

运动户外

行业研究报告



CBNData

第一财经商业数据中心

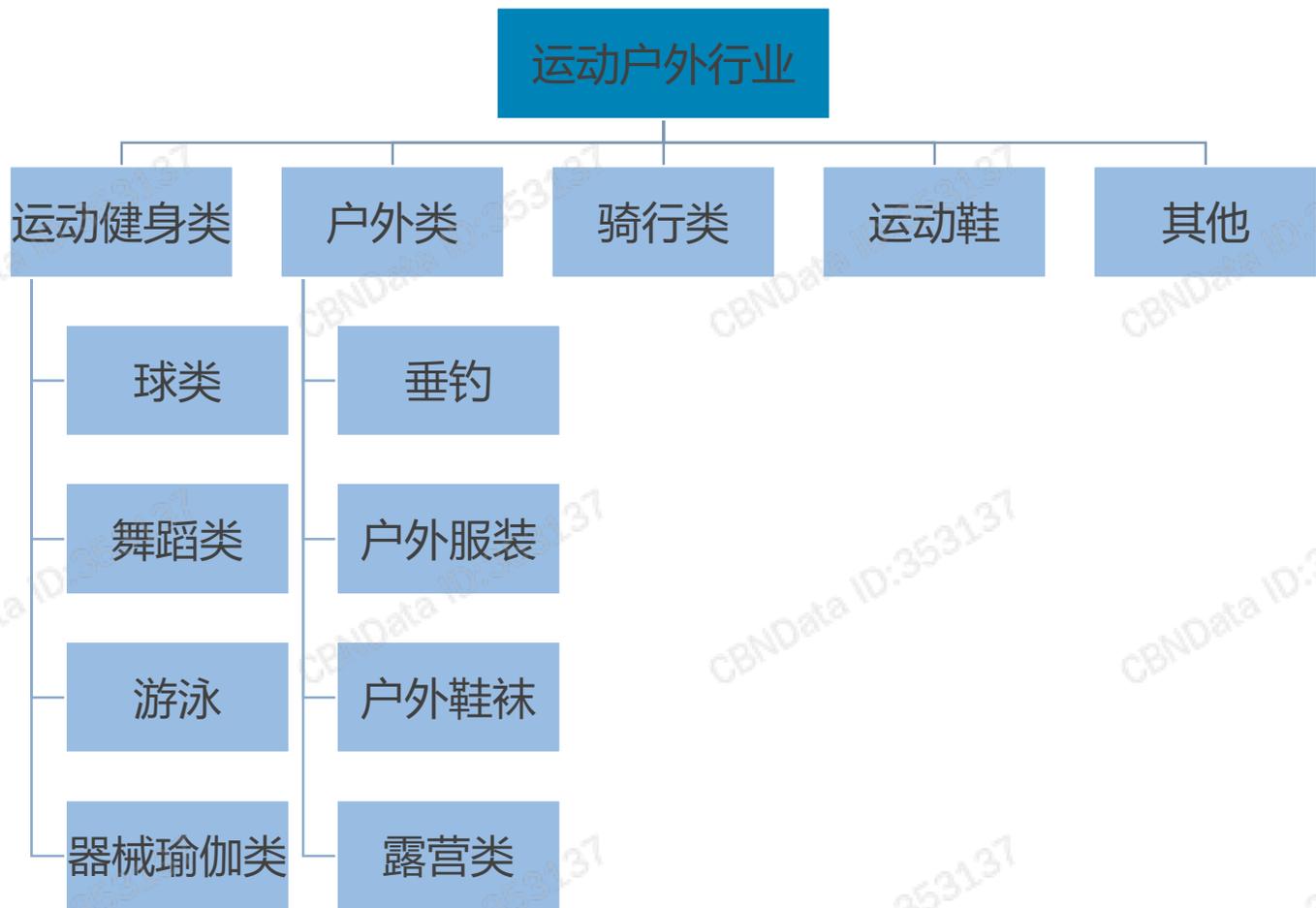
研究背景

运动户外行业正随着人们生活水平提高、对健康高质量生活的向往和全民健身的政策导向而持续发展。近年来，电商的兴起为行业发展带来新的生机。

运动户外行业是一个品类复杂多样的集合，电商门槛较低，容易标准化。传统品类稳健发展的情况下，不断有新兴运动品类在线获得较高关注。

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行业、健康中国。

运动户外行业定义及研究范围



注：根据阿里巴巴类目分类，本报告中运动户外行业包含运动健身类、户外类、骑行类、运动鞋和其他（运动服和运动包）。在总报告中，行业数据包含以上几类，子报告中将重点分析运动健身类和户外类。

目录



行业概况



商品画像



消费者画像



移动趋势



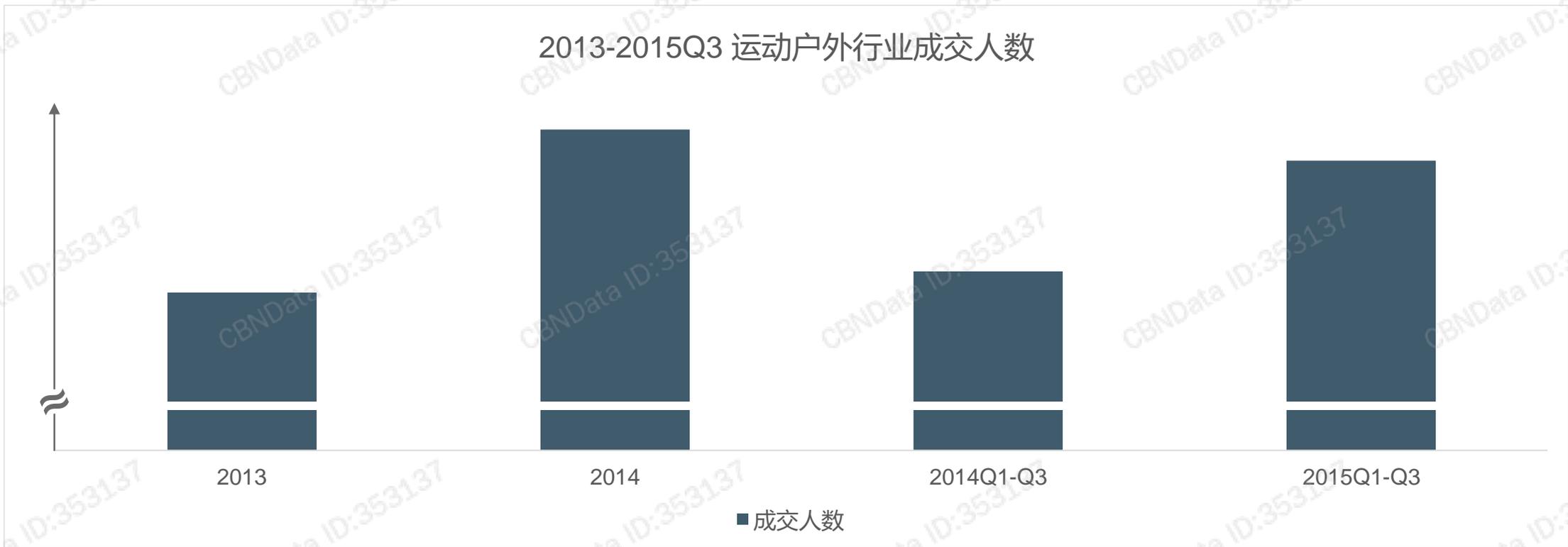
经营建议



附录

行业概况

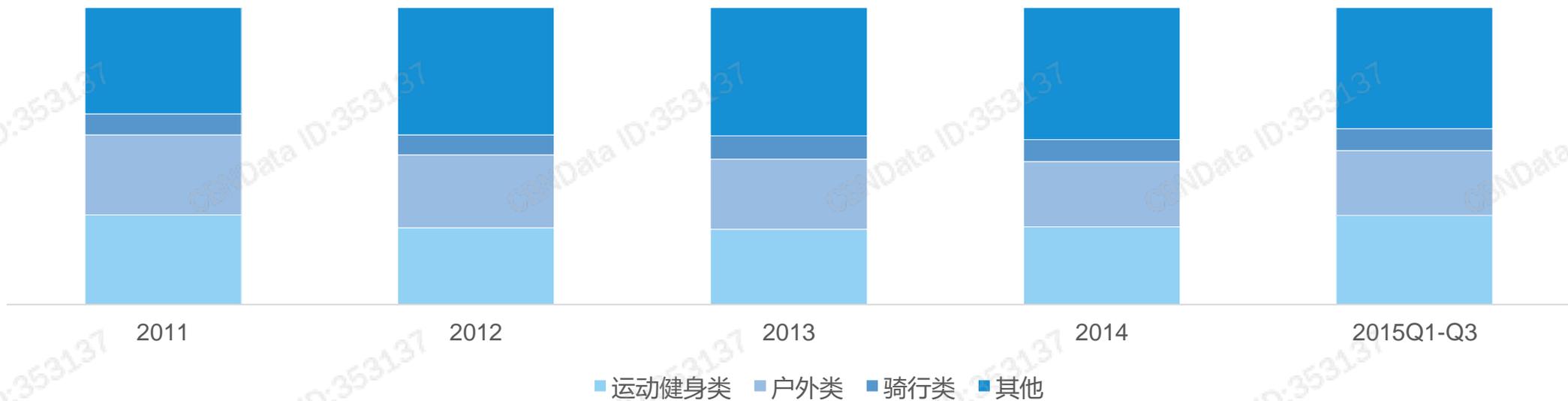
- 运动户外行业近年来的增长一直比较平稳，并且受季节性波动较小（春节除外），反映了消费者全年都有持续的运动热情。
- 参与人数的增加是推动运动户外行业增长的主要动力，全民健身之风渐起。



商品画像-品类成交结构

- 细分品类来看，运动健身在2012年经历了占比下滑，但2014年强势反弹，有望重回运动户外行业第一大品类。
- 户外类方面，近年来大量新兴户外项目出现，相关产品强劲增长，但是受户外服装、户外鞋袜这两个传统户外大类产品增长缓慢的影响，户外类占比持续下滑。
- 骑行类占比基本持平。

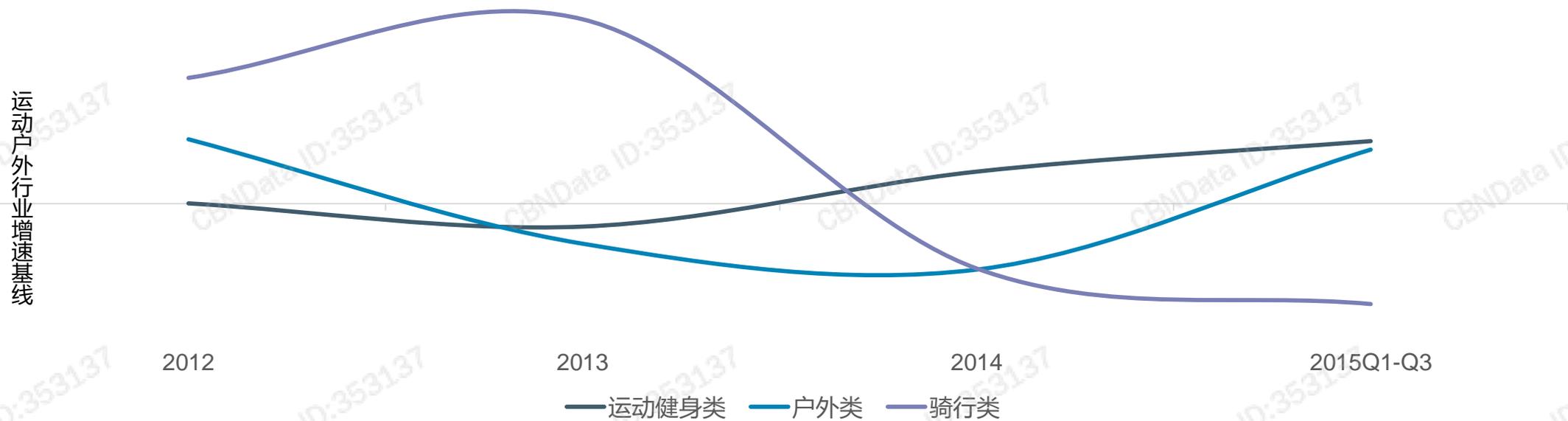
2011-2015Q3 运动户外行业主要品类销售额占比



商品画像-行业各品类成交增速

- 增长方面，运动健身类2014年以来表现抢眼，增速持续高于行业平均水平。
- 户外类在经历了2013、2014年的疲软后，2015年以来重拾高增长。
- 骑行类曾领跑行业增速，但2014年后表现低迷。

2012-2015Q3 运动户外行业主要品类销售额相对增速



商品画像-行业发展阶段

- 除了行业增长速度以外，我们还可以用“流量变现指数”（成交金额/浏览人数）来反映一个行业在线上的发展成熟度，以跑步机为例：

跑步机线上发展阶段

当某一项运动兴起时，会吸引大量用户关注

但市场仍处于培养和孵化期，流量变现能力较弱

随着行业逐渐走向成熟，流量的变现能力相应走强；但随之而来的是大量商家进入，市场竞争加剧，导致商品价格大幅下降

于是虽然浏览人数持续上升，但是流量变现能力达到瓶颈，甚至转为下滑

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_17375

