

运动健身类 行业研究报告



CBNData

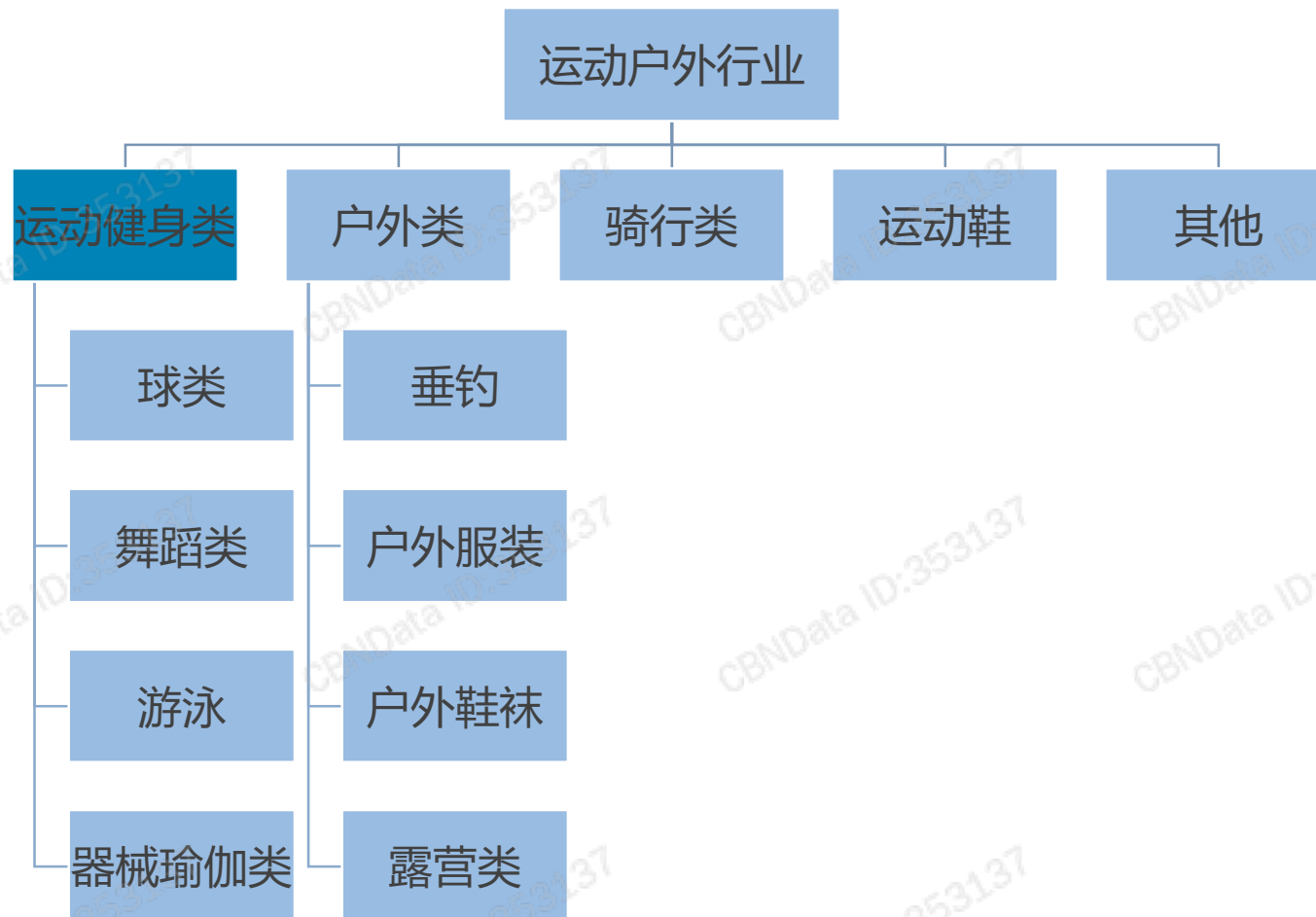
第一财经商业数据中心

研究背景

在淘宝平台下，运动健身类目前是运动户外行业第一大子类目，占比接近三成，其涵盖了各种体育运动项目，涉及各项运动的主器材、配件，反映各类运动用品在线发展的情况，同时也从电商的角度呈现出消费者的运动偏好。

本报告（精简版）从阿里巴巴大数据出发，全面解读线上的运动健身类目，描绘全民健身图谱。

运动健身类定义及研究范围



目录



行业概况



商品画像



消费者画像



移动趋势



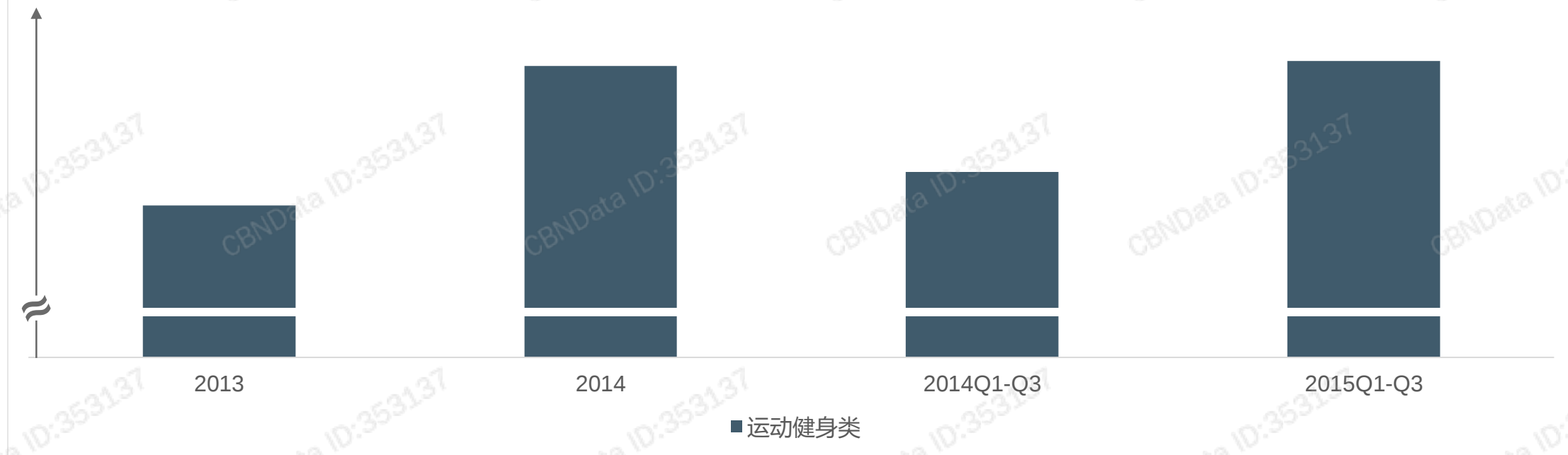
经营建议



附录

- 运动健身类规模平稳上涨，夏季是其消费高峰，甚至超过购物节所在的第四季度，春节是传统淡季。
- 成交人数波动式增长，季节性突出，人数的增长是行业增长主要的推动力。

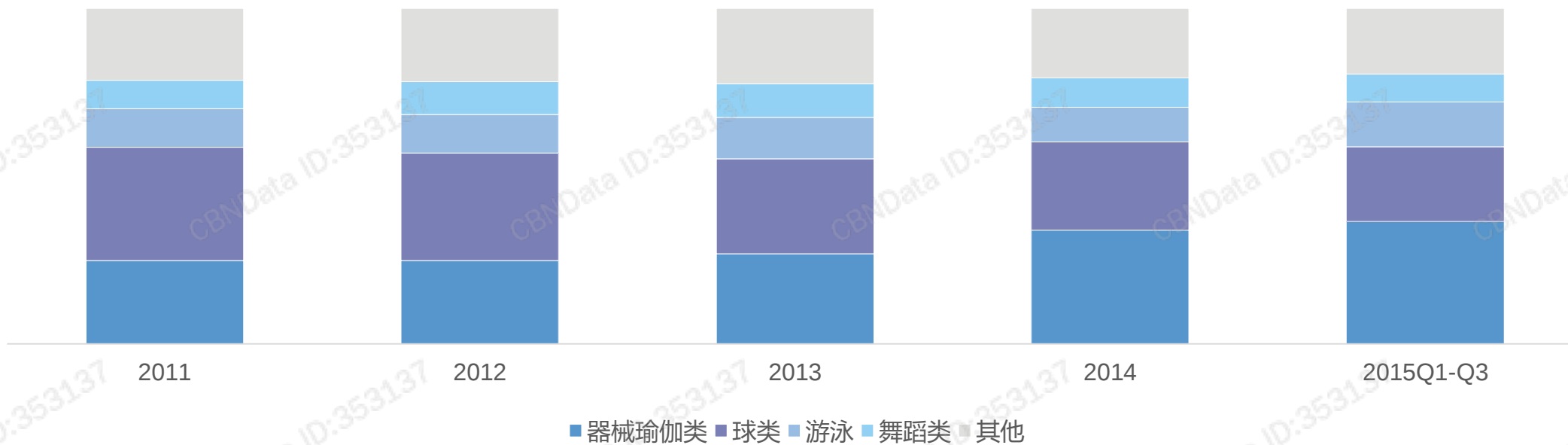
2013-2015Q3 运动健身类成交人数



商品画像-品类成交结构

- 细分品类来看，器械瑜伽类持续上涨，球类占比被压缩，游泳和舞蹈类小幅波动，但占比基本持平。

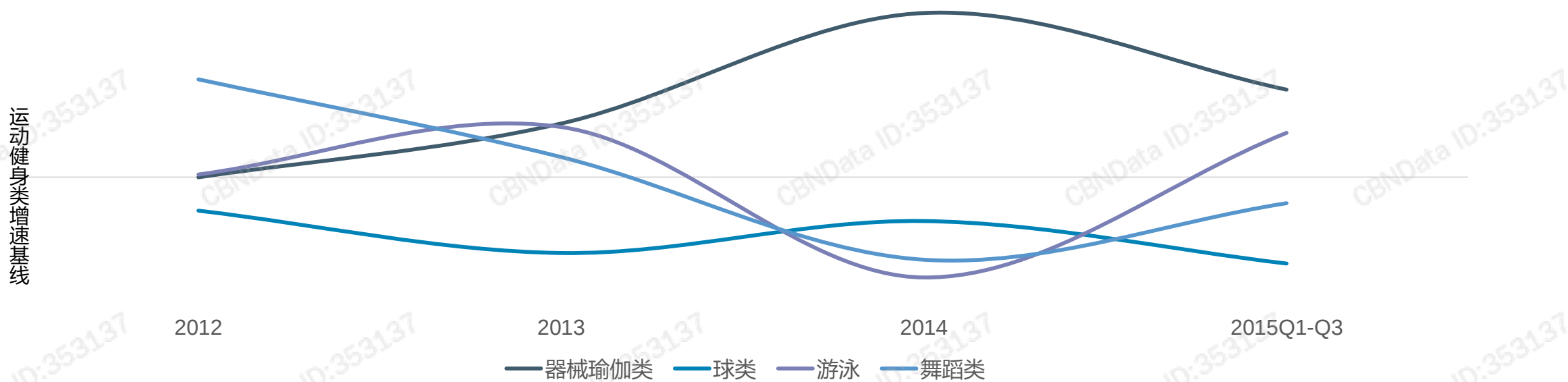
2011-2015Q3 运动健身类主要品类销售额占比



商品画像-各品类成交增速

- 增速方面，器械瑜伽类增速远高于整个类目，领跑行业发展。而球类和舞蹈类增速偏低，不及整个运动健身类目。游泳类增速与整体增速比波动较大。

2012-2015Q3 运动健身类主要品类销售额相对增速



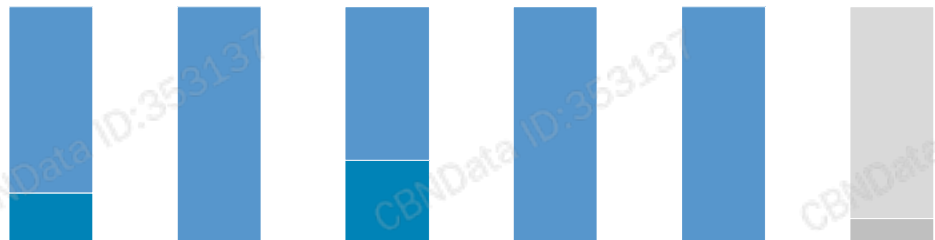
消费者画像-性别分布

- 消费者方面，运动健身类整体女性用户稍占多数，且近年来比例保持平稳。
- 细分品类来看，各项目差异非常明显。男性在球类运动占据多数，女性则在游泳和舞蹈类独领风骚。
- 游泳和舞蹈是运动健身类的大项，其女性占比多对大盘影响较重，除此之外，其他项目男性普遍占多数。

2011-2015Q3 运动健身类消费者性别分布



2015Q1-Q3 运动健身类主要品类
消费者性别分布



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_17374

