



### TABLE OF CONTENTS 目录

第一部分:	运动行业及品类	<b>烂发展现状</b>	3
2.1 潮酷女孩人群 2.2 健身达人人群 2.3 探险家人群洞	运动行业女性消 <sup>洞察</sup> ··········· <sup>察</sup> ··········	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
2.4 清凉女王人群	洞察・・・・・・・・・・	· · · · · · · · 26	
第三部分:	运动行业女子力	J品牌榜单·····	31

# 

全民健康意识觉醒,线上运动消费蓬勃发展;新时代女性更加自律,运动热情高涨



#### 线上运动行业规模稳步扩大,当代女性更加自律,多数有规律运动的习惯

随着全民健康意识觉醒,运动市场不断扩张。2017年起,线上运动市场规模达到千亿级,近几年仍保持稳步增长。调研显示,女性有健身习惯的比例高达7成;超半数的女性每周保持3次以上的运动频率。



2014-2021年中国线上运动用品市场规模及预测

数据来源:艾媒咨询《2019全球及中国体育消费产业现状及发展趋势分析报告》

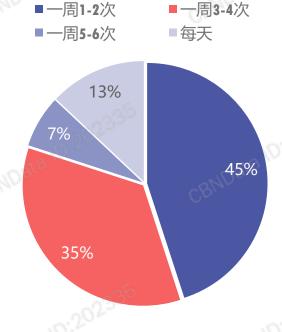
# 2020年女性有健身习惯的比例



数据来源:2020-CBNData女性品质生活问卷调码 N=1000

大数据 · 全洞察



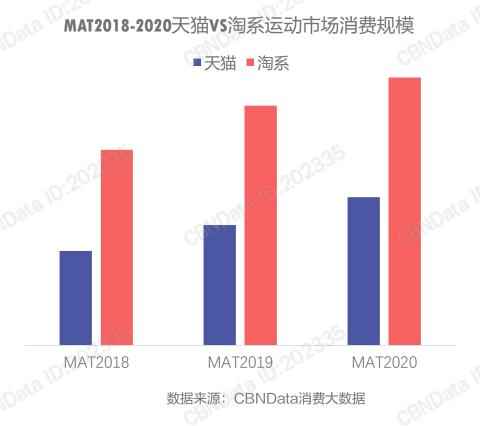


数据来源: 2020-CBNData女性品质生活问卷调研 N=1000

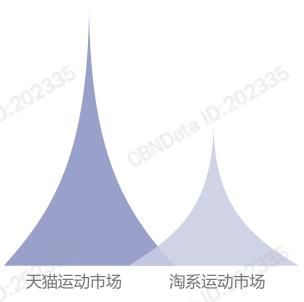


#### 天猫平台引领线上运动行业增长,女性运动消费占比逐年递增

天猫运动行业消费规模不断增大,MAT2020天猫运动增速超淘系整体运动市场近1倍,引领线上运动行业增长。近三年女性在整体天猫运动市场的占比逐年提升。



MAT2020天猫VS淘系运动市场消费 规模增速



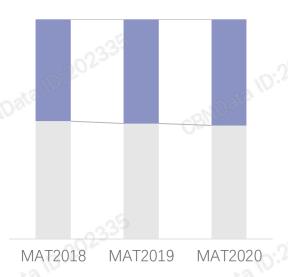
数据来源: CBNData消费大数据

大数据:全洞察

MAT2018-2020天猫运动市场分性别



消费规模占比



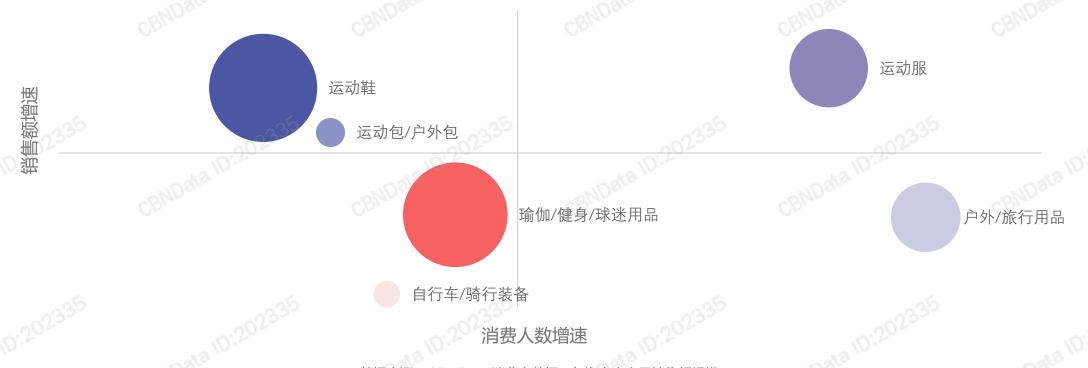
数据来源: CBNData消费大数据



#### 运动鞋是女性在运动市场的重点"投资",运动服品类潜力十足

女性在天猫运动市场消费主要集中于运动鞋及瑜伽/健身/球迷用品,其中运动鞋销售额规模高速扩张,是市场发展的主力品类;运动服无论是销售额增速还是消费人数都保持着高速增长,是较具潜力的品类。

MAT2020天猫运动市场女性一级类目消费规模、增速及消费人数增速

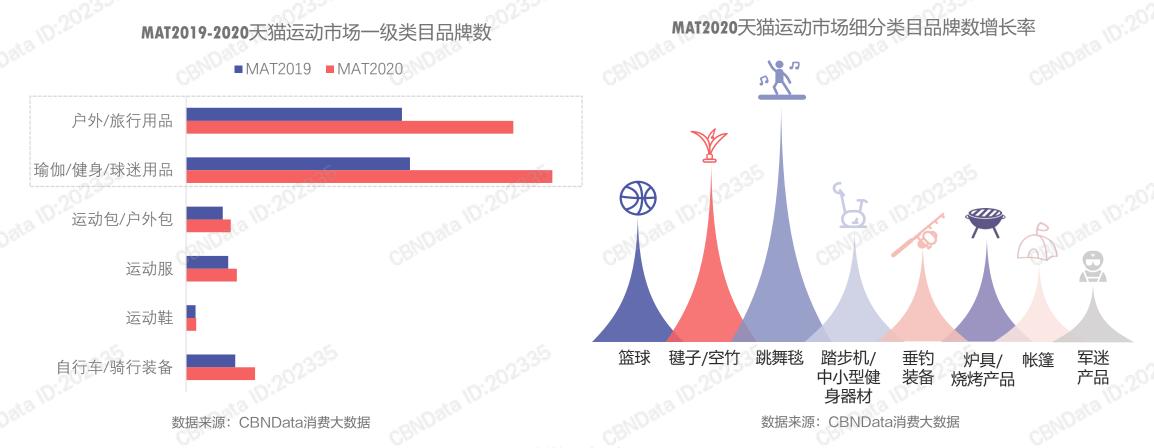


数据来源:CBNData消费大数据;气泡大小表示销售额规模



#### 运动鞋品牌格局稳定,户外/旅行用品及瑜伽/健身/球迷用品类目品牌"全面开花"

运动鞋品牌数较少且无明显变化,品牌格局较为集中且稳定;户外/旅行用品及瑜伽/健身/球迷用品两大类目品牌数大且显著增长,其中跳舞毯、毽子、踏步机以及户外烧烤炉具品牌数增长较快,品类市场丰富度大大提升。

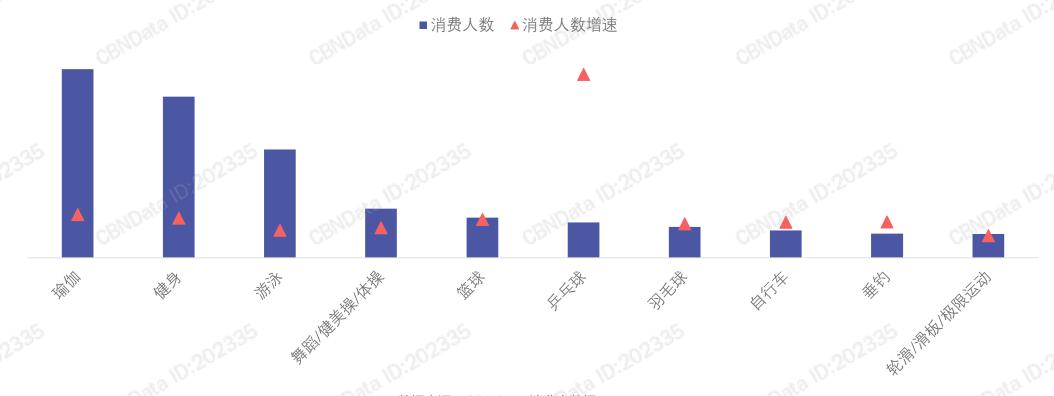




#### 瑜伽相关的女性消费者人数最多,乒乓球消费人数增速最快

MAT2020年各运动方式中,消费人数最多的是瑜伽,健身器械紧跟其后受到女性消费者的欢迎; 乒乓球消费人数近一年增长高于其它运动方式。

MAT2020天猫运动市场各运动方式女性消费人数及增速



数据来源:CBNData消费大数据

# 运动行业女性 消费者洞察

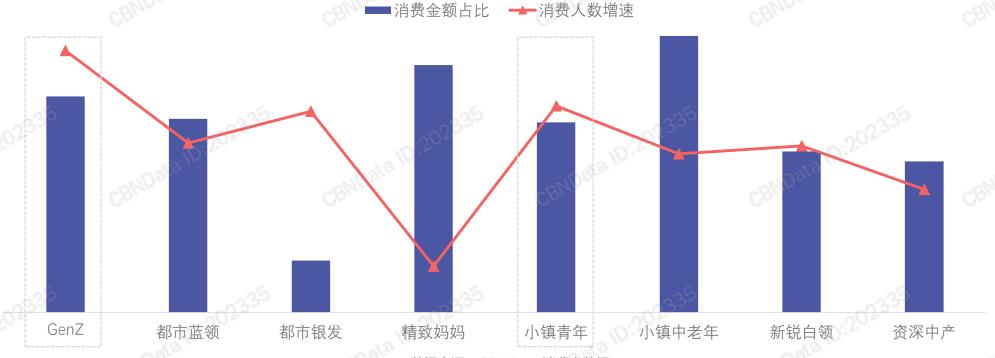
女性消费者各有消费主张, 四类特色人群展现当代女子力



#### "有钱有闲"的成熟女性为运动"一掷干金",年轻一代积极加入运动大军

财力充裕、生活稳定的小镇中老年和精致妈妈贡献了女性运动市场最多的消费额,GenZ和小镇青年人群消费人数高速增长,越来越多年轻人加入运动的行列。

#### MAT2020天猫运动市场女性分八大人群消费占比&人数增速



数据来源: CBNData消费大数据



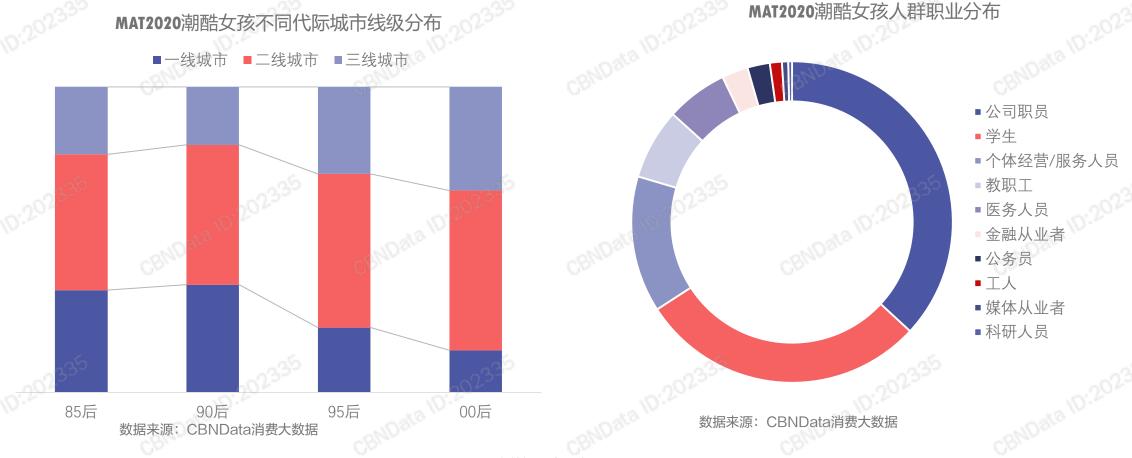
# 潮酷女孩

一二线城市居住,公司白领及学生为主 颜值为上,追逐潮流,为新潮剁手



#### 潮酷女孩|一二线上班族和学生是追逐运动潮流的主力军

潮酷女孩主要在富有活力的一二线城市生活,其中Z时代一线城市比例更高;该人群公司职员及学生的比例近7成。

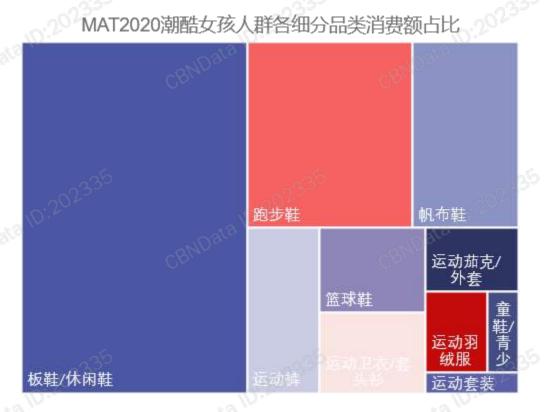


大数据・全洞察

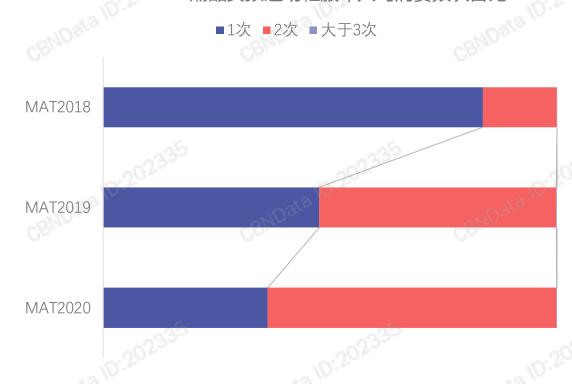


#### 潮酷女孩|潮酷女孩钟情潮鞋,每年为运动剁手次数增加

潮酷女孩最热衷于消费的是板鞋、跑步鞋、帆布鞋等运动鞋品类; MAT2018年,超八成的人运动鞋服的消费频次为每年一次,到MAT2020年,人均消费频次两次的人数已反超,达60%以上。



MAT2018-2020潮酷女孩运动鞋服年人均消费频次占比



数据来源: CBNData消费大数据 数据来源: CBNData消费大数据



#### 潮酷女孩|复古老爹鞋呈爆发式增长,品牌联名款表现亮眼

老爹鞋和联名款运动潮鞋是当下最热门的单品。潮酷女孩对联名款运动鞋的消费量稳定增长,而对老爹鞋更是喜爱有加,MAT2020年她们的老爹鞋消费增长尤为显著。

#### MAT2018-2020潮酷女孩老爹鞋销售量 +约600% MAT2018 MAT2019 MAT2020 MAT2018-2020潮酷女孩联名款运动鞋销售量 +约120% MAT2018 MAT2019 MAT2020 CBNData消费大数据

#### 老爹鞋热门单品



Skechers斯凯奇 厚底熊猫鞋



Fila 斐乐网面 复古老爹鞋



李宁低帮复古 网洞老爹鞋

#### 联名款运动鞋热门单品



Adidas City Pack 北京城市联名款



斯凯奇×美少女战士



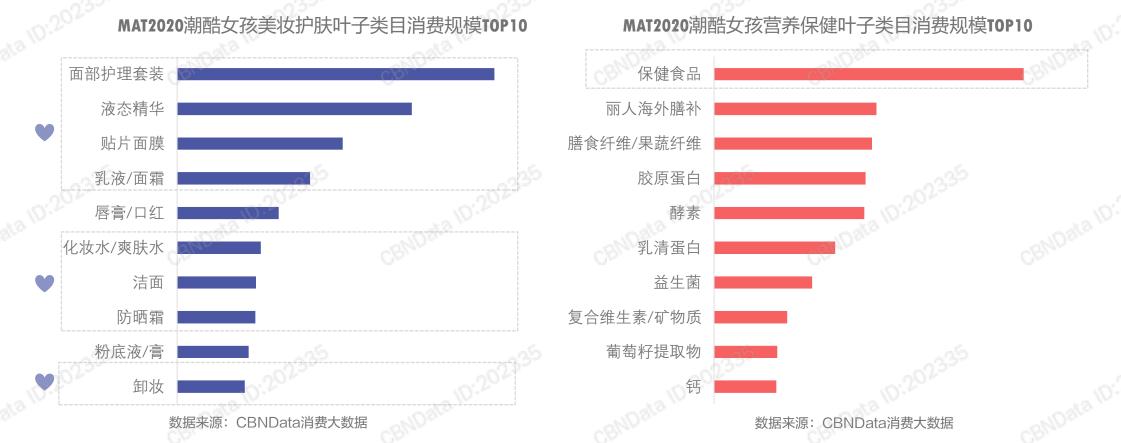
士安踏×可口可乐

图片来源: 天狐



#### 潮酷女孩|美内外兼修,潮酷女孩护肤养生两手抓

潮酷女孩生活精致,美妆护肤消费规模前十多数为皮肤护理品类,此外她们也关注养生,保健食品配合运动以获得更具品质的生活。





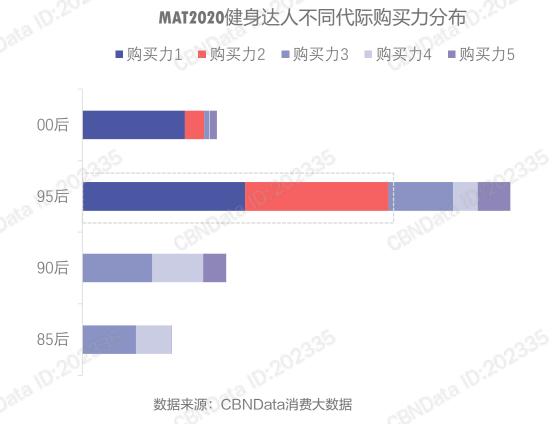
# 健身达人

集中于95后,自律养生身材和脸蛋都严格管理



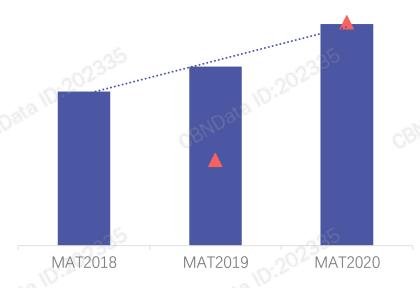
#### 健身达人 95后是健身达人的主力军,为身材投资不犹豫

运动达人集中于初入社会的95后,虽然未完全实现财务自由,但她们为健身剁手毫不手软,近三年人均年消费额及 购买频次双双上涨。



MAT2018-2020健身达人年人均消费额及购买频次增速

▲人均购买频次增速



数据来源: CBNData消费大数据



#### 健身达人|瑜伽和各型健身器械是健身达人的最爱,在家也能轻松享"瘦"

健身达人关注度最高的是家用健身及放松相关的产品;她们消费最多的品类是瑜伽、跑步机等大型健身器械以及踏步机等中小型健身器材。

#### MAT2020健身达人健身品类热搜词



#### MAT2020健身达人人群健身各细分类目消费额占比



数据来源:CBNData消费大数据,热搜词热度从左到右,从上到下逐渐递减

-数据·全洞察 18

CBNData消费大数据



#### 健身达人按情过后,健身意识更深入人心,居家健身爆发式增长

疫情居家,健身达人加强了家庭健身活动,1月-3月,瑜伽相关产品及踏步机的消费都呈现上升的态势,尤其是瑜伽 垫更是实现了爆发式增长,销售额超618等购物节期间。







Keep塑形瑜伽环



Keep高腰瑜伽裤

图片来源: 天猫



#### 健身达人身材和脸都要美,健身达人钟情美妆产品

健身达人对妆容和对身材一样"严格"要求,眼影、唇釉等彩妆产品偏好度较高;注重蛋白质摄入及睡眠质量,她们偏爱购买乳清蛋白及褪黑素。



TGI偏好度=健身达人人群美妆护肤各品类销售量占比/整体女性人群美妆护肤各品类销 售量模占比−1,>0表示偏好,<0表示不偏好 数据来源:CBNData消费大数据 「GI偏好度=健身达人人群营养保健各品类销售量占比/整体女性人群营养保健各品类销 售量占比−1,>0表示偏好,<0表示不偏好 数据来源:CBNData消费大数据

□数据·全洞察 20



# 探险家

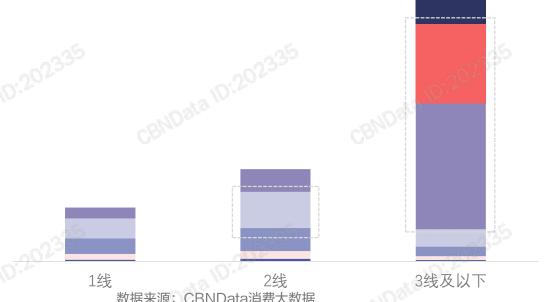
三线及以下城市的年轻群体, 爱好户外运动, 为齐全便利的出行装备买单



#### 探险家|低线级城市的年轻人更亲近自然,随行装备考虑齐全

3线及以下城市的90后、95后以及2线城市的85后,是探险家最主要的人群;她们会关注户外运动所需要的方方面面,从冲锋衣到野餐垫,从一次性毛巾到烧烤架,事无巨细地准备出行装备。

# MAT2020探险家不同城市线级代际分布 ■70后 ■75后 ■80后 ■85后 ■90后 ■95后 ■00后



MAT2020探险家户外运动品类热搜词



数据来源: CBNData消费大数据

大数据・全洞察

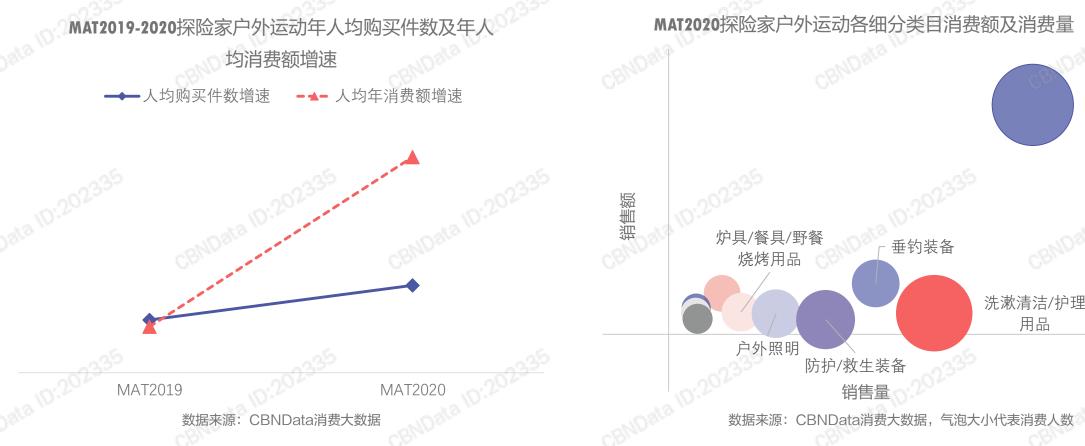


用品

户外服装

#### 探险家|人均消费金额不断提升,户外服装是探险家最核心的消费品类

探险家们户外运动年人均消费金额高速提升;户外服装无论是销售额、销售量还是消费人数都处于该人群的第一位; 垂钓作为家庭出游时较受欢迎的活动,也贡献了较高的销售额。



23



#### 探险家|户外野餐成为探险家最in生活方式

探险家们紧跟时下社交媒体盛行的户外野餐潮流,尤其是野餐篮、野餐垫等品类近两年销售额的复合增长率超80%。



# 户外野餐场景图



#### 探险家|户外运动频繁,探险家看重皮肤修复,偏好额外摄入矿物质和维生素

探险家注重修复性护肤, 防晒、卸妆、精油修复"装备齐全"; 配合户外运动, 她们更注重矿物质和维生素的补充。

#### MAT2020探险家美妆护肤销量TOP10叶子类目偏好度



#### MAT2020探险家营养保健销量TOP10叶子类目偏好度



TGI偏好度=探险家人群美妆护肤各品类销售量占比/整体女性人群美妆护肤各品类销售 量模占比-1,>0表示偏好,<0表示不偏好

量模占比−1,>0表示偏好,<0表示不偏好 数据来源:CBNData消费大数据 「GI偏好度=探险家人群营养保健各品类销售量占比/整体女性人群营养保健各品类销售 量占比−1,>0表示偏好,<0表示不偏好 数据来源:CBNData消费大数据

□数据·全洞察
29



# 清凉女王

**26-35**岁,一二三线城市精致白领,消费力高,热衷水上运动



#### 清凉女王人均年消费额不断攀升,沿海地区更偏好在水中感受夏意

近三年清凉女王在夏季运动品类上投入不断加码,人均年消费金额增长近20%;她们多数来自消费力高的一线城市,沿海城市广州及深圳的消费人数增速显著高于其它城市。



MAT2020清凉女王各城市消费人数及增速



#### 清凉女王|热爱水上运动,精挑细选泳衣既为自己也为家人

清凉女王贡献了超六成的消费额在游泳相关用品上;该类人群的热搜词显示,她们搜索最多的是各类泳衣,不仅关注长袖、分体等款式,也关注儿童泳衣和宝宝泳衣。

MAT2020清凉女王夏季运动品类销售额占比



数据来源: CBNData消费大数据

MAT2020清凉女王夏季运动品类热搜词



数据来源: CBNData消费大数据



#### 清凉女王|裙式连体泳衣备受追捧,更多泳衣款式可供选择

泳衣的款式品种丰富,其中最受清凉女王青睐的是裙式泳衣,裙式连体泳衣及裙式分体泳衣消费分列消费人数最多的泳装款式一二位。

#### MAT2020清凉女王人群泳装款式消费人数占比



数据来源: CBNData消费大数据

#### 热销泳衣单品



Balneaire裙式 连体泳衣



Balneaire连体 平角泳衣



Balneaire三角连体连体泳衣/ 三角比基尼

图片来源: 天狐

大数据·全洞察 19



#### 清凉女王|偏好面膜眼膜护肤,清凉女王勤补充维生素

清凉女王偏好敷面膜和眼膜,精致护肤;在营养保健方面,她们更爱日常补充维生素和海外进口膳补产品。

#### MAT2020清凉女王营养保健销售量TOP10叶子类



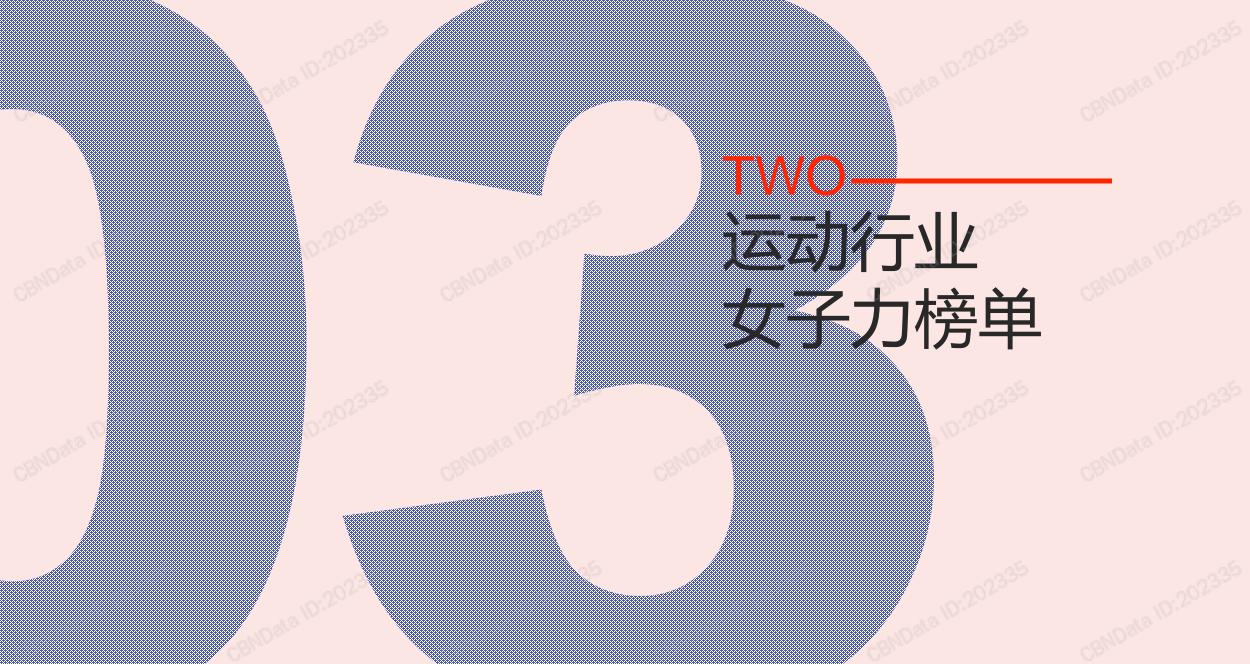
TGI偏好度=清凉女王人群美妆护肤各品类销售量占比/整体女性人群美妆护肤各品类销售量占比-1,>0表示偏好,<0表示不偏好数据来源: CBNData消费大数据

#### MAT2020清凉女王营养保健销售量TOP10叶子类



TGI偏好度=清凉女王人群营养保健各品类销售量占比/整体女性人群营养保健各品类销售量占比-1,>0表示偏好,<0表示不偏好数据来源:CBNData消费大数据

·数据·全洞察 3





#### 610运动女子力榜单



数据来源: 天猫



#### GenZ女性挚爱运动大牌

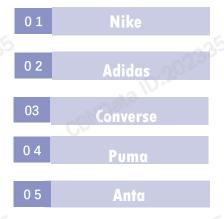


运动鞋服

**沾**力健身

女子出游

女子清凉



0 1	Кеер
02	奥义
03	中欧
GP.	
0 4	Tomore
0 5	Yottoy

01	Youngtime
	_aS
0 2	蕉下
03	
	Ch.
0 4	迪卡侬
0 5	原始人
	02

01	361度游泳
وكور	
02	佑游
	10.4
03	羽克
	Co.
0 4	Speedo
0 5	迪卡侬

数据来源: 天猫

大数据·全洞察



#### 精致妈妈挚爱运动大牌



运动鞋服

01 Lululemon
02 Keep
03 Nike
04 奥义

活力健身

女子出游

女子清凉

01 Nike

02 Adidas

03 Underarmour

04 Fila

05 Converse

01 Youngtime
02 迪卡侬
03 蓓安适
04 骆驼户外

02 迪卡侬
03 Balneaire
04 361度游泳

数据来源: 天猫

01

0 2

0 4



#### 新锐白领挚爱运动大牌



02

活力健身

女子出游

女子清凉

02 蓓安适 0 4

02 04

数据来源: 天猫

32 大数据·全洞察

## DATA COVERAGE 数据说明

数据来源:CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据,全方位洞察消费特征和行业趋势,助力商业决策。

#### 具体指标说明:

数据时间段:

MAT2018: 2017.3.31-2018.04.01 MAT2019: 2018.3.31-2019.04.01 MAT2020: 2019.3.31-2020.04.01

人群标签:基于消费者在平台上一年消费行为确定;

为了保护消费者隐私和商家机密,本报告所用数据均经过脱敏处理。

## COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容(包括但不限于文字、 图片、图表、标志、标识、商标、商号等)版权均归上海第一财 经数据科技有限公司(以下简称"我司")所有。

凡未经我司书面授权,任何单位或个人不得复制、转载、重制、 修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或 全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的,均属于侵犯我司版权的行为,我司将追究其法律责任,并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

## ABOUT US 关于我们

报告作者: 戴紫薇

联系我们: Data@dtcj.com

商务合作: BD@dtcj.com

加入我们: JOB@dtcj.com

# ■ 第一财经商业数据中心介绍:

关于第一财经商业数据中心(CBNData)是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心,构建了跨领域的商业数据库和面包不同商业场景的数据服务体系及数

构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品;「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景,为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业,用内容连接用户,以"数据+媒体"的倍增效应,全面提升中国商业世界的运行效率。

## FOLLOW US 关注我们

更多数据 扫码关注



CBNData官网



CBNData官方微信号

**CBNDATA** 等一财经商业当

大数据・全洞察