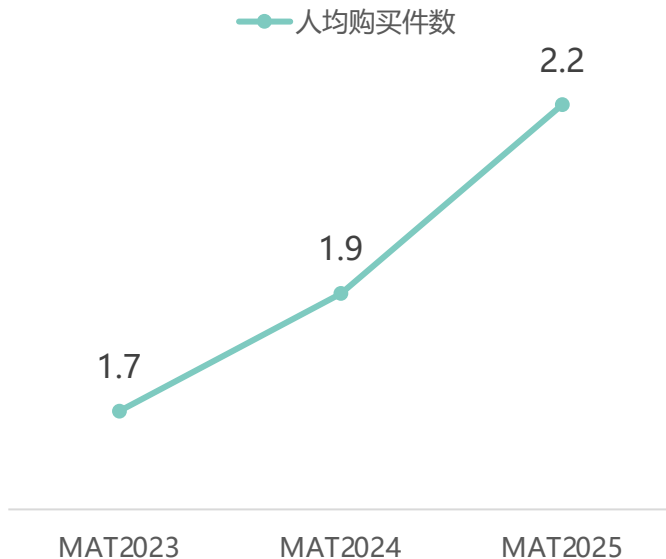
# 消费者运动防护意识增强，防护需求强化，中高端市场增长显著

天猫运动护具消费者人数规模持续增长，且人均购买件数从1.7件增长至2.2件，表明用户不再满足于单一护具，而是追求多部位、多场景的系统防护。运动护具市场中，50元以下入门级产品是市场主力，200-300元中高端区间增速领先，反映消费者对专业功能、材质科技的支付意愿增强。

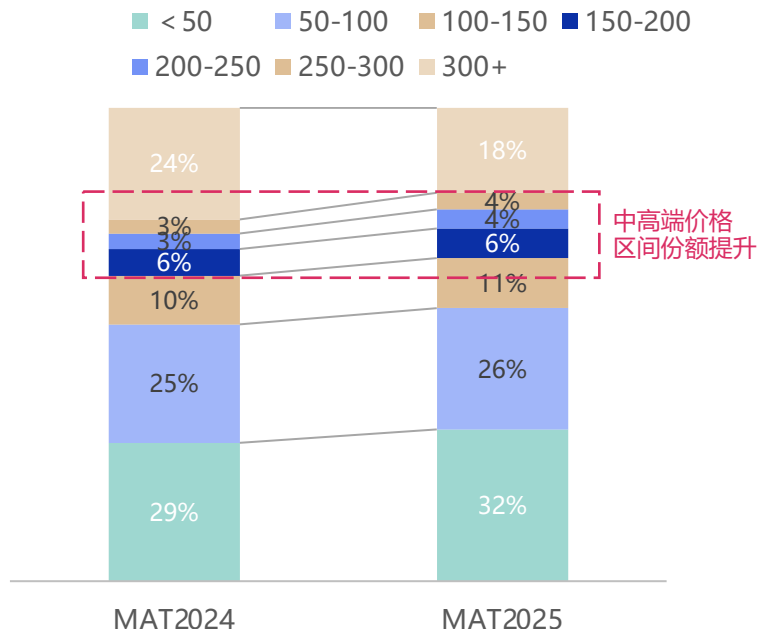
### MAT2023-2025天猫运动护具 消费者规模变化趋势



### MAT2023-2025天猫运动护具 消费者购买需求变化趋势



### MAT2025天猫运动护具价格带分布

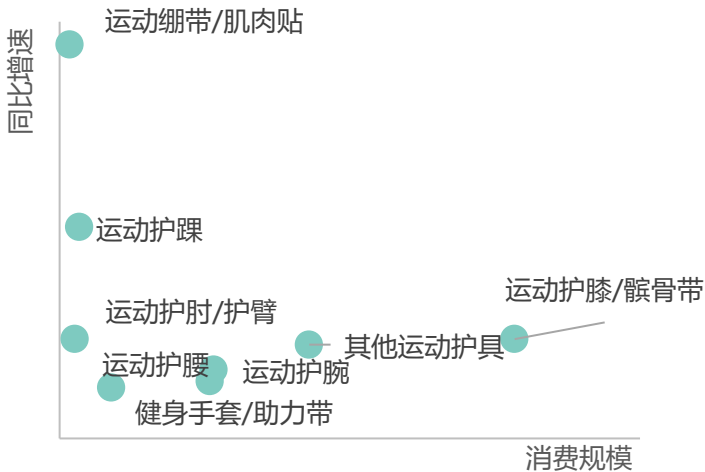


# 运动护具品类正经历"科技化、场景化、时尚化"三重升级，从基础防护转向功能集成与个性化表达

## 全身防护 运动护具走向品类精细化

防护部位	护具类型示例
头部	头带、头盔、护目镜等
躯干/核心	防护盔甲、护腰
肩/肘/腕	护肩、护肘、护腕、手套
膝/踝/腿部	护膝、护踝、护腿板

## MAT2024-2025 淘宝天猫运动护具市场 细分品类消费规模及增长趋势



数据来源：阿里消费洞察

护膝是市场最核心品类，产品创新聚焦材料与结构突破，强支撑透气护膝和集成运动按摩功能产品快速增长；极致轻便的无感髌骨带满足消费者精准防护需求；肌贴则通过预切型设计和多彩时尚化，从专业医疗用品转型为大众运动配件。运动护具已超越基础保护功能，向科技赋能、场景精准匹配和个性化时尚表达三大方向升级，成为运动消费市场的重要增长点。

## MAT2025淘宝天猫运动护具市场趋势赛道

### 运动护膝：从基础防护到功能集成

- 材料与结构创新：使用3D针织技术和鱼鳞支撑条设计，在保证强支撑性的同时，极大提升透气性。
- 细分场景与功能升级：针对不同运动场景、适应症状，设计功能侧重差异化的护膝产品。

强支撑  
透气护膝  
规模增长  
**+20%**

运动按摩护膝  
规模增长  
**+43%**



### 髌骨带：精准防护与轻便化

- 精准化功能设计：针对特定运动需求，设计精准功能，如动态保护、按摩硅胶、记忆支撑。
- 极致轻便与隐形：使用更薄、更强韧、弹性更好的材料，在提供足够压力的同时，几乎感觉不到存在。

无感空气髌骨带规模增长  
**+182%**



### 肌肉贴：从专业领域走向大众消费

- 预切割形状：除了传统的卷装，品牌提供了大量预切割形状品，降低了使用门槛。
- 设计时尚化与个性化：各种鲜艳的色彩层出不穷，成为运动员表达个性、搭配运动服饰的时尚配件。

多彩肌贴规模增长  
**+112%**



预切割肌贴  
规模增长  
**+148%**

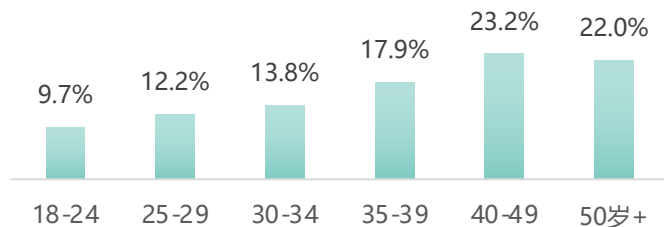


数据来源：阿里消费洞察

# 品类呈现“全龄化与场景多元化”特征，护具覆盖各年龄人群与运动圈层，功能从运动防护向康养理疗延伸

数据显示，运动护具消费覆盖全年龄段，商品覆盖成人、青少年和中老年使用群体。使用场景以运动和户外防护为主，但护具功能也逐渐从单一运动保护向健康养护拓展。护具与健身、羽毛球、跑步等运动关联度最高，反映消费者对专业防护需求强烈。

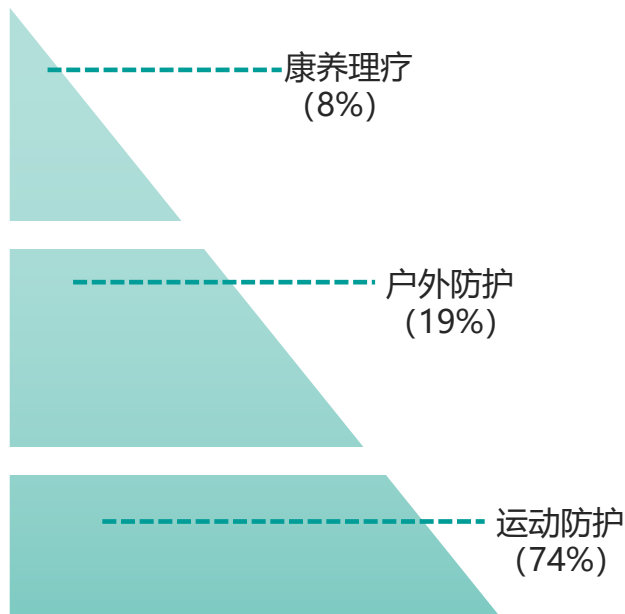
## MAT2025淘宝天猫运动护具消费者年龄分布



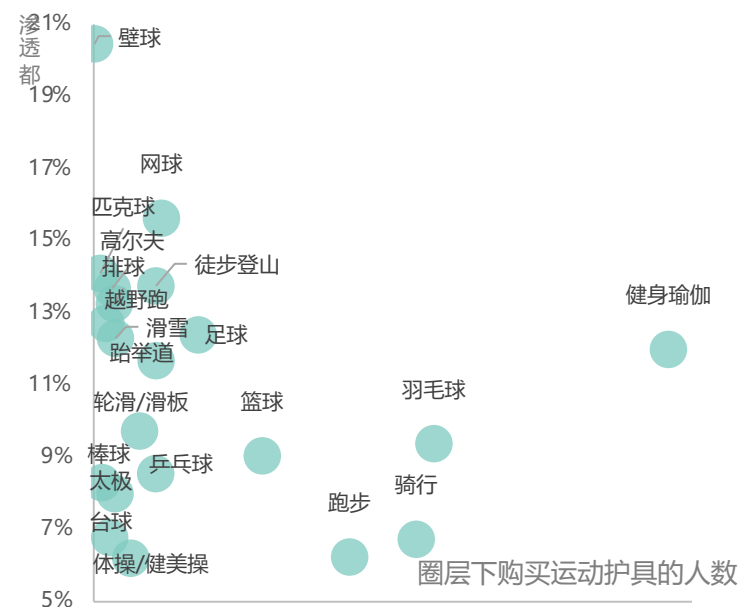
## 淘宝天猫运动护具商品覆盖人群



## 淘宝天猫运动护具商品使用场景类型



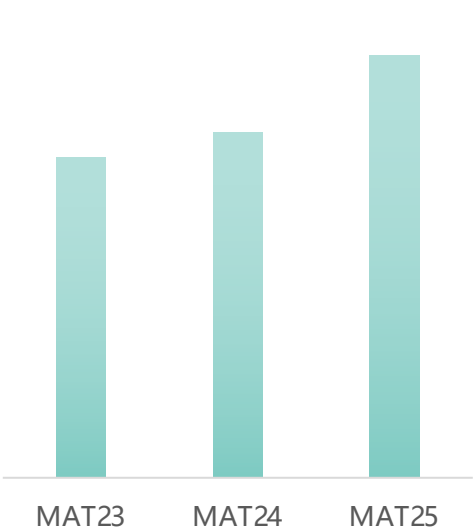
## 运动圈层-护具品类关联度



# 运动护具逐步被纳入“必买清单”，不同运动场景护具需求专业分化

球类运动用户不再仅仅满足于购买球鞋、球衣等核心装备。他们越来越意识到运动损伤预防的重要性，主动将护具纳入必买清单，淘系数据显示，近三年球类运动用户同时购买运动装备和运动护具比例逐年大幅度上升，这表明中国运动消费者从“动起来”向“科学、安全地动起来”进化。

近三年淘系球类运动圈层同时购买运动装备与运动护具重合度变化



数据来源：阿里消费洞察

MAT2025淘系不同球类圈层 高关联运动护具TOP商品

	篮球	足球	排球	羽毛球	网球	乒乓球	匹克球	台球	高尔夫
TOP1	护膝	护腿板	运动绷带	手腕护套	运动护腕	运动护腕	运动绷带	运动手套	运动手套
TOP2	护腕	足球手套	护膝	运动发带	肌肉贴	护膝	护腕	护肘	护腕
TOP3	护踝	护膝	护腕	髌骨带	护膝	运动发带	护腰	护腕	肌肉贴

数据来源：阿里消费洞察

- Golf

- Billiards

- Pickles

Popular  
ball types

# 2025球类运动重点品类趋势发布



Basketball

Football

Volleyball

Main  
ball types

2025淘宝天猫 球类运动趋势白皮书

2025 TAOBAO/TMALL

White Paper on Ball Sports Trends

2025 淘宝天猫球类圈层重点品类趋势发布

品类	趋势品类	品类解读
篮球	实战篮球鞋	专为赛场设计，强化包裹与响应，满足高强度对抗需求，性能优先。
	缓震篮球鞋	内置高科技中底，吸收冲击力，保护膝盖，减少运动损伤。
	防滑篮球鞋	多向纹理大底+高摩擦材质，急停变向不打滑，保障移动安全性。
	抗扭篮球鞋	嵌入TPU，防止侧翻扭伤，提升落地稳定性，专业防护必备。
	支撑篮球鞋	加固鞋帮+动态绑带，锁定脚踝，减少运动损伤，适合力量型球员。
	联名篮球鞋	跨界IP合作（潮牌、球星），融合文化符号，兼具收藏与穿搭价值。
	复古篮球服	经典球队款式复刻，棉质透气面料，主打情怀与街头风格穿搭。
	国潮篮球服	中式元素设计（龙纹、书法字体），彰显文化自信，年轻群体青睐。
	数码印篮球服	高清喷印技术，图案细腻不褪色，个性化定制与战队标识需求增长。
	多彩篮球	荧光色、渐变配色设计，提升视觉辨识度，适配青少年与业余赛事。
	Tpu篮球	替代传统PVC材质，耐磨耐寒，手感更柔软，室内外场地通用。
	耐磨篮球	超纤复合表皮，抗磨损性能升级，适合水泥地等户外场景长期使用。
	静音篮球	特殊发泡材质，减少拍击噪音，适配社区、室内场馆避免扰民。
	不掉渣篮球	环保工艺优化，表面无颗粒脱落，保持场地清洁，室内专用。
	高回弹篮球	优质内胆+缠纱工艺，弹跳轨迹稳定，提升投篮与传控精准度。

品类	趋势品类	品类解读
足球	数码印花足球	高清数码印花图案鲜活，贴合比赛标准，兼顾颜值与实用性。
	无缝热粘合足球	无缝热粘合工艺成型，气密性好且耐冲击，适配训练与比赛场景。
	儿童足球	轻量化设计适配儿童力量，防滑表皮易抓握，助力孩子启蒙练习。
	TPU足球	TPU材质耐磨抗老化，防水性能佳，弹性适中弹跳稳定，适配室内外多场地使用。
	轻量足球鞋	超轻鞋面搭配轻量化钉底，减轻足部负担，助力快速启动与灵活变向。
	防水足球鞋	鞋面防水涂层隔绝雨水，内里透气不闷脚，适配雨天等复杂天气运动。
	抗扭足球鞋	中底搭载抗扭片强化支撑，防止足部扭转受伤，提升运动时的稳定性。
	长钉足球鞋	专业长钉设计增强泥泞场地抓地力，鞋身包裹性好，适配天然草场地比赛。
	混钉足球鞋	长短混钉组合适配多场地，抓地与灵活性兼顾，满足训练与非正式比赛需求。
	复古足球鞋	复刻经典款式设计，皮质鞋面质感温润，性能均衡，兼具收藏与实战价值。
	足球风雨衣	防风防水面料阻隔风雨，透气不闷汗，连帽设计贴合，适配户外训练防护。
	复古球衣	还原经典球队复古款式，透气网眼面料，版型宽松舒适，适配收藏与休闲穿搭。
排球	气排球	轻量化设计易操控，软质表皮防磕碰，弹性适中，适配大众健身运动。

2025 淘宝天猫球类圈层重点品类趋势发布

品类	趋势品类	品类解读
网球	全碳素网球拍	全碳素材质打造，轻质强韧易挥击，控球准，适配进阶训练与竞技需求。
	联名网球拍	知名IP联名设计，兼具潮流外观与专业性能，满足颜值与实用双重需求。
	复古网球拍	复刻经典复古造型，木质纹理质感十足，性能均衡。
	网球拍礼盒	含网球拍、球及配件组合套装，礼盒包装精致，自用送礼皆适宜。
	联名限定网球	热门IP联名网球，图案新颖独特，符合比赛标准，兼具实用性与收藏价值。
	多巴胺彩色网球	高饱和多巴胺色系，视觉吸睛，材质耐磨弹性好。
	网球鞋	橡胶大底抓地力强，鞋面透气包裹性好，缓震回弹，适配多场地运动需求。
	网球手胶/吸汗带	透气吸汗材质，缠绕贴合手柄，防滑防汗，提升持拍舒适度与稳定性。
	网球包	分层大容量设计，可装球拍、球及衣物，防水耐磨，适配外出运动。
	网球帽	透气速干面料，宽檐遮阳，可调节帽围，轻便贴合，适配户外网球运动。
	网球蓬蓬裙	蓬蓬裙摆设计灵动可爱，面料透气舒适，内置安全裤，兼具美观与实用性。
	蕾丝网球裙	裙身拼接蕾丝元素，优雅精致，搭配安全裤，适配运动与休闲场景。
	网球连衣裙	一体式连衣裙设计，透气速干，内置胸垫与安全裤，运动更方便。
	百褶网球裙	经典百褶造型，垂坠感好不易皱，面料透气，内置安全裤，适配网球运动。
	挂脖网球背心	挂脖设计简约时尚，透气速干面料，贴合身形不束缚，适配夏日运动。
	POLO领网球背心	POLO领显精致，无袖设计透气清爽，面料速干，适配网球及日常穿搭。
	网球外套	轻薄透气面料，防风防晒，简约剪裁，可叠穿，适配运动热身与户外场景。
	速干工装网球裙	工装风设计个性十足，速干面料耐磨，多口袋实用，适配运动与街头风。
	网球POLO衫	经典POLO领，透气珠地网眼面料，版型修身，运动与日常穿搭皆可。
	网球针织衫	柔软针织面料，轻薄透气，简约百搭，适配运动后保暖与休闲穿搭。
	智能网球陪练机	智能设定发球速度与角度，自动供球，操作简单，适配单人训练提升球技。

品类	趋势品类	品类解读
羽毛球	碳音球	采用碳纤维和聚乙烯球头，具有高耐打性、稳定飞行轨迹和金属音效。
	全碳素羽毛球拍	全碳素打造轻质强韧，挥拍灵活发力足，适配进阶与专业需求。
	耐打羽毛球拍	加粗拍框+高刚性材质，抗撞不易损，耐用性强，适配高频训练。
	减震羽毛球拍	内置减震系统吸震护腕，击球舒适不震手，提升运动体验。
	超轻羽毛球拍	重量轻盈易操控，新手上手快，挥拍无负担，适配入门练习。
	专业型羽毛球拍	碳纤维复合底板，拍型优化控球准，适配竞技比赛高强度对抗。
	初级羽毛球拍	均衡性能设计，轻便易掌握，性价比高，适配新手入门启蒙。
	国风羽毛球拍	融入传统国风元素，颜值出众，性能稳定，兼顾美观与实用。
	联名羽毛球拍	热门IP联名设计，潮流吸睛，专业配置，满足颜值与实战需求。
	羽毛球拍礼盒	含球拍、球及配件，礼盒包装精致，自用送礼皆适宜。
	羽毛球背心	透气网眼面料，无袖设计清爽，贴合身形不束缚，适配运动。
	羽毛球外套	轻薄防风面料，透气不闷汗，简约剪裁，适配热身与户外防护。
	针织运动连衣裙	柔软针织面料，舒适亲肤，版型修身，运动休闲两相宜。
	速干运动T恤	速干面料吸湿排汗快，透气清爽，适配高强度羽毛球运动。
	撞色拼接T恤	撞色拼接设计时尚，速干透气面料，运动日常穿搭皆可。
	速干运动短裤	速干面料+宽松版型，活动自如，内置内衬，适配运动需求。
	不规则拼接连衣裙	不规则拼接设计个性，透气面料，内置安全裤，运动舒适。
	羽毛球POLO衫	经典POLO领显精致，珠地网眼透气，运动休闲百搭。
	羽毛球速干半身裙	速干面料透气排汗，简约版型，内置安全裤，适配运动。
	羽毛球百褶半身裙	经典百褶造型，垂坠感好，透气面料，运动兼具美观。

2025 淘宝天猫球类圈层重点品类趋势发布

品类	趋势品类	品类解读
乒乓球	六边形乒乓球拍	六边形乒乓球拍，扩大击球区提升容错率，底板刚弹兼备，满足进阶玩家控球发力需求。
	DIY 乒乓球球拍	DIY乒乓球拍支持多部件自主搭配，可按打法定制，兼顾性能与专属感。
	专业级乒乓球拍	专业级乒乓球拍，进口材质复合底板，配职业胶皮，经调校适配竞技极致发挥。
	水滴型乒乓球拍	水滴型乒乓球拍，优化甜区与拍头，底板轻弹，适配弧圈结合快攻型玩家。
	防滑耐磨乒乓球鞋	橡胶仿生底抓力强，鞋面耐磨透气，适配高强度训练与比赛。
	平衡回弹乒乓球鞋	中底缓震回弹，鞋面立体支撑护足弓，增强稳定性，适配快节奏攻防。
匹克球	碳纤维匹克球拍	高品质碳纤维轻质坚韧、耐用省力，刚性支撑强，适配日常娱乐与进阶练习。
	蜂窝减震型匹克球拍	球拍搭载蜂窝减震结构，有效吸震减负担，大幅提升击球时的舒适度。
	动态平衡匹克球拍	轻量框架配弹性拍面，兼顾控球与威力，适配新老玩家及多样战术切换需求。
	40孔匹克球	40孔USAPA标准匹克球，降风阻稳飞行，高密度耐打，适配竞技与户外高频使用。
	滚塑球	滚塑一体工艺，坚固抗撞不易损，圆度佳弹跳稳，适配室内外训练与娱乐。
	26 孔匹克球	大孔径USAPA标准匹克球，弹性反馈好、飞行稳，高密度耐打，适配室内训练对战。
	夜光匹克球	采用长效发光材质，黑暗环境下亮度持久，满足夜间户外或室内娱乐需求。
	静音匹克球	特殊软质材料制成，击球噪音显著降低，适配家庭、小区等怕扰民场景。

品类	趋势品类	品类解读
台球	白蜡木台球杆	天然木纹、弹性优异，传统工艺与现代设计结合，追求击球手感与美学价值。
	碳素台球杆	轻量化高强度，减震防变形，科技材质满足稳定性与便携需求。
	黑檀台球杆	高端硬木材质，密度高、传力扎实，主打专业级玩家市场。
	中式黑八台球杆	针对黑八规则优化前节硬度与杆头尺寸，适配国内主流玩法。
	巧克粉	防滑增旋转，快干配方与环保材质升级，高频消耗品功能精细化。
	台球修杆器	DIY保养工具，便携设计解决皮头打磨、清洁需求，延长球杆寿命。
	球杆保养工具	专用清洁油、存储盒等，系统化养护高端球杆，凸显专业度。
	定制台球桌	尺寸、面料、库边弹性个性化定制，家用与商用场景需求分化。
高尔夫	女性专属球杆	短尺寸、轻量化+柔和配色，适合女性高尔夫用户。
	竞赛级球杆	赛事标准认证，精准配重与平衡性，满足职业选手高性能需求。
	高尔夫Polo衫	功能面料+经典版型，兼顾运动吸湿与商务休闲场景穿着的多功能性。
	老钱风Polo衬衫	简约奢侈感设计，强调面料质感与剪裁，契合高端社交属性。
	高尔夫鞋	防滑钉底+轻量缓震科技，适配球场步行与挥杆稳定性需求。
	挥杆练习器	居家训练工具，辅助矫正动作路径，满足碎片化技能提升需求。
	高尔夫装备包	多功能分区设计，轻量防水材质，强调便携性与专业装备收纳。

# 关于我们&免责声明

## 智篆GI

新消费领域数字化增长研究咨询服务机构

智篆GI隶属于杭州智篆文化传播有限公司，专注新消费领域数字化增长研究，以全域数据为驱动，为客户提供行业研究、战略咨询、消费者洞察、全域数字化增长解决方案等专业服务，助力客户商业决策及增长创新。

## 数据来源

《2025淘宝天猫球类运动趋势报告》 产出报告数据基于阿里消费洞察、TMIC 问卷调研、市场公开信息等数据来源。

## 数据周期及指标说明

报告整体时间段： MAT2023-2025年，具体数据指标请参考各页标注 。

## 知识产权声明

本数据报告页面所含的全部内容(包括但不限于文字、数据、图片、图表、标志、标识、商标、商号等)知识产权等权益均归杭州智篆文化传播有限公司(以下简称“我司” )所有。凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得对数据报告部分或全部内容进行复制、转载、公开展示，亦不得截取、重制、修改、改编、或以任何形式提供给第三方使用。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司知识产权等合法权益，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

## 免责条款

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。