

CBN'DATA

第一财经商业数据中心



2019

天猫大型健身器械 消费趋势白皮书

研究范畴界定

数据范畴：

- 本报告基于跑步机/大型健身器械行业，首先通过销售/消费规模、增长动力分析、行业渗透率和品牌竞争等维度分析了行业的发展趋势，其次针对线上消费客户的消费力/消费途径进行了剖析，用户特点进行了刻画；最后研究其垂直细分品类线上消费趋势，直观体现消费者的购买趋势和偏好

时间维度：

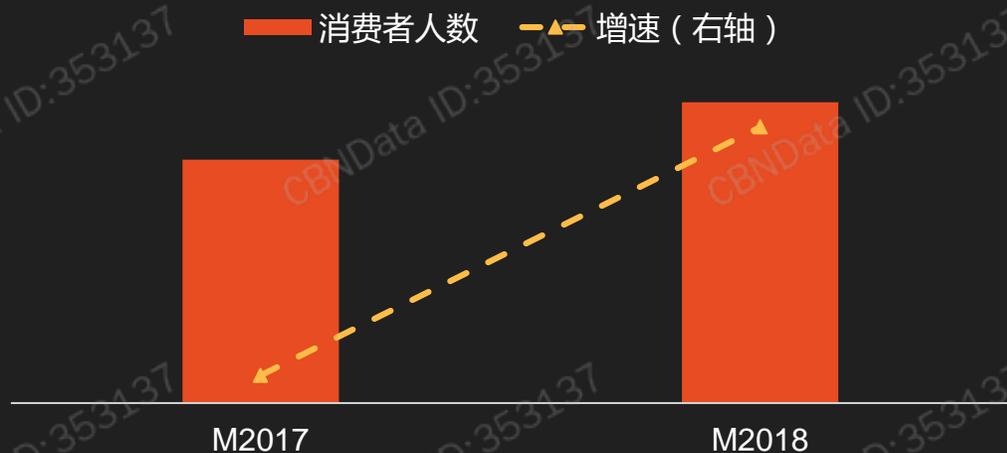
本报告时间范围是2016.10.01-2018.09.30，根据滚动年份进行计算：

- M2016指的是2015.10.01~2016.09.30；
- M2017指的是2016.10.01~2017.09.30；
- M2018指的是2017.10.01~2018.09.30；
- M2019指的是2018.10.01~2019.09.30

线上购买人数快速增加，行业渗透率逐年提升

M2018线上跑步机及大型健身器械消费人数较M2017大幅度增长；与此同时，跑步机/大型健身器械消费者在运动健身相关行业渗透率均在逐年提升，说明运动爱好者越来越偏好“在家健身”。

M2017-M2018跑步机/大型健身器械消费人数及增速



数据来源：阿里数据

M2017-M2018跑步机/大型健身器械行业渗透率

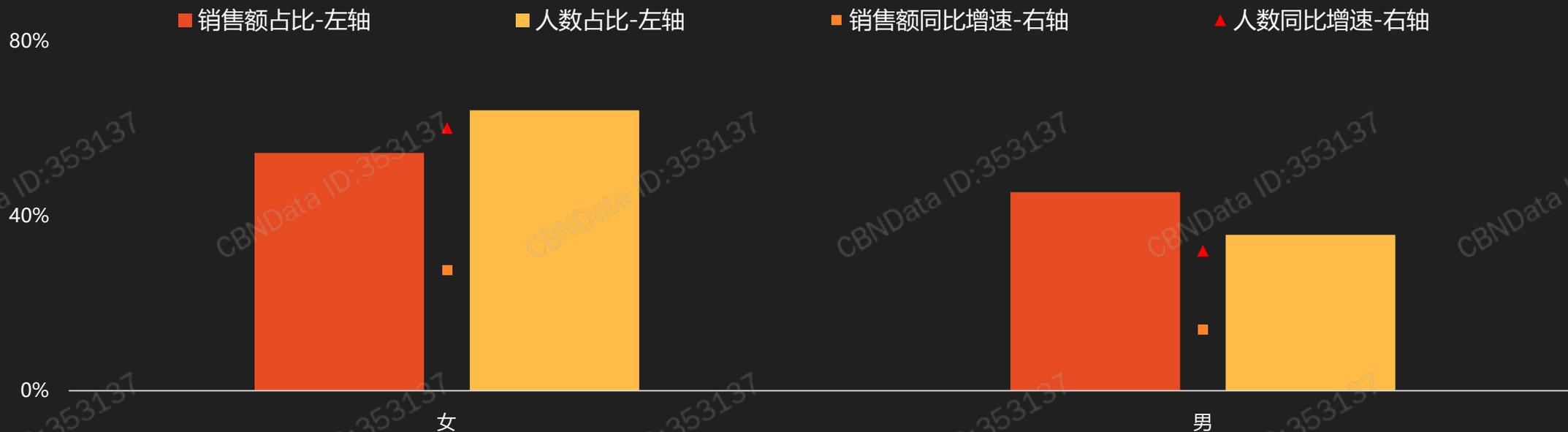


数据来源：阿里数据

女性对体重管理更严格，是线上大型健身器械主要消费群体

女性消费者人数占比六成以上，贡献金额五成左右，女性对自我身材管理要求更严格，因此对健身器械热衷度相对更高，不论是人数还是销售增速均高于男性群体。

M2018 男女用户跑步机/大型健身器械销售额和人数占比及增速

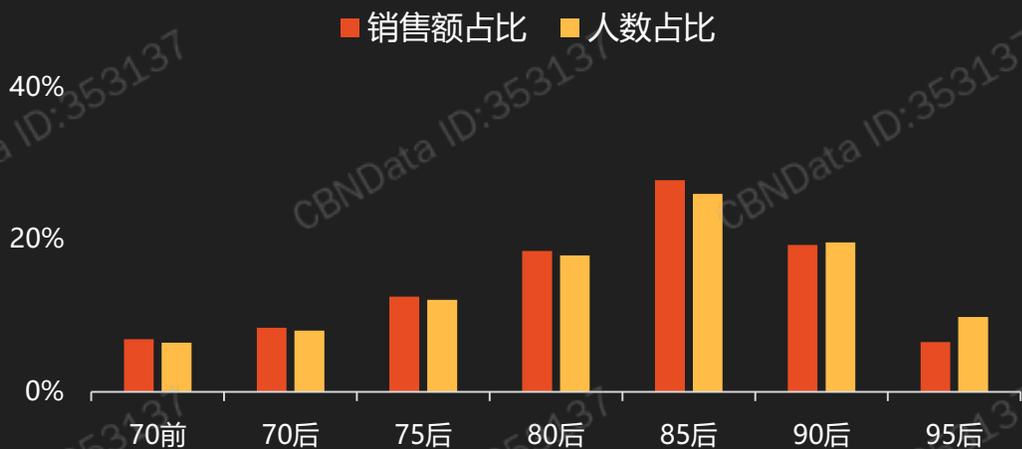


数据来源：阿里数据

85后是大型健身器械的主要消费者，95后潜力看好

85后是如今线上跑步机/大型健身器械的主要消费人群，其次为90后和80后，95后不论是人数还是贡献金额同比增速均十分可观，是品牌接下来可以关注的潜力人群。

M2018 各年龄段用户跑步机/大型健身器械销售额和人数占比



数据来源：阿里数据

M2018各年龄段用户跑步机/大型健身器械销售额和人数增速



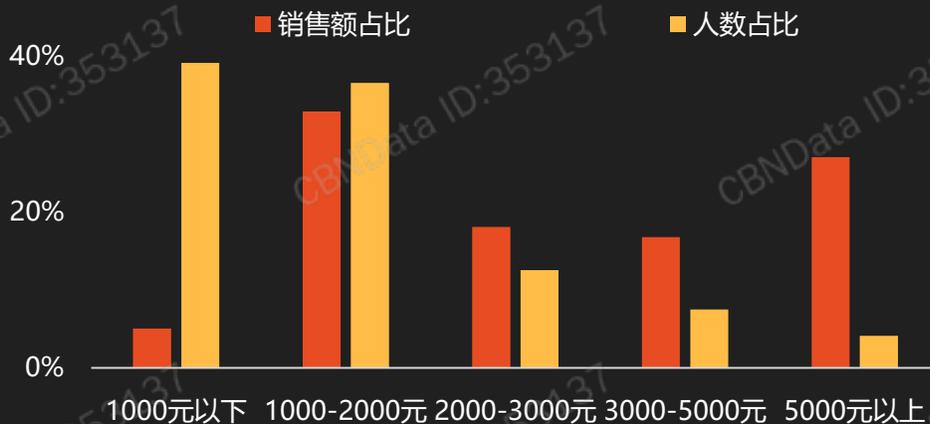
数据来源：阿里数据

四成消费者客单价为1000-2000元，2000-3000元升级潜力看好

近四成消费者客单价在1000-2000元，贡献金额三成左右；此外4%的消费者客单价超过5000元，贡献近三成销售金额。

虽然1000-2000客单价是主流价格位段，但2000-3000元客单价的消费者人数和消费金额增速相对更高，更具升级潜力。

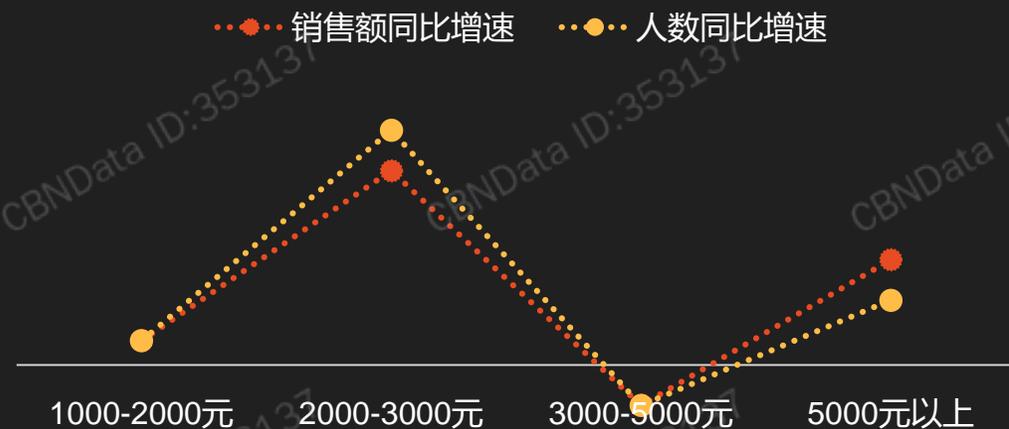
M2018 各客单价级别用户跑步机/大型健身器械销售额和人数占比



注：客单价指年消费金额

数据来源：阿里数据

M2018 各客单价级别用户跑步机/大型健身器械销售额和人数增速



数据来源：阿里数据

新客行业品类偏好

新客偏好TOP3品类分别为跑步机、划船机、椭圆机；

此外，新客好奇心较强，对力量训练器械和跳跳床/蹦蹦床这类商品也有较强购买兴趣

M2018新客偏好品类TOP5

TOP1	跑步机
TOP2	椭圆机
TOP3	划船机
TOP4	力量训练器械（综合型）
TOP5	跳跳床/蹦蹦床

数据来源：阿里数据

消费者搜索五大关键词：静音、折叠、多功能、减震和智能

近一年来消费者对大型健身器械的功能产生更多诉求，尤其在家庭使用场景中，跑步机及大型健身器械的静音效果最受消费者关注；折叠功能则解决了消费者家庭空间小等问题；此外，减震功能和智能功能的搜索提及率也十分突出。

2017.12-2018.9 跑步机/大型健身器械TOP5功能搜索词搜索提及率

■ 搜索提及率

50%



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_17160

