

基于电子商务的体育消费行为及趋势探究

王道霞*, 任 贵#

贵州大学体育学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月14日; 录用日期: 2024年10月14日; 发布日期: 2024年11月15日

摘 要

随着互联网与人工智能技术的飞速发展, 体育电子商务已成为驱动体育产业发展的关键力量。本文深入剖析了电子商务环境下体育消费行为的特征及其影响因素, 包括购买行为的变革、产品选择的多元化与个性化、消费行为的便捷化体验以及再购买与服务行为的激励机制。未来, 体育电子商务将呈现多元化与专业化深度融合、潮流化与年轻化持续引领、理性化与性价比深入追求以及数据驱动与精准营销深化应用等趋势。这些趋势要求体育企业优化产品结构, 提升服务质量, 保持敏锐的市场洞察力, 快速响应潮流趋势, 并构建强大的数据分析能力以实施精准营销策略。同时, 加强与社交媒体的跨界合作, 扩大品牌影响力, 深化市场渗透力。本文提出的策略建议, 旨在为体育企业在激烈的市场竞争中实现可持续发展提供指导。

关键词

电子商务, 体育消费, 消费行为, 趋势, 多元化

Exploration of Sports Consumption Behavior and Trends Based on E-Commerce

Daoxia Wang*, Gui Ren#

School of Physical Education, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 14th, 2024; accepted: Oct. 14th, 2024; published: Nov. 15th, 2024

Abstract

With the rapid development of Internet and artificial intelligence technologies, sports e-commerce has emerged as a pivotal force driving the growth of the sports industry. This paper delves into the

*第一作者。

#通讯作者。

文章引用: 王道霞, 任贵. 基于电子商务的体育消费行为及趋势探究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 3272-3277.

DOI: 10.12677/ecl.2024.1341523

characteristics and influencing factors of sports consumption behavior in an e-commerce environment, encompassing transformations in purchasing behavior, diversified and personalized product selection, streamlined consumer experience, and incentives for repurchase and service behavior. In the future, sports e-commerce will exhibit trends such as deep integration of diversification and specialization, continuous leadership in trendiness and youth appeal, in-depth pursuit of rationality and cost-effectiveness, and enhanced application of data-driven and precision marketing. These trends necessitate sports enterprises to optimize their product mix, elevate service quality, maintain a keen market insight, swiftly respond to trends, and build robust data analytics capabilities to implement precision marketing strategies. Additionally, strengthening cross-border collaborations with social media platforms is crucial for expanding brand influence and deepening market penetration. The strategic recommendations proposed in this paper aim to provide guidance for sports enterprises to achieve sustainable development in the fiercely competitive market.

Keywords

E-Commerce, Sports Consumption, Consumer Behavior, Trend, Diversification

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着互联网技术的飞速迭代与人工智能技术的日益成熟,体育电子商务作为体育产业与现代信息技术深度融合的产物,正逐步成为驱动体育产业发展的关键引擎。这一新兴业态不仅极大地拓宽了体育产品与服务的市场边界,通过无界化的网络空间实现了资源的优化配置与高效流通,还依托大数据、云计算等先进技术手段,对消费者的行为模式进行深度剖析与精准画像,进而实施个性化、定制化的营销策略[1]。本研究旨在深入剖析电子商务环境下体育消费行为的复杂机理与演变路径,揭示其背后隐藏的消费心理、社会文化及经济动因,为体育企业和电商平台构建以消费者为中心、数据驱动的新型营销模式提供坚实的理论基础与实证支持[2]。同时,本研究还致力于探索体育产业在数字化转型浪潮中的机遇与挑战,为行业的可持续发展策略制定贡献智慧与洞见,推动体育产业与信息技术的深度融合,共创体育产业繁荣发展的新篇章。

2. 电子商务环境下的体育消费行为特征及其影响因素

2.1. 购买行为的分析及其影响因素

在电子商务的浪潮中,体育消费者的购买行为经历了前所未有的变革。与传统实体店购物相比,网络购物为消费者带来了前所未有的便利性和灵活性。只需指尖轻点,消费者就能跨越地域限制,迅速浏览并比较来自全球各地的体育产品和服务[3]。这种“即时比较”的购买方式不仅节省了消费者的时间成本,还促进了价格的透明度,加剧了体育产品市场的竞争,从而进一步降低了消费者的购买成本。电商平台的崛起,作为连接供需双方的桥梁,不仅提供了详尽的商品信息,如产品规格、材质、产地等,还通过用户评价系统、问答板块、直播展示等多种形式,为消费者构建了全方位的信息获取渠道。这些来自真实用户的反馈,成为了影响购买决策的重要因素。此外,社交网络和媒体宣传的兴起也为体育消费带来了全新的推动力。健身博主的直播带货、社交媒体上的“网红”产品推荐,都极大地影响着消费者的选择偏好。

2.2. 产品选择行为的多元化与个性化及其影响因素

随着体育市场的日益细分，消费者在电子商务平台上选择产品时展现出了极高的多元化和个性化需求。价格、品牌、质量和服务作为传统购物中的关键考量因素，在电子商务环境下依然重要，但已不再是唯一的决定性因素。消费者越来越注重产品的独特性、创新性和与自己的契合度。这种趋势背后，是消费者心理的变化。随着生活水平的提高和消费者意识的觉醒，人们越来越追求个性化、差异化的消费体验[4]。他们不再满足于大众化的产品，而是希望通过购买个性化的体育产品来展示自己的独特性和品味。同时，社交网络的普及也为个性化消费提供了土壤。消费者可以通过社交网络分享自己的购物体验、产品评价等内容，从而吸引更多人的关注和认可。

2.3. 消费行为的便捷化体验及其影响因素

电子商务模式下的体育消费行为，以其便捷性为核心优势，深刻改变了消费者的购物习惯。无论身处何地，只要有网络连接，消费者就能随时随地进行购物。这种购物方式的灵活性不仅节省了消费者的时间和精力，还提高了购物的效率。电商平台的即时配送服务进一步提升了购物体验。消费者可以在短时间内收到所购买的体育产品，从而满足他们的即时需求。此外，电商平台还通过在线客服、售后咨询等方式，为消费者提供了全方位的服务支持。这种“一站式”购物体验不仅简化了购物流程，还增强了消费者的信任感和忠诚度。

2.4. 再购买行为与服务行为的激励机制及其影响因素

在电子商务环境下，消费者的再购买行为和服务行为受到多种激励机制的驱动。一方面，社交网络成为消费者分享使用体验的重要平台。通过分享购物心得、产品评价等内容，消费者不仅能够获得他人的认可和关注，还能在无形中为所购产品做宣传。这种口碑传播方式对于提高产品知名度和销量具有重要意义。另一方面，电商平台通过会员制度、积分兑换、优惠券等优惠措施，不断激发消费者的再购买意愿。这些激励机制不仅降低了消费者的购买成本，还增强了其品牌忠诚度和归属感。同时，电商平台还通过数据分析技术，精准推送符合消费者需求的商品信息和服务。这种个性化推荐方式提高了消费者的购物体验和满意度。

3. 体育电子商务的未来发展趋势

3.1. 多元化与专业化的深度融合

在体育电子商务领域，多元化与专业化的深度融合是未来发展的重要趋势，旨在满足消费者日益多样化的需求，推动体育产业链的持续升级。

3.1.1. 产品与服务的全面覆盖

未来，体育电子商务市场将不再局限于传统的体育用品，如运动鞋服和健身器材，而是将边界拓展至更多细分领域。体育旅游、赛事门票、在线健身课程等新兴业务将成为市场的重要组成部分。这种多元化不仅满足了消费者对体育消费的多样化需求，也促进了体育产业链的延伸和拓展。例如，通过电商平台，消费者可以轻松预订国际马拉松赛事的门票，或是参加由专业教练指导的在线健身课程。这种全方位的产品和服务覆盖，使体育电子商务成为消费者参与体育活动的一站式平台。

3.1.2. 专业领域的深耕细作

在多元化的基础上，体育电子商务将更加注重专业领域的深耕细作。这体现在针对特定运动项目和特定人群的专业化产品和服务上。针对特定运动项目，体育电子商务将提供更加专业的装备和训练计划。

例如, 高尔夫球爱好者可以在电商平台上找到定制化的球杆和专业的训练课程; 马拉松跑者则可以选择适合自己的专业跑鞋和营养补给品。这种专业化的产品和服务不仅提高了消费者的运动体验, 也推动了运动项目的普及和发展。此外, 针对特定人群的专业服务也将迎来快速增长。

3.2. 潮流化与年轻化的持续引领

体育电子商务将紧跟时尚潮流, 引领年轻消费群体的消费趋势。

3.2.1. 潮流趋势的快速响应

在快速变化的时尚潮流中, 体育电子商务需要展现出敏锐的市场洞察力和快速响应能力。通过深入分析社交媒体、时尚杂志等渠道的信息, 电商平台可以迅速捕捉到最新的潮流趋势, 并将其转化为具体的产品和服务。例如, 当某款运动鞋在社交媒体上突然走红时, 电商平台可以迅速与品牌方合作, 推出限量版或联名款产品, 满足消费者的追捧需求。这种快速响应能力不仅提升了电商平台的市场竞争力, 也满足了消费者对新鲜感和个性化的追求。

3.2.2. 年轻消费群体的深度挖掘

年轻人作为体育消费的主力军, 其消费观念、购物习惯和需求偏好对体育电子商务的发展具有重要影响。因此, 电商平台需要更加深入地挖掘年轻消费群体的需求, 推出符合其喜好和价值观的产品和服务。年轻人对时尚、潮流和个性化的追求是显而易见的。电商平台可以通过跨界合作、IP 授权等方式, 将热门游戏、动漫、音乐等元素融入体育产品中, 吸引年轻消费者的关注和购买。例如, 与知名游戏 IP 合作推出限量版运动鞋或运动服饰, 或与热门乐队合作推出联名款健身器材等。

3.3. 理性化与性价比的深入追求

在电子商务环境下, 消费者对产品的质量和性能有着更高的要求, 同时性价比也成为重要的考量因素。

3.3.1. 产品质量与性能的持续提升

随着消费者对产品质量和性能要求的不断提高, 体育企业需要不断提升产品的设计和制造工艺水平。这包括提高产品的耐用性、舒适性和功能性等方面。例如, 运动鞋需要具备良好的缓震性能、透气性和耐磨性; 健身器材则需要具备稳定的结构、精准的运动轨迹和易用的操作界面等。这些高品质的产品将赢得消费者的信任和忠诚, 并推动体育电子商务市场的持续发展。

3.3.2. 性价比优势的进一步凸显

在激烈的市场竞争中, 性价比成为了消费者选择产品的重要考量因素之一。因此, 体育电子商务将更加注重性价比优势的打造。电商平台可以通过优化供应链管理、降低物流成本、提高运营效率等方式来降低产品的售价并提高性价比优势。例如, 通过建立自有物流体系或与优质物流公司合作, 电商平台可以降低物流成本并提高配送效率; 通过提高仓储管理和库存周转率等方式, 电商平台可以降低库存成本并提高运营效率。这些措施将使电商平台能够以更加优惠的价格向消费者提供高品质的产品和服务。

3.4. 数据驱动与精准营销的深化应用

大数据技术的应用将推动体育电子商务向更加智能化和个性化的方向发展。

3.4.1. 大数据技术的广泛应用

随着大数据技术的不断发展, 其在体育电子商务领域的应用将更加广泛和深入。电商平台可以通过收集和分析消费者的购物数据、浏览数据、搜索数据等信息来构建完整的消费者画像。这些画像不仅包

含了消费者的基本信息和购物习惯, 还包含了其兴趣爱好、消费能力等深层次信息。通过对这些信息的深入挖掘和分析, 电商平台能够更加精准地了解消费者的需求和偏好, 并为其提供更加个性化的产品和服务。

3.4.2. 精准营销策略的实施

基于大数据技术的支持, 电商平台可以实施更加精准的营销策略。例如, 通过个性化推荐系统向消费者推送符合其兴趣和需求的商品信息; 通过邮件营销、短信营销等方式向消费者发送优惠券和促销信息; 通过社交媒体广告等渠道向特定人群投放广告等。这些精准营销策略不仅提高了营销效率和效果, 降低了营销成本, 还增强了消费者的购物体验 and 满意度。

3.4.3. 智能化服务与用户体验的提升

除了精准营销外, 大数据技术还可以应用于电商平台的智能化服务中。例如, 通过智能客服系统为消费者提供 24 小时不间断地在线咨询和售后服务; 通过智能物流系统实时追踪商品的配送状态并提供准确的预计送达时间; 通过智能分析系统预测消费者的购买行为并提前准备库存等。这些智能化服务不仅提高了电商平台的运营效率和服务质量, 还增强了消费者的购物体验和忠诚度。智能客服系统的应用将提升电商平台的客户服务水平。

总之, 体育电子商务的未来发展趋势将呈现出多元化与专业化深度融合、潮流化与年轻化持续引领、理性化与性价比深入追求以及数据驱动与精准营销深化应用等特点。这些趋势将推动体育电子商务向更高层次、更精细化方向发展, 为消费者带来更加便捷、高效、个性化的购物体验。同时, 这些趋势也将为体育电子商务市场的持续发展和升级提供强大的动力和支撑。

4. 结论

本文在细致剖析电子商务环境对体育消费行为多维度影响的基础上, 得出了一系列深刻且富有洞察力的结论。研究发现, 体育消费在电子商务平台的蓬勃发展, 展现出前所未有的多元化特征, 不仅覆盖了广泛的体育用品与服务领域, 还深刻体现了消费者对个性化、潮流化元素的追求。同时, 体育消费者在面对丰富选择时, 愈发表现出理性与审慎的态度, 更加注重产品的性价比与实际效用, 这一趋势促使体育企业必须不断优化产品结构, 提升服务质量。

体育电子商务市场的发展趋势揭示了行业未来的几大核心动向: 首先是市场的细分与专业化趋势, 预示着更精准的市场定位与差异化竞争策略的重要性; 其次是潮流与年轻化的导向, 要求企业保持敏锐的市场洞察力, 灵活调整策略以吸引并保留年轻消费群体; 再者, 数据驱动与精准营销能力的强化, 成为企业在复杂市场环境中提升竞争力、实现精准触达消费者的关键; 最后, 社交媒体平台的深度整合, 为体育品牌拓展影响力、增强用户粘性提供了前所未有的机遇。基于此, 本文提出以下策略建议: 体育企业应聚焦于产品创新与服务升级, 以满足日益增长的多元化需求; 同时, 应密切关注市场动态与消费者偏好变化, 快速响应潮流趋势, 以年轻化、时尚化的产品与服务吸引并巩固目标市场; 此外, 构建强大的数据分析能力, 实施精准营销策略, 提升市场效率与转化率; 最后, 加强与社交媒体的跨界合作, 利用平台的流量优势与用户基础, 扩大品牌影响力, 深化市场渗透力。这些策略的实施, 将有助于体育企业在激烈的市场竞争中脱颖而出, 实现可持续发展。

基金项目

贵州省教育科学规划课题(课题编号: 2022B021)。

参考文献

- [1] 郝梅利, 张伟. 电子商务环境下体育消费行为的变迁与趋势[J]. 体育科学, 2023, 43(5): 78-86.

-
- [2] 王晓燕. 社交媒体对青年体育消费偏好的影响研究[J]. 青年研究, 2022, 41(3): 54-62.
- [3] 陈晓红, 刘强. 多元化与专业化视角下体育电子商务市场的发展战略[J]. 电子商务, 2021, 22(10): 45-53.
- [4] 赵丽, 周鹏. 数据驱动下的体育电商精准营销策略研究[J]. 商业经济研究, 2020(24): 81-84.