

03

路跑消费趋势



3.1 路跑赛事参赛者消费支出

2025年，路跑赛事参赛者人均消费总支出为14403元，其中，直接消费支出为7525元，间接消费支出为6878元。2024-2025年，参赛者路跑直接消费支出略有下降，间接消费支出有所提升。



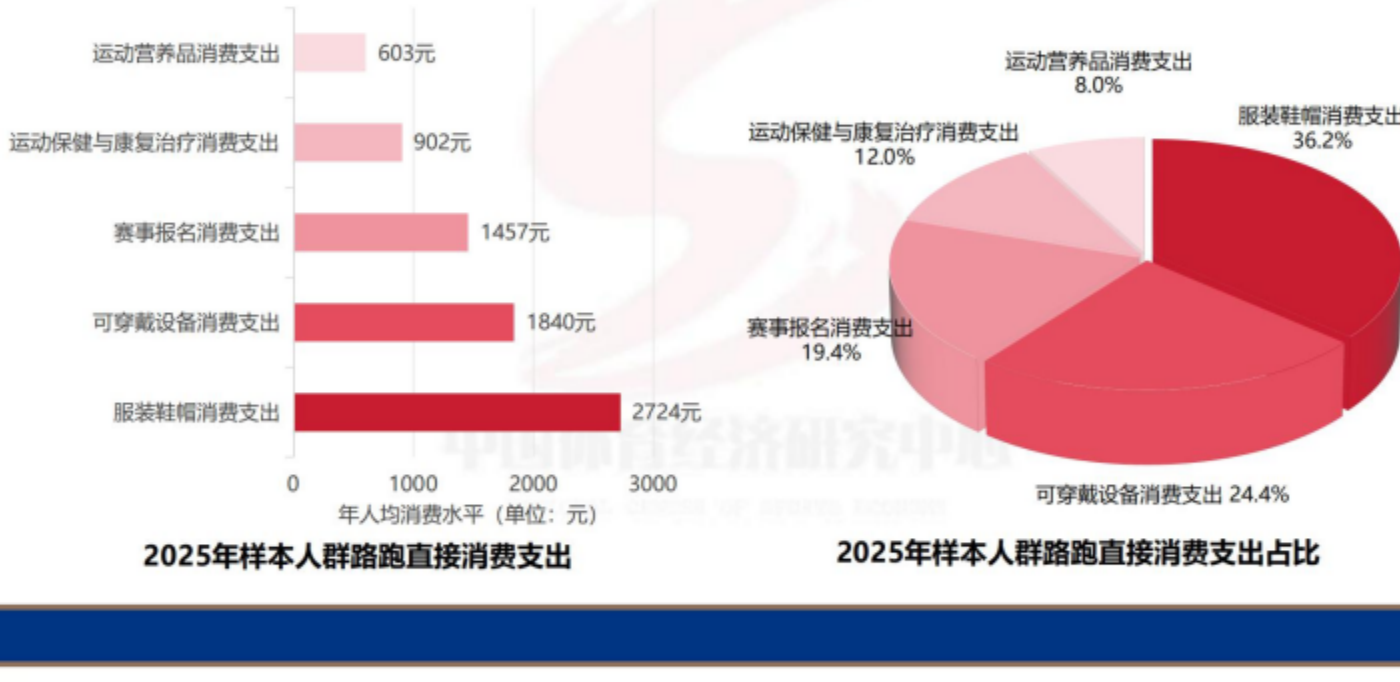
3.2 认证赛事全马、半马参赛者消费规模

2025年，中国田径协会认证赛事全马、半马参赛者消费规模约为200亿元，其中直接消费规模约为104亿元，间接消费规模约为96亿元。2024-2025年，参赛者消费规模由168亿增至200亿，增幅19.0%。



3.3 路跑赛事参赛者直接消费

2025年，参赛者人均路跑直接消费支出中，服装鞋帽消费支出为2724元，可穿戴设备消费支出为1840元，两项消费支出占比超6成。



3.4 路跑赛事参赛者间接消费

2025年，参赛者人均路跑间接消费支出中，交通消费支出约为2802元，占比超4成。



3.5 路跑赛事参赛者消费结构

2025年，参赛者人均路跑消费支出中，直接消费支出占比为52.2%，间接消费支出占比为47.8%。2023-2025年，参赛者路跑直接消费支出占比有所下降，间接消费支出占比持续提升。

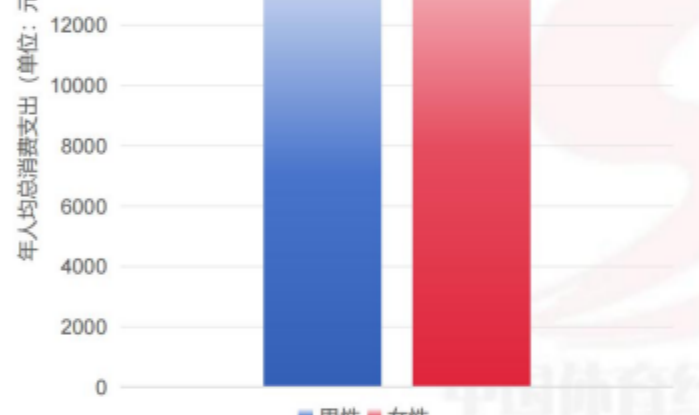


04

路跑消费特征



4.1 消费特征——性别与消费



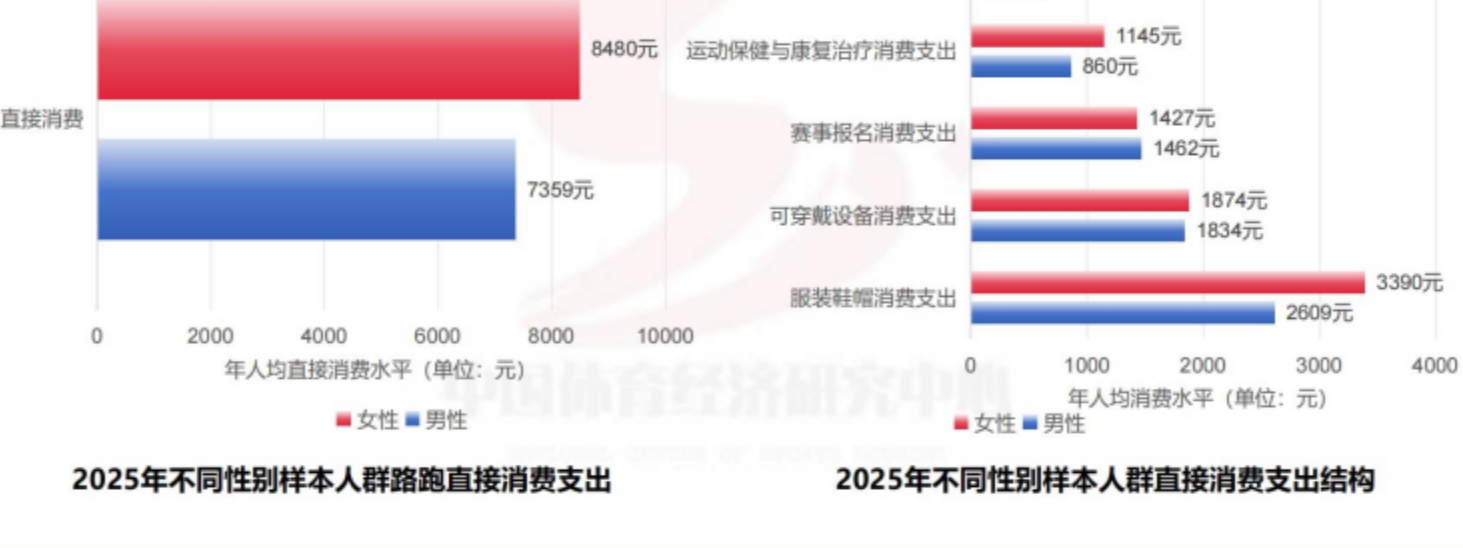
2025年，女性参赛者人均路跑消费支出为15927元，显著高于男性参赛者。相较2023年、2024年，2025年男性、女性参赛者人均路跑消费支出均有所增长。

注：2023年男性参赛者人均路跑消费支出为13390元，女性参赛者人均路跑消费支出为15418元；2024年男性参赛者人均路跑消费支出为13455元，女性参赛者人均路跑消费支出为13675元。数据来源为2023、2024年中国路跑人群消费调查。



4.1 消费特征——性别与消费

2025年，女性参赛者人均路跑直接消费支出显著高于男性参赛者。其中，女性参赛者人均服装鞋帽消费支出显著高于男性参赛者。



4.1 消费特征——性别与消费

2025年，女性参赛者人均路跑间接消费支出略高于男性参赛。其中，女性参赛者人均游购娱消费支出显著高于男性参赛者。



注：游购娱消费支出是指参赛者在参加路跑赛事活动期间产生的旅游观光、购物及其他娱乐消费支出；食宿消费支出是指参赛者在参加路跑赛事活动期间产生的餐饮、住宿等消费支出；交通消费支出是指参赛者在参加路跑赛事活动期间产生的往返交通、市内出行等相关消费支出。



4.2 消费特征——年龄与消费

2025年，各年龄段参赛者中，高龄参赛者人均路跑消费支出相对更高，其中，60岁及以上年龄段参赛者人均路跑消费支出达到21872元，远高于其他年龄段参赛者，是20-29岁年龄段参赛者的2.3倍。



4.2 消费特征——年龄与消费

2025年，各年龄段参赛者中，随参赛者年龄增长，人均路跑直接消费与间接消费支出均有所增长，间接消费支出增幅更为显著。其中，50岁及以上年龄段参赛者，人均路跑间接消费支出逐渐超越直接消费支出。

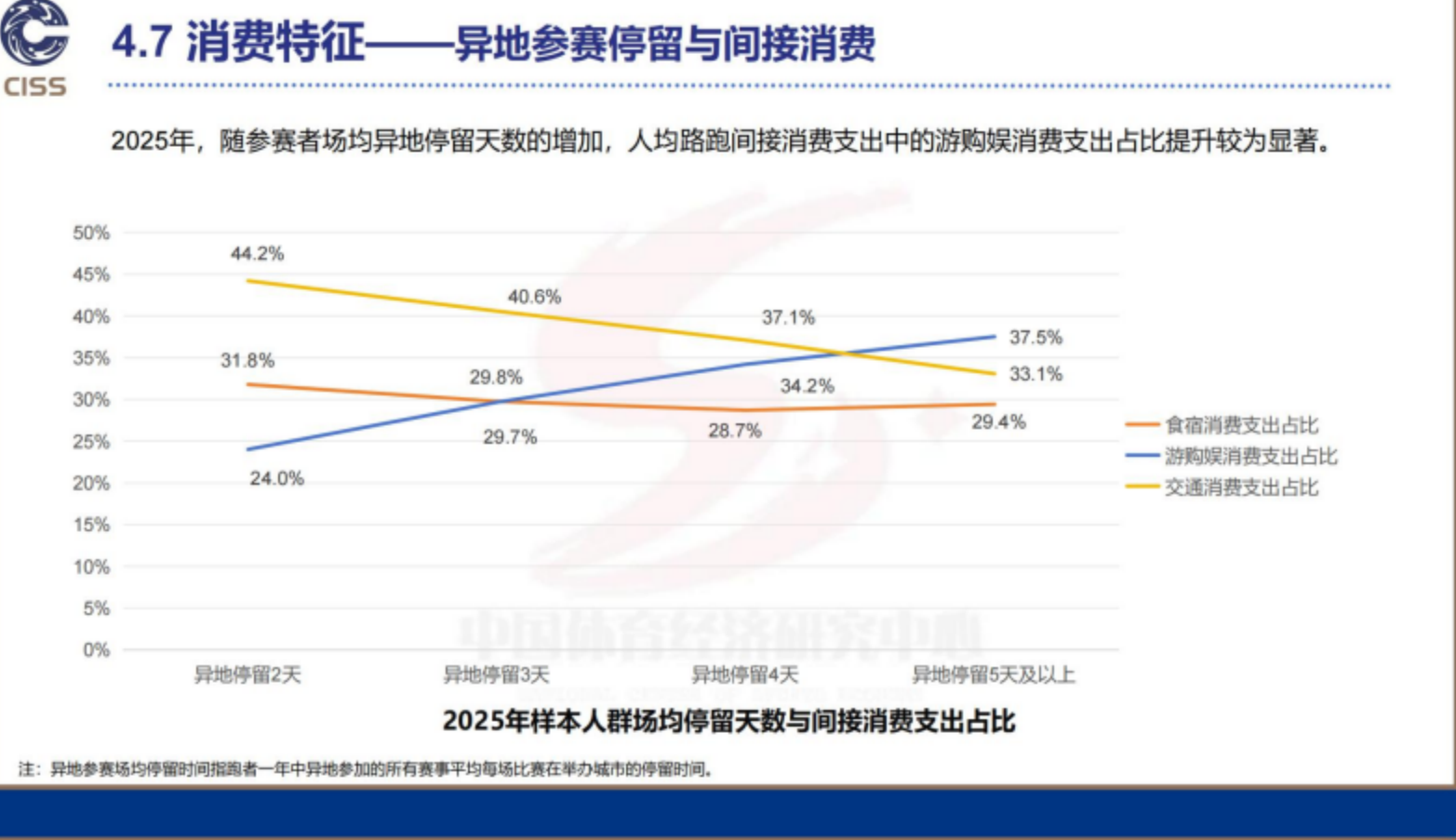
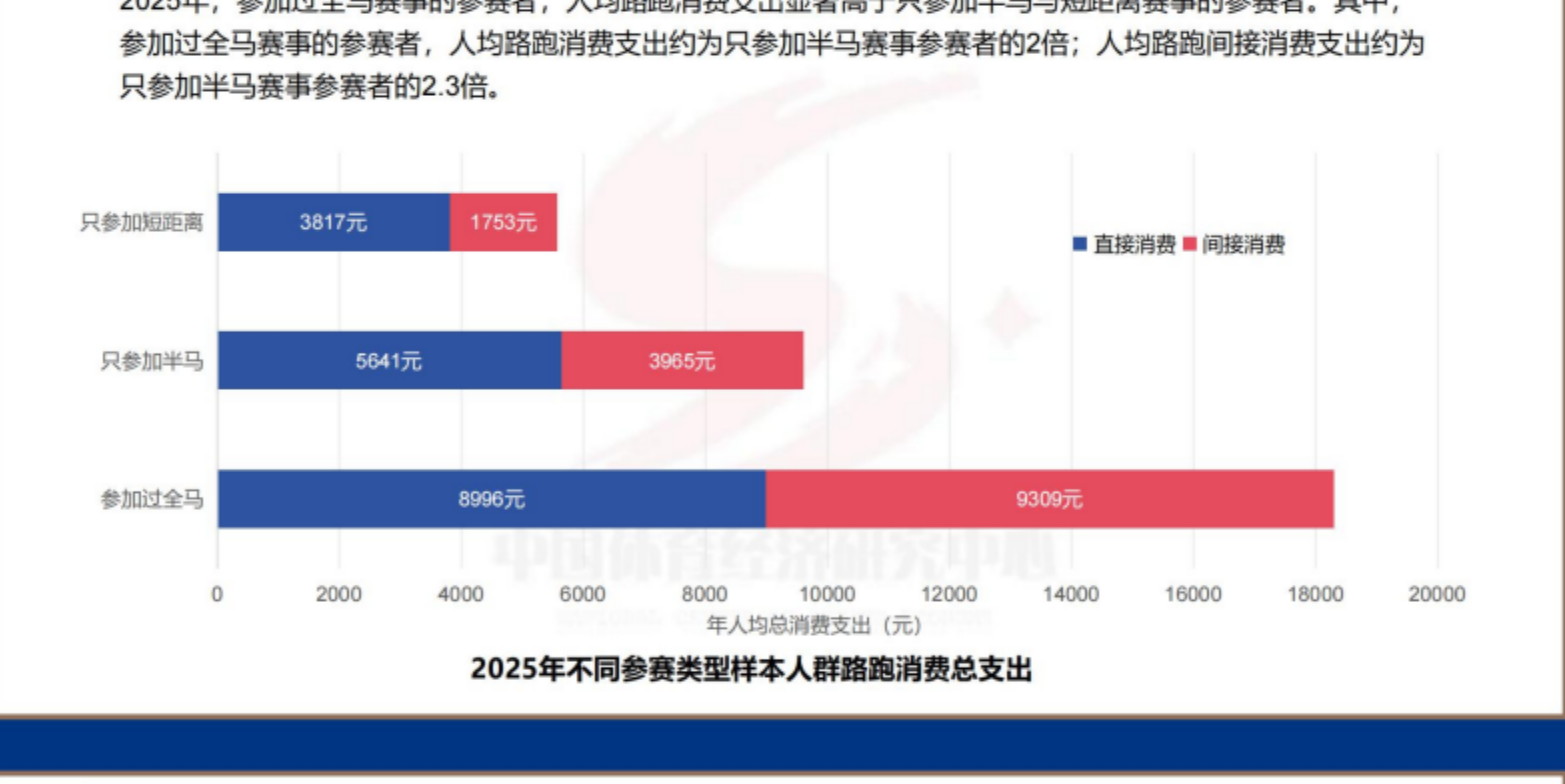
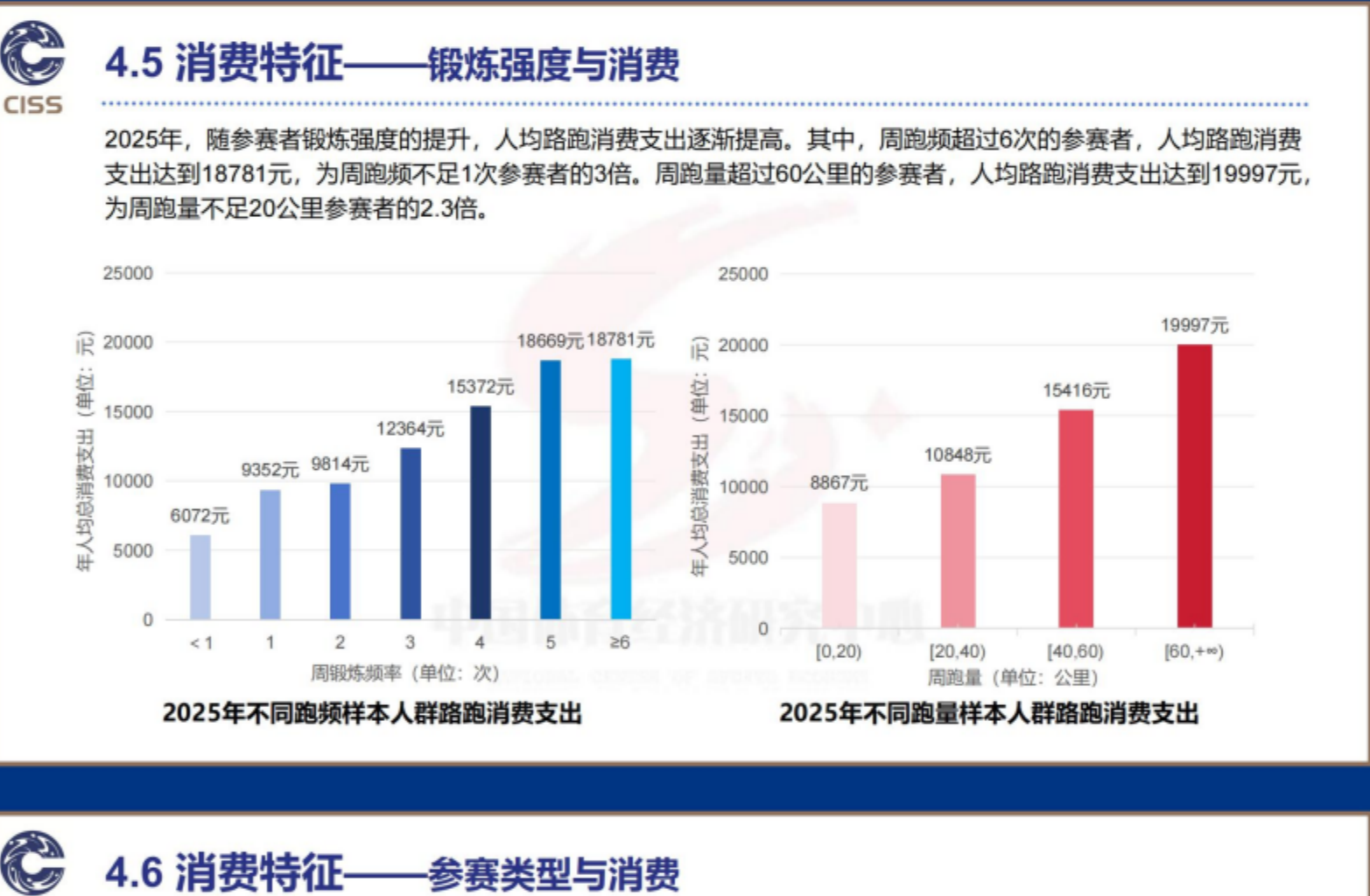
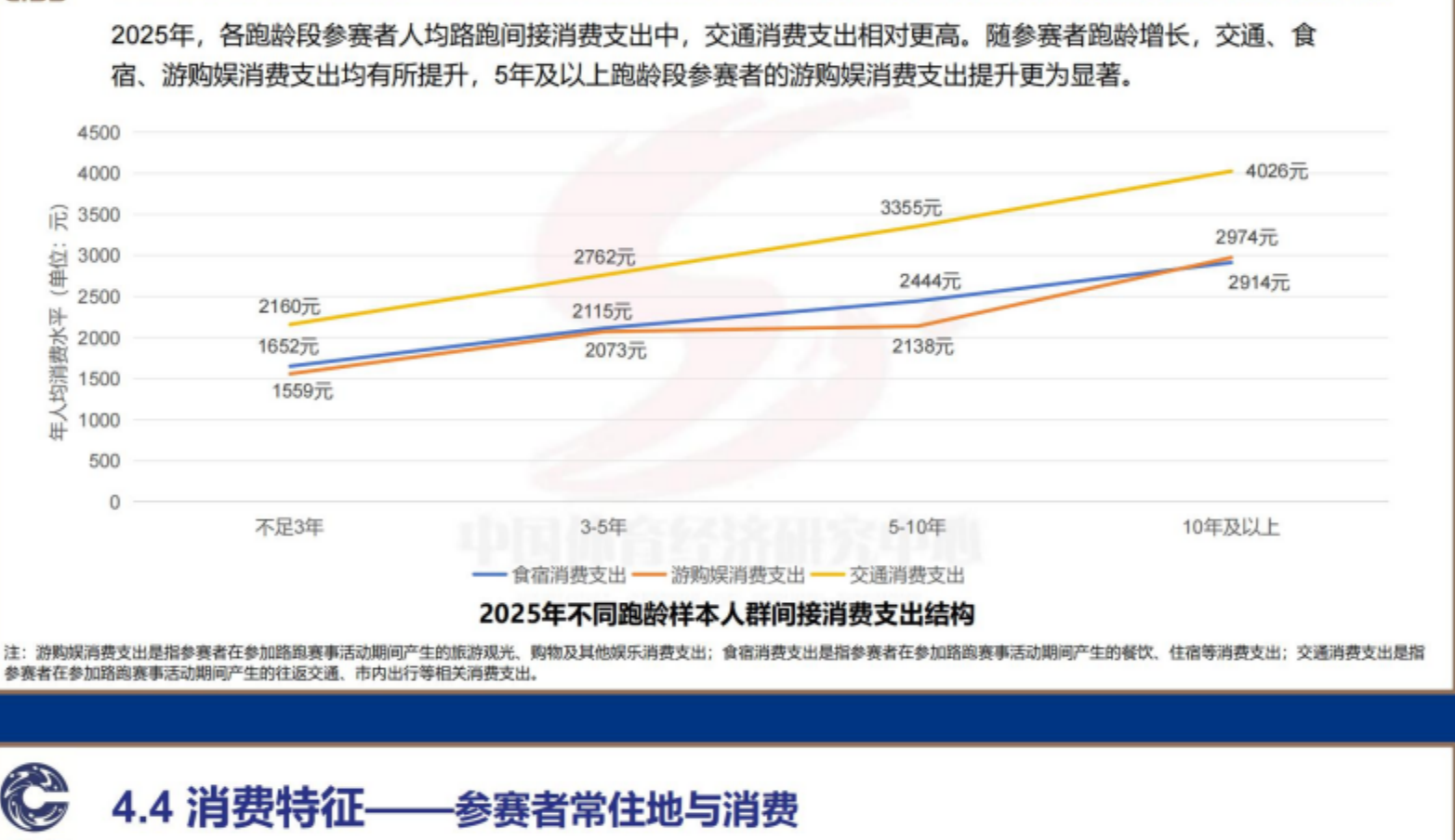


4.2 消费特征——年龄与消费

2025年，各年龄段参赛者人均路跑直接消费支出中，实物消费支出显著高于服务消费支出。从人均路跑直接消费结构来看，随着参赛者年龄增长，实物消费支出占比逐渐下降，服务消费支出占比有所提升。

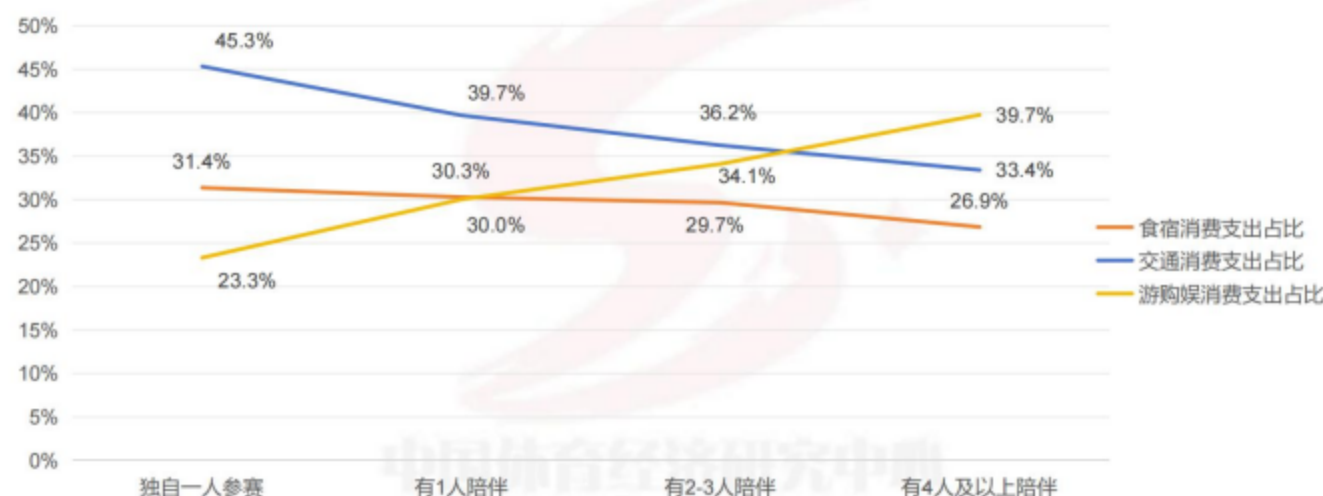


注：实物消费支出是指购买路跑相关服装鞋帽、路跑训练可穿戴设备、路跑运动营养品的消费支出；服务消费支出是指赛事报名费及进行健康康复的消费支出。



4.8 消费特征——异地参赛陪伴与间接消费

2025年，随参赛者异地参赛陪伴亲友人数的增加，游购娱消费支出占比显著提升。

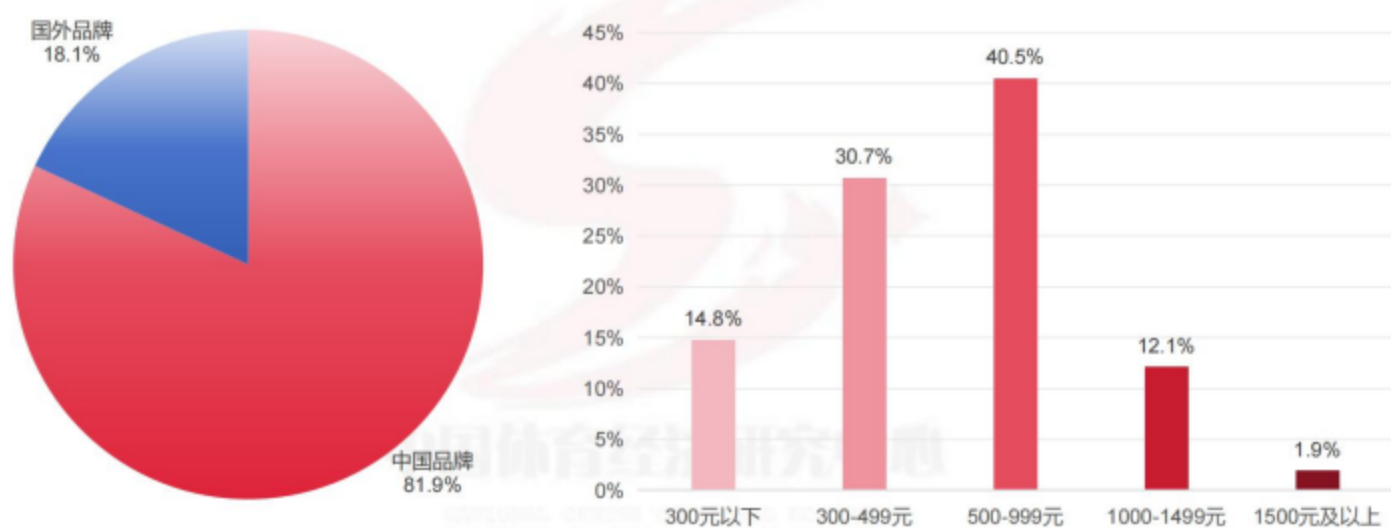


2025年样本人群异地参赛陪伴人数与间接消费支出占比

注：异地停留陪伴人数指跑者在一年内异地参加赛事时，平均每次陪同其前往赛事举办城市的亲朋好友等非参赛人员人数。

4.9 消费特征——路跑装备购买

2025年，超8成参赛者选择购买中国品牌跑鞋。500-999元价位区间跑鞋购买人群占比相对最高。

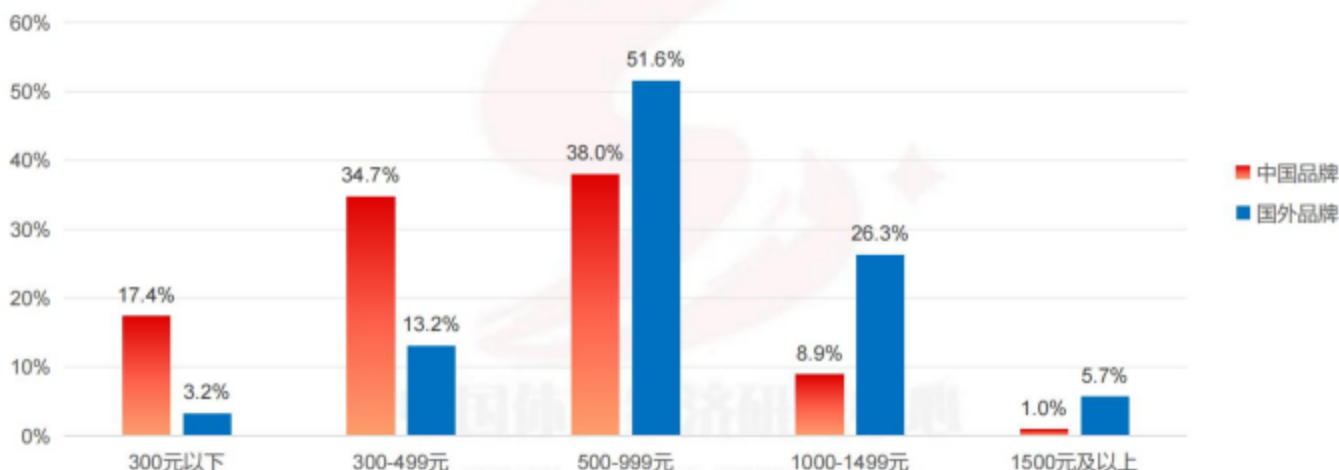


2025年样本人群跑鞋国内外品牌选择分布

2025年样本人群跑鞋价位选择分布

4.9 消费特征——路跑装备购买

2025年，选择购买中国品牌跑鞋的参赛者中，超9成选择千元以下价位区间跑鞋。选择购买国外品牌跑鞋的参赛者中，超8成购买500元及以上价位区间跑鞋。500-999元价位区间跑鞋，国内外品牌竞争最为激烈。



2025年样本人群国内外品牌跑鞋购买价位分布

4.10 消费特征——项目消费与体育消费

2025年，有超8成的参赛者除参与路跑运动外，还同时参与其他运动项目。参赛者当年人均体育消费支出中，路跑运动相关消费支出占比约为60.1%，体育消费中的运动项目支出结构多元化特征明显。



2025年样本人群陪伴项目选择分布

2025年样本人群体育消费结构

结语

感谢全国广大跑者对本研究的支持和帮助。

未来，让我们一同携手为中国路跑运动的高质量发展贡献力量。



跑步让我们生活更加美好