

户外类

行业研究报告



CBNData

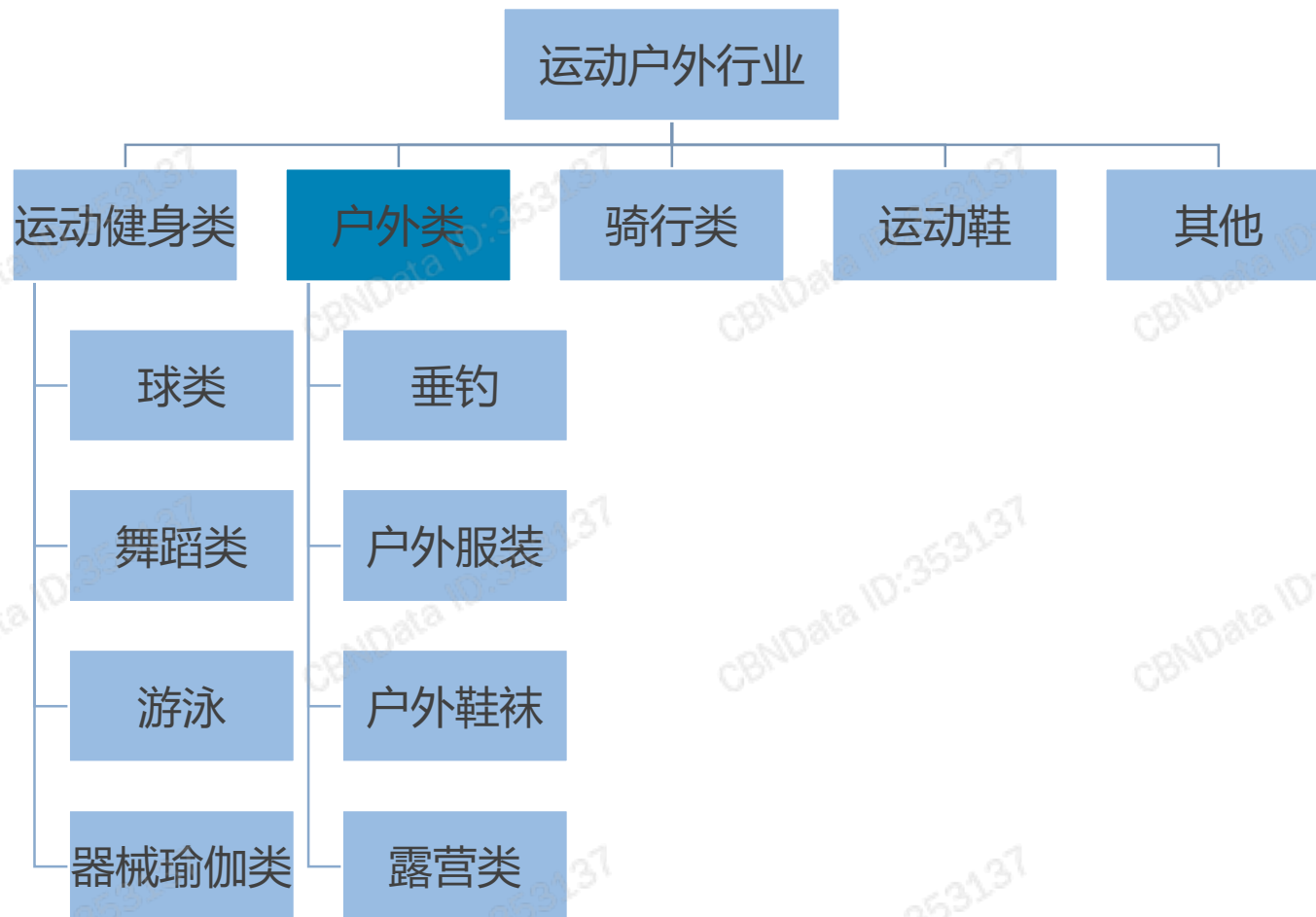
第一财经商业数据中心

户外运动以其亲近自然、挑战自我的特性在全球有着大量的拥趸。户外产业在中国几十年来经历了高速发展，并且形成了专业小众化与平民大众化并行的格局。

在淘宝平台下，户外类是运动户外行业的重要子类目，占比超过两成。其涵盖了垂钓、户外服装、户外鞋袜、户外用具等品类。

本报告（精简版）从阿里巴巴大数据出发，全面解读线上的户外类目。

户外类定义及研究范围



目录



行业概况



商品画像



消费者画像



移动趋势



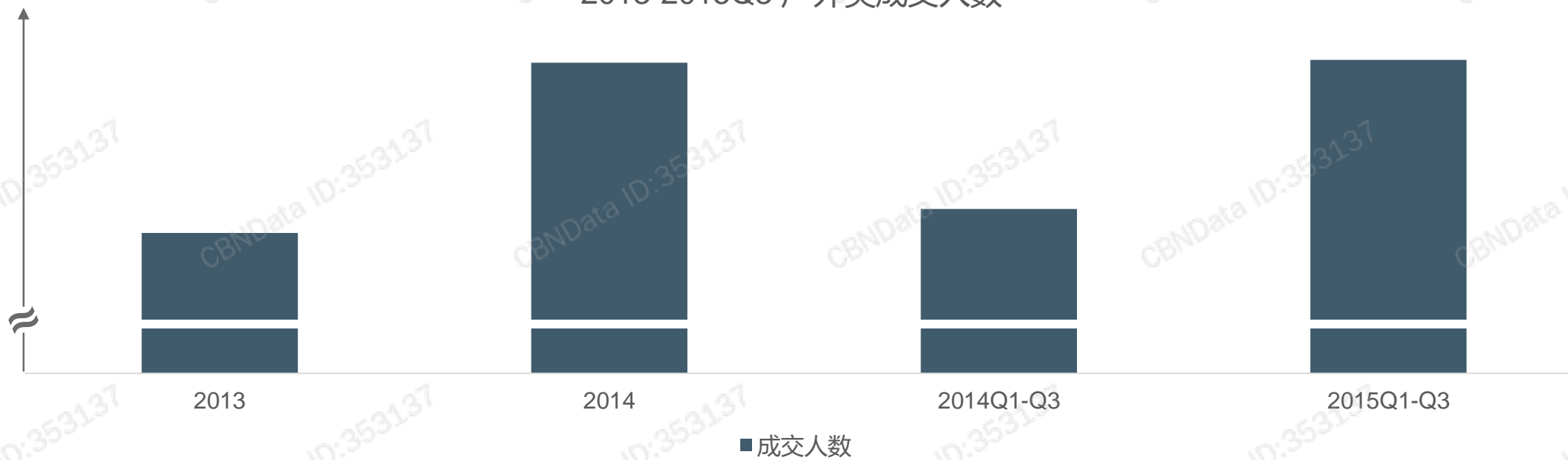
经营建议



附录

- 户外行业规模持续增长，增速仍保持在30%以上，高于大盘增速。
- “双11”对行业影响非常大；小高峰出现在每年5、6月份春夏之交和9、10月夏秋之交。春节期间和夏天是户外行业的淡季。

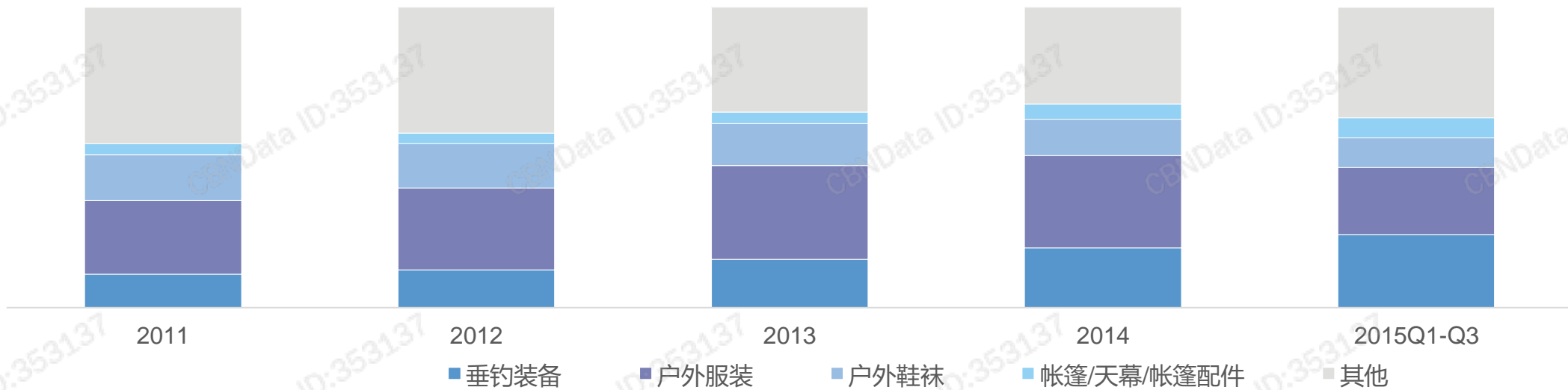
2013-2015Q3 户外类成交人数



商品画像-品类成交结构

- 细分品类方面，垂钓类近年来异军突起，占比持续上升，已经成为户外第一大品类。
- 户外服装和户外鞋袜作为曾经的主力品类，在发展进入成熟期后占比逐渐下降。
- 帐篷类占比也在稳步上涨中。

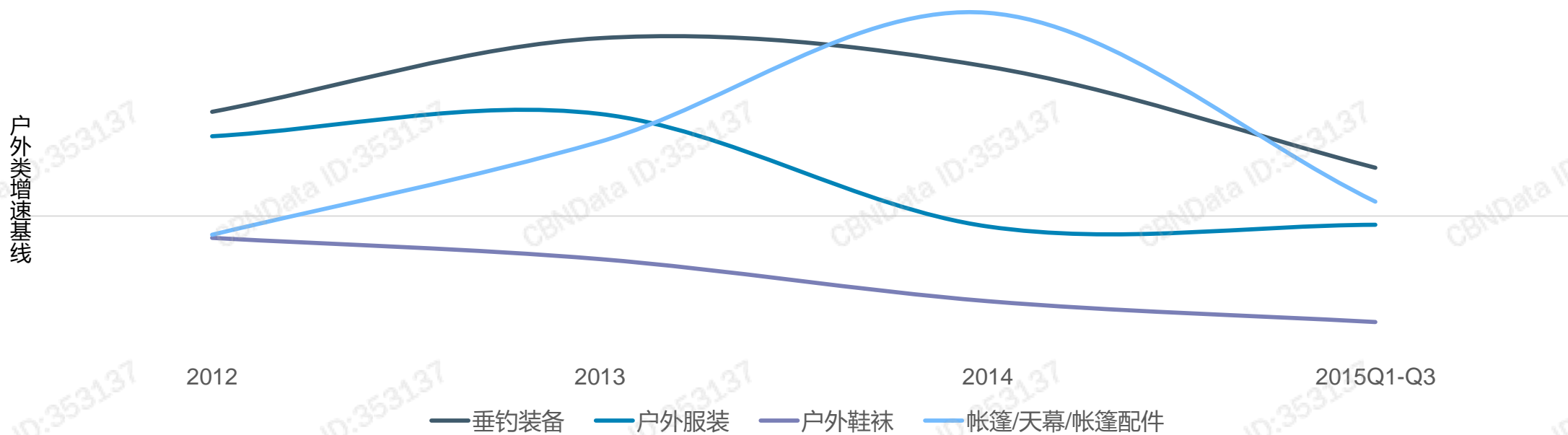
2011-2015Q3 户外类主要品类销售额占比



行业分品类增速

- 从增长速度来看，垂钓装备的增速长期高于行业平均水平，成为户外行业最大的亮点。帐篷类的表现也不错。
- 而户外服装和鞋袜作为基础户外装备，在经历了早期的爆发式增长后，目前增速低于整个户外行业。

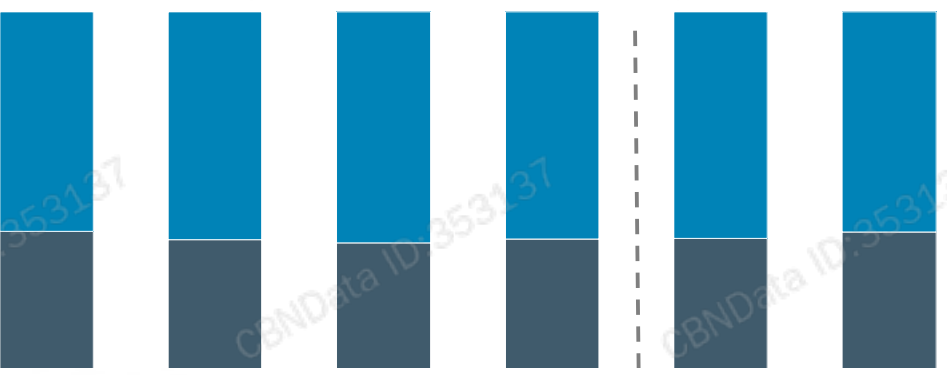
2012-2015Q3 户外类主要品类销售额相对增速



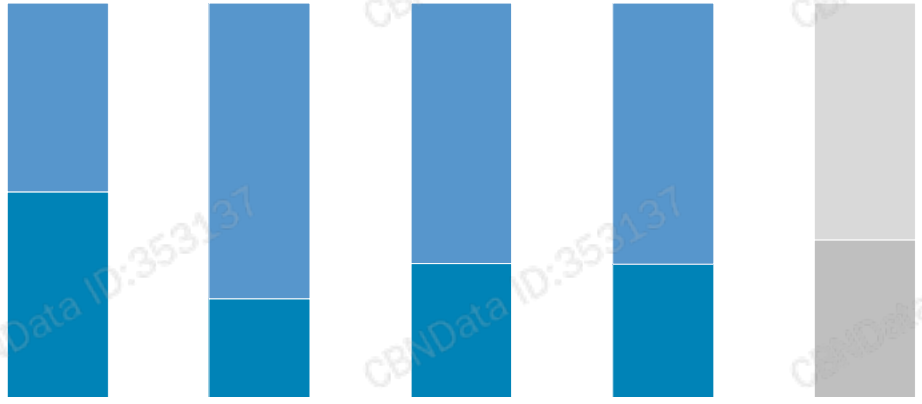
消费者画像-性别分布

- 消费者方面，户外行业男性用户稍占多数，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。男性在垂钓上占多数，女性则在服装、鞋袜中占上风。
- 帐篷男女平分秋色，与帐篷的家用属性相关。

2011-2015Q3 户外类消费者性别分布



2015Q1-Q3 户外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_17376

