

生命在于运动 之全民健身

——线上运动消费报告

CBNData

第一财经商业数据中心

中国的运动产业蓬勃发展，其动力既来自与人民生活水平不断提高，对生命质量和生活品质有了更高的标准；来自于各类各级体育赛事在中国兴起带来的宣传和消费者教育作用；也来自于国家政策的引导和扶持，2009年起设定每年8月8日为“全民健身日”，大力发展体育产业。

随着电子商务的兴起，线上运动行业的规模不断增长，类目和产品不断丰富。通过阿里巴巴的数据，我们可以描绘出运动行业线上的发展和人群图谱，展现总体人群在各年龄、各城市线级、各地区的运动偏好分布，同时对比男性和女性的不同。

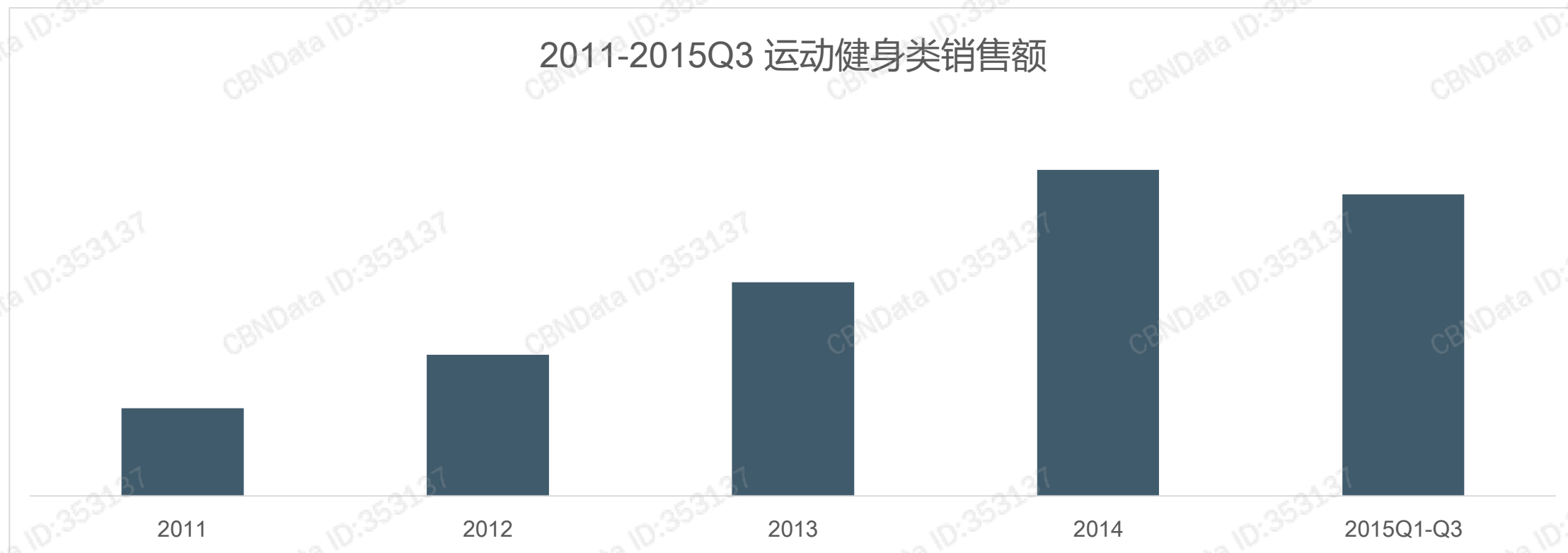
目录

- 运动健身类概览
- 全民健身地图1：性别和年龄
- 全民健身地图2：性别和城市线级
- 全民健身地图3：省市地域
- 线上运动类目的季节交替图

运动健身类概览

- 运动健身类持续增长，规模屡创新高。

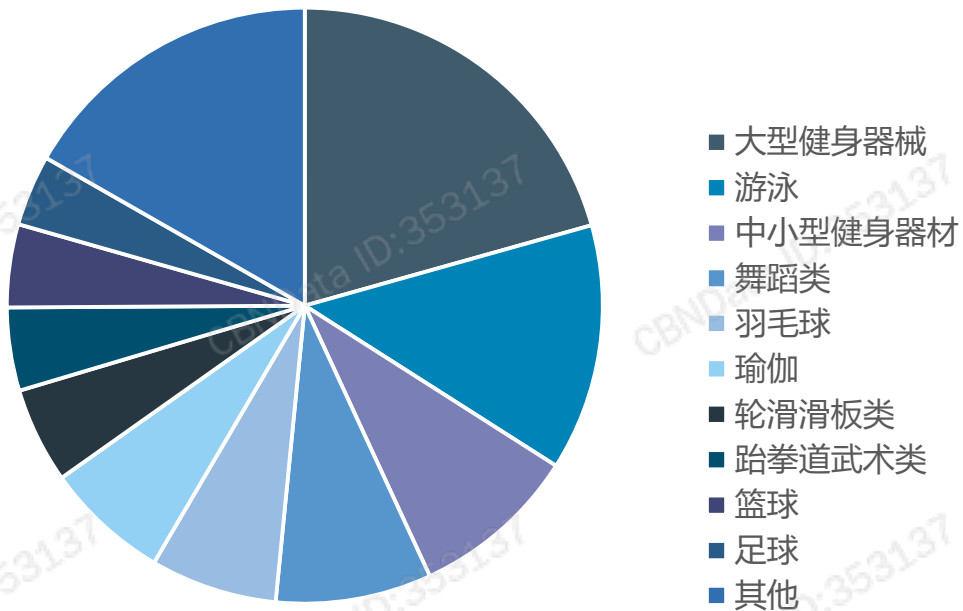
2011-2015Q3 运动健身类销售额



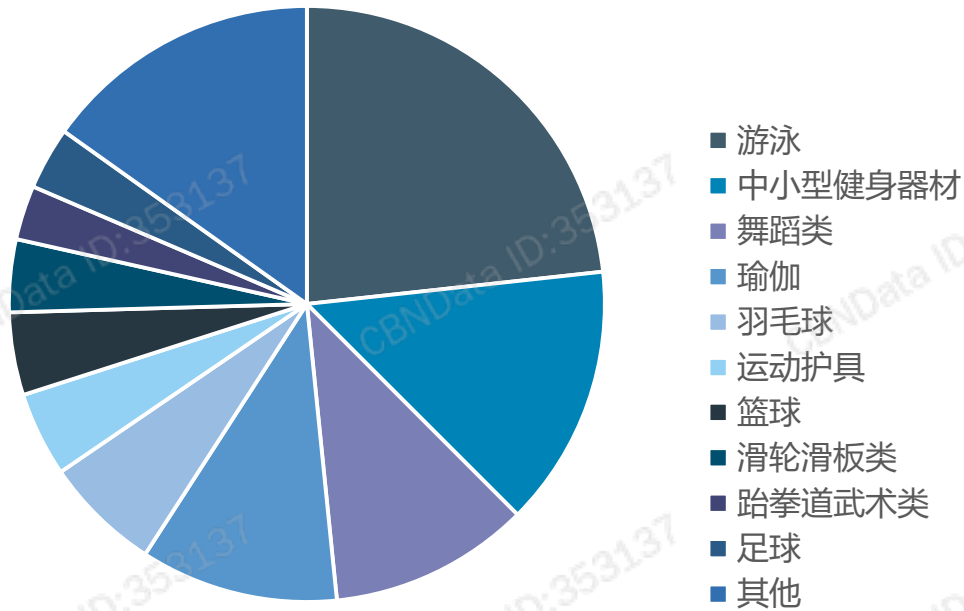
类目分布情况

- 跑步机等大型健身器械属于靠价值驱动，销量在前十之外但销售额占比夺冠。
- 游泳、中小型健身器材、舞蹈等子类目靠更多靠销量驱动让销售额占比靠前。

2015Q1-Q3运动子类目销售额占比



2015Q1-Q3运动子类目销量占比



全民健身地图-年龄性别分布

男性的运动进阶之路：

小鲜肉

- 热爱大球（篮球、足球）
- 热衷肌肉训练（哑铃等中小型器械）
- 挑战年轻无极限（滑轮滑板类）

萌大叔

- 擅长小球（羽毛球、乒乓球）
- 钟爱有氧训练（跑步机等大型器械）
- 逐渐活跃在舞蹈界（舞蹈类）

女性则以35岁为分水岭

35岁之前，游泳类绝对称霸，女人们把泳衣当时装买。

35岁之后，舞蹈类雄起，最终傲居排名第一。

瑜伽占比基本持平。

35岁之前

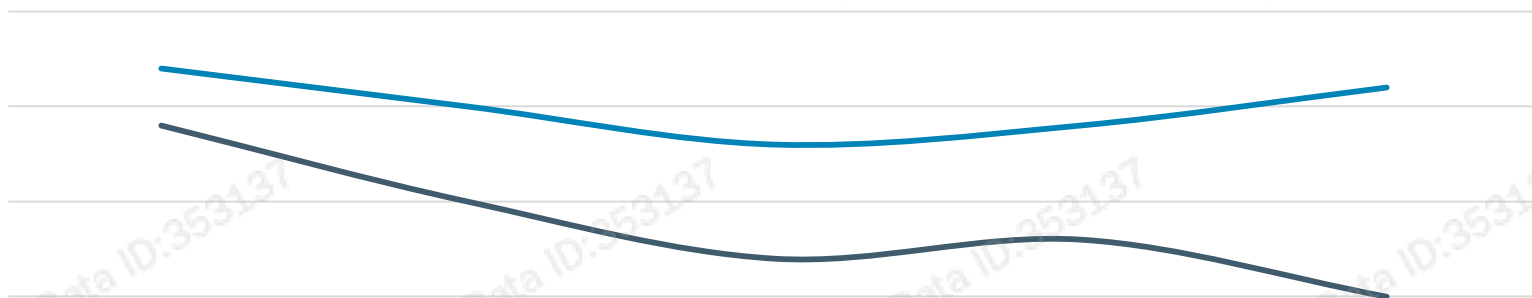
35岁之后

—●— 游泳 —■— 舞蹈类 —▲— 瑜伽

全民健身地图-年龄性别分布

- 男性总体人群前十运动占比低于女性，集中度低反应男性运动爱好更广泛、更分散；并且随着年龄的增长趋势加剧

排名前十类运动占比



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_17372

