

2020

女子力

品牌

2020线上运动市场女性 消费者洞察报告

CBNDATA × 天猫TMALL.COM

第一财经商业数据中心

© 2020 CBNDATA. All rights reserved.

TABLE OF CONTENTS 目录

- 第一部分：运动行业及品类发展现状 ····· 3
- 第二部分：运动行业女性消费者洞察
 - 2.1 潮酷女孩人群洞察 ····· 11
 - 2.2 健身达人人群洞察 ····· 16
 - 2.3 探险家人群洞察 ····· 21
 - 2.4 清凉女王人群洞察 ····· 26
- 第三部分：运动行业女子力品牌榜单 ····· 31

ONE

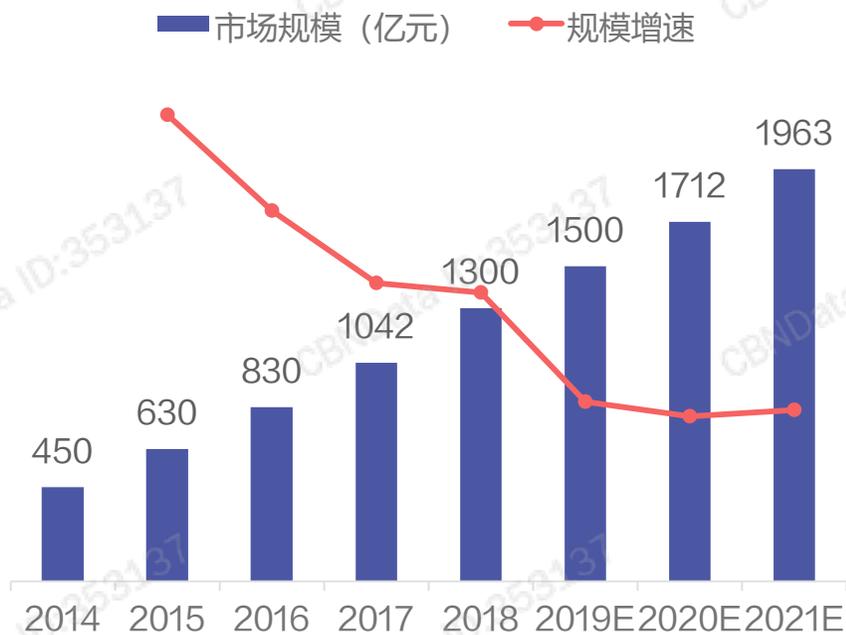
运动行业及 品类发展现状

全民健康意识觉醒，线上运动消费蓬勃发展；新时代女性更加自律，运动热情高涨

线上运动行业规模稳步扩大，当代女性更加自律，多数有规律运动的习惯

随着全民健康意识觉醒，运动市场不断扩张。2017年起，线上运动市场规模达到千亿级，近几年仍保持稳步增长。调研显示，女性有健身习惯的比例高达7成；超半数的女性每周保持3次以上的运动频率。

2014-2021年中国线上运动用品市场规模及预测



数据来源：艾媒咨询《2019全球及中国体育消费产业现状及发展趋势分析报告》

2020年女性有健身习惯的比例

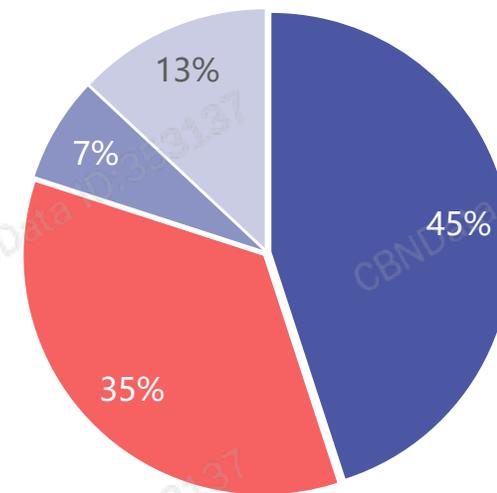


数据来源：2020-CBNDATA女性品质生活问卷调研，N=1000

大数据·全洞察

2020年女性健身的频率

- 一周1-2次
- 一周3-4次
- 一周5-6次
- 每天



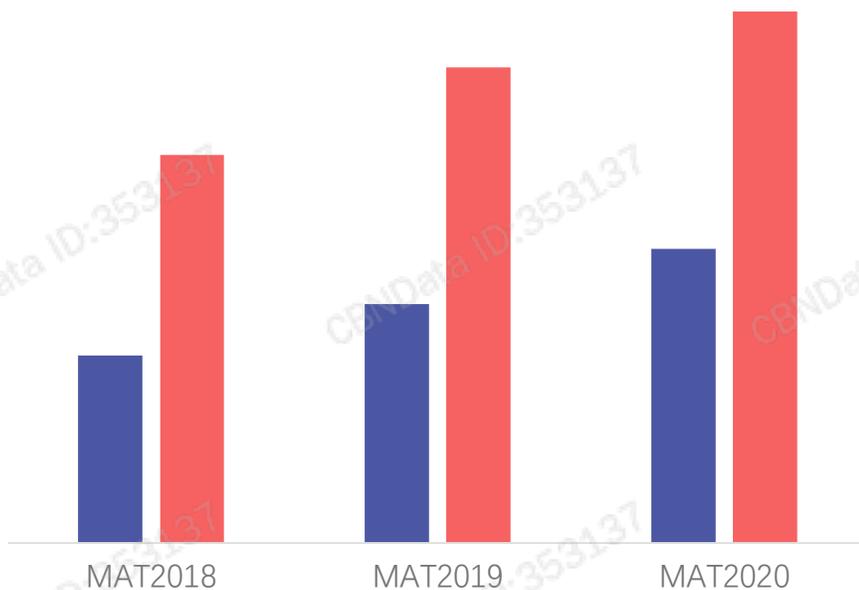
数据来源：2020-CBNDATA女性品质生活问卷调研，N=1000

天猫平台引领线上运动行业增长，女性运动消费占比逐年递增

天猫运动行业消费规模不断增大，**MAT2020**天猫运动增速超淘系整体运动市场近1倍，引领线上运动行业增长。近三年女性在整体天猫运动市场的占比逐年提升。

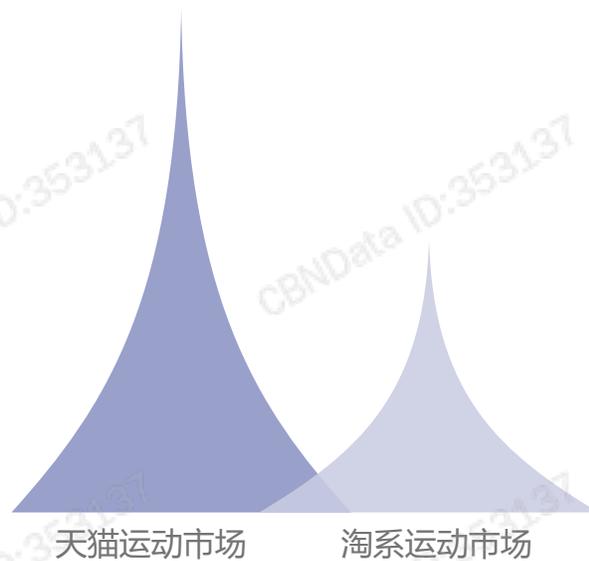
MAT2018-2020天猫VS淘系运动市场消费规模

■ 天猫 ■ 淘系



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫VS淘系运动市场消费规模增速

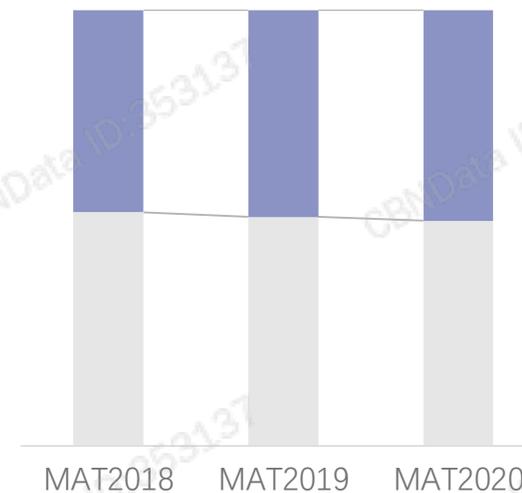


数据来源：CBNData消费大数据

大数据 · 全洞察

MAT2018-2020天猫运动市场分性别消费规模占比

■ 男性 ■ 女性

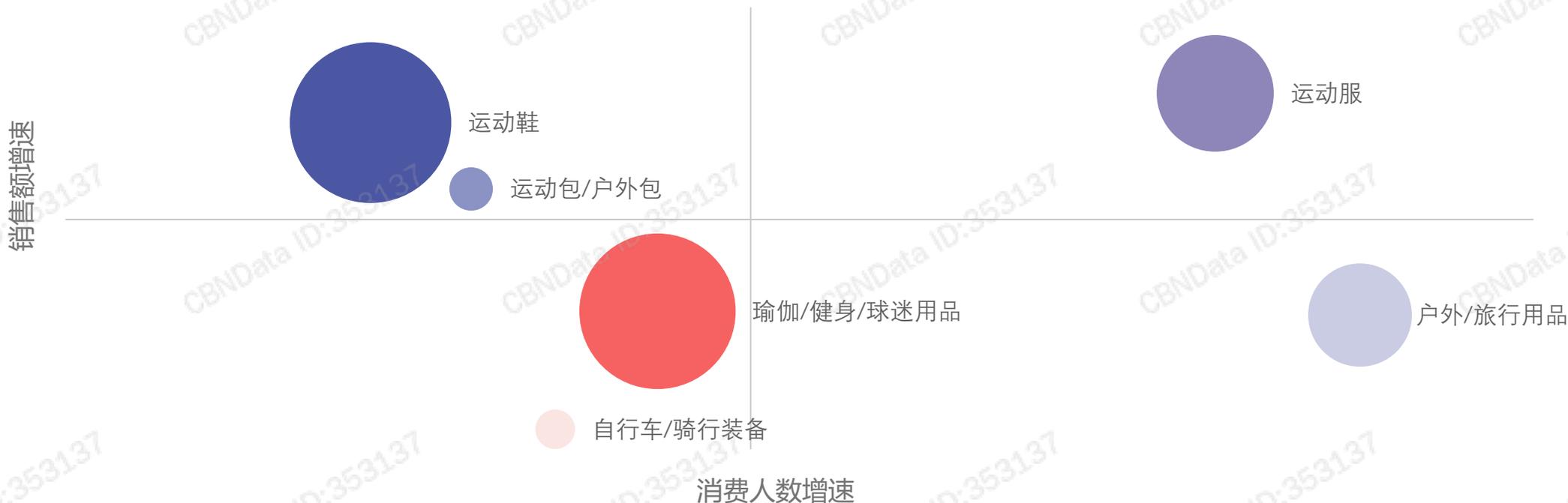


数据来源：CBNData消费大数据

运动鞋是女性在运动市场的重点“投资”，运动服品类潜力十足

女性在天猫运动市场消费主要集中于运动鞋及瑜伽/健身/球迷用品，其中运动鞋销售额规模高速扩张，是市场发展的主力品类；运动服无论是销售额增速还是消费人数都保持着高速增长，是较具潜力的品类。

MAT2020天猫运动市场女性一级类目消费规模、增速及消费人数增速

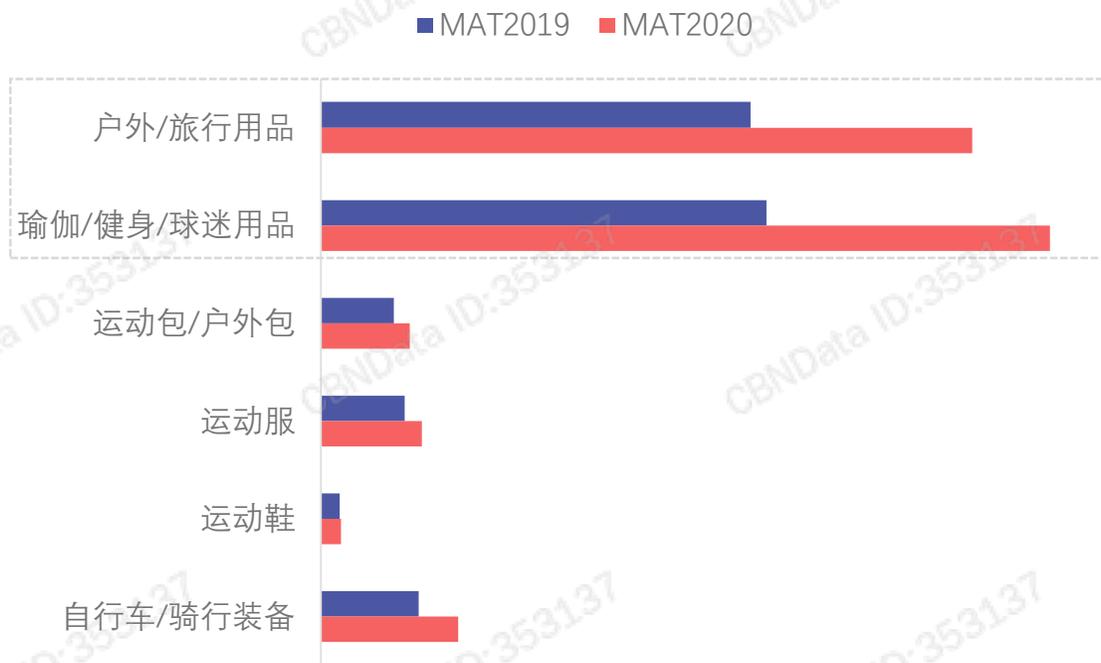


数据来源：CBNData消费大数据；气泡大小表示销售额规模

运动鞋品牌格局稳定，户外/旅行用品及瑜伽/健身/球迷用品类目品牌“全面开花”

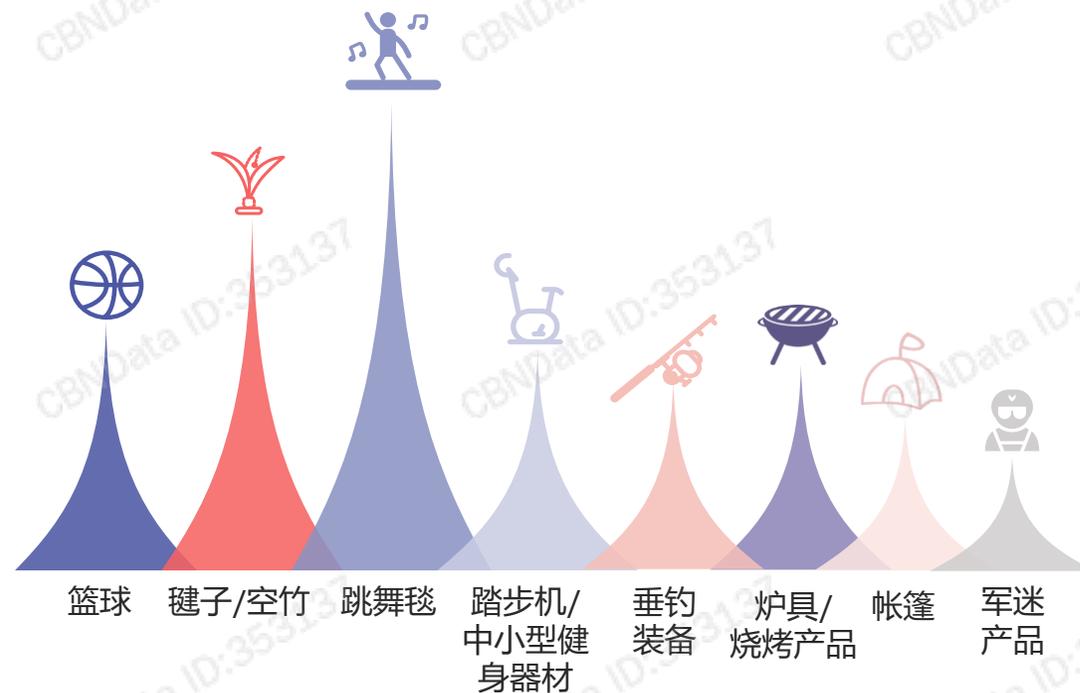
运动鞋品牌数较少且无明显变化，品牌格局较为集中且稳定；户外/旅行用品及瑜伽/健身/球迷用品两大类目品牌数大且显著增长，其中跳舞毯、毽子、踏步机以及户外烧烤炉具品牌数增长较快，品类市场丰富度大大提升。

MAT2019-2020天猫运动市场一级类目品牌数



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫运动市场细分类目品牌数增长率



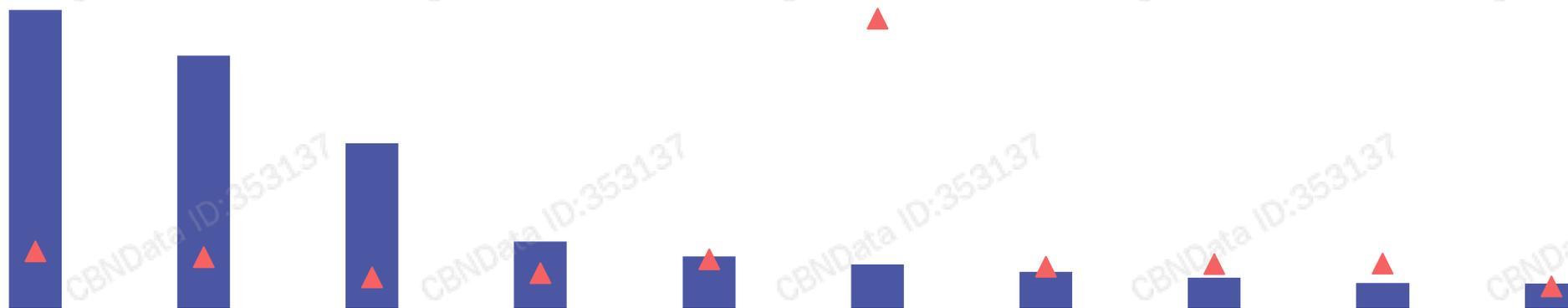
数据来源：CBNData消费大数据

瑜伽相关的女性消费者人数最多，乒乓球消费人数增速最快

MAT2020年各运动方式中，消费人数最多的是瑜伽，健身器械紧跟其后受到女性消费者的欢迎；乒乓球消费人数近一年增长高于其它运动方式。

MAT2020天猫运动市场各运动方式女性消费人数及增速

■ 消费人数 ▲ 消费人数增速



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16903

