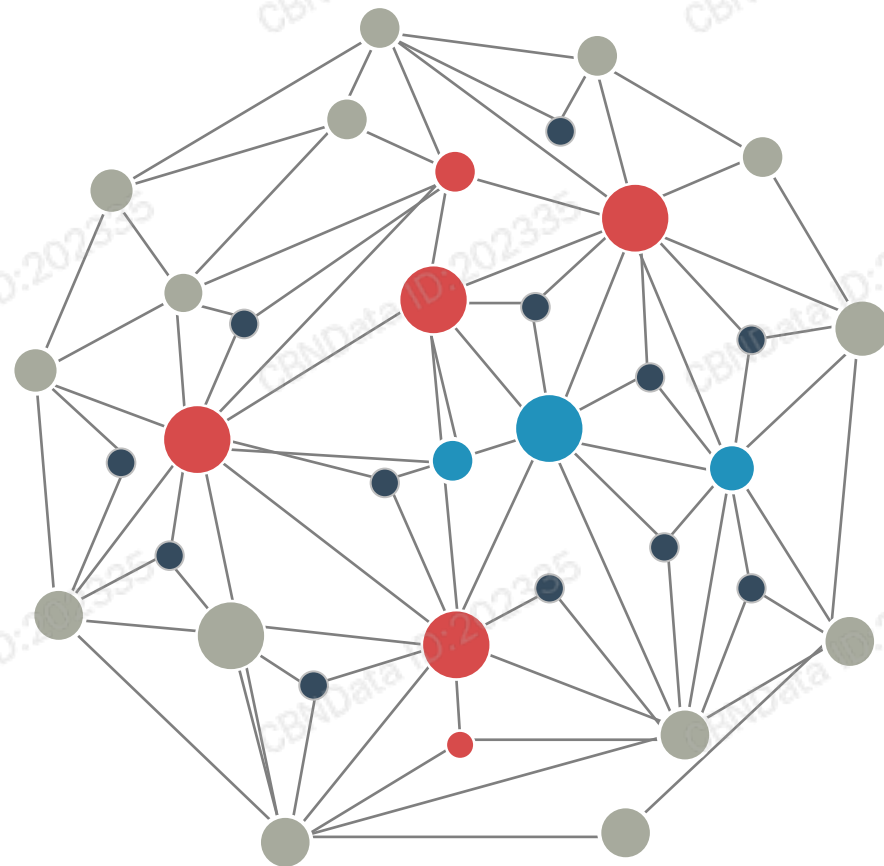


运动服饰行业报告

SPORTS WEAR INDUSTRY REPORT

数据源：360全网，2017年~2018年



CONTENTS

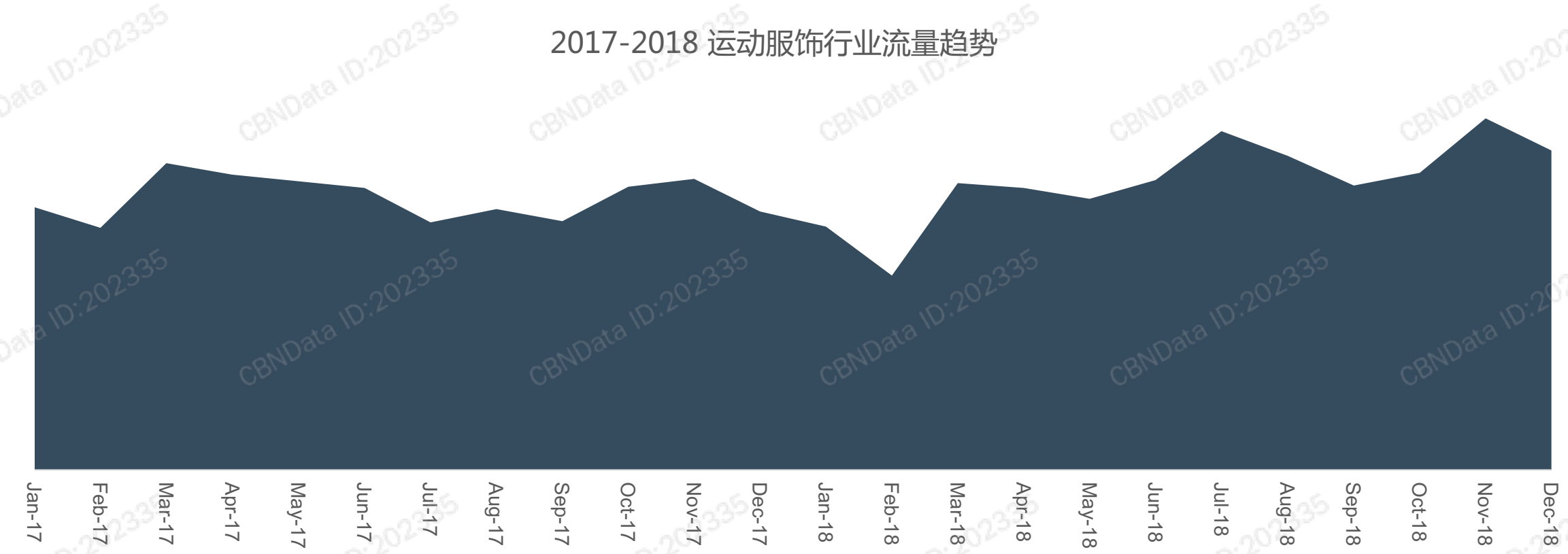


1. 行业概况 INDUSTRY
2. 品牌简析 TOP BRAND
3. 行业关键字 KEYWORD
4. 人群特征 TARGET

行业整体关注趋势

■ 2018年对比2017年，运动服饰行业整体流量稳重有升，涨幅约为6.3%。

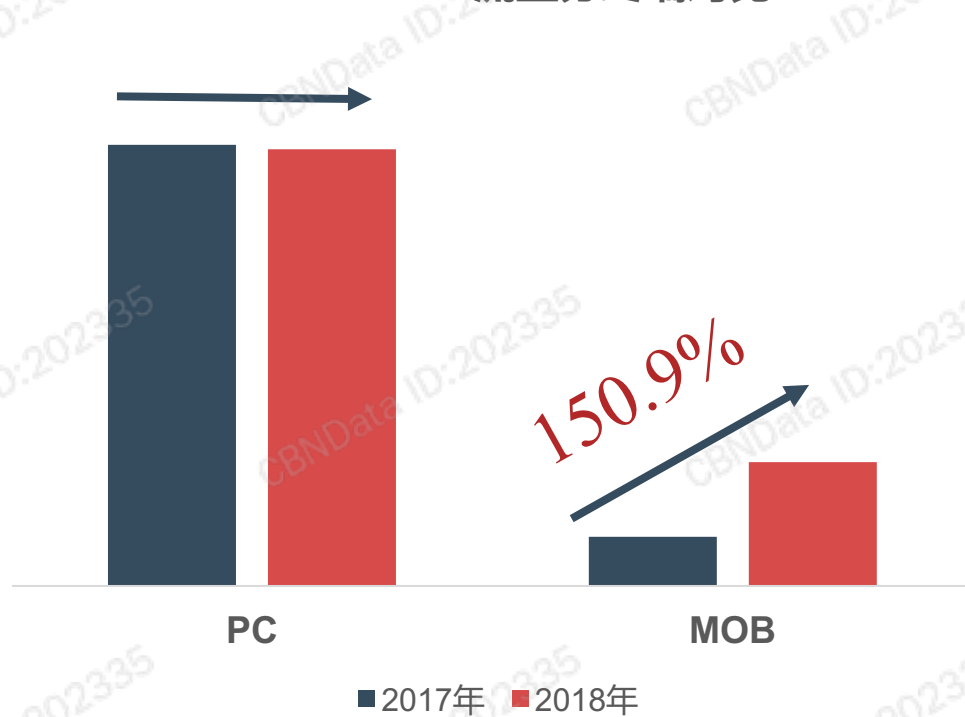
2017-2018 运动服饰行业流量趋势



行业分终端流量情况

- 2018年对比2017年，PC端流量小幅下降，MOB端暴涨150%，占比提升至25%

2017 VS 2018 流量分终端对比



75%

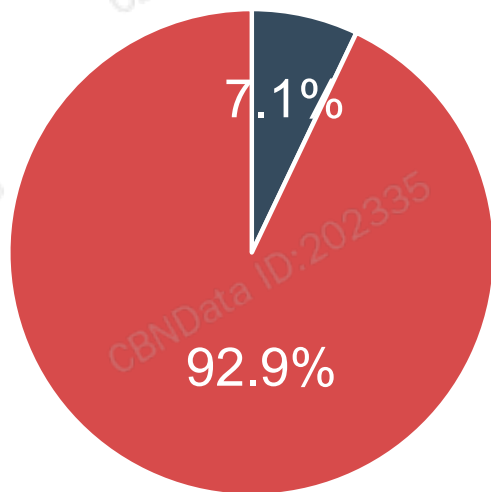


25%

行业分词类流量分布

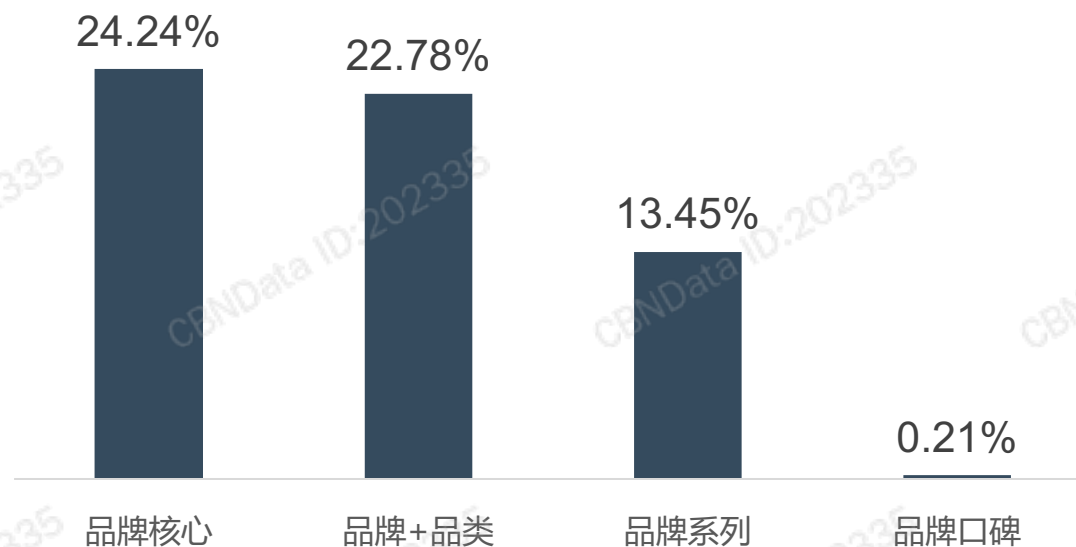
- 行业内的品牌影响较大，品牌相关流量占比行业流量超9成，消费者偏好带品牌的行业检索词。

2018分词类流量分布



■ 行业词 ■ 品牌词(含产品词)

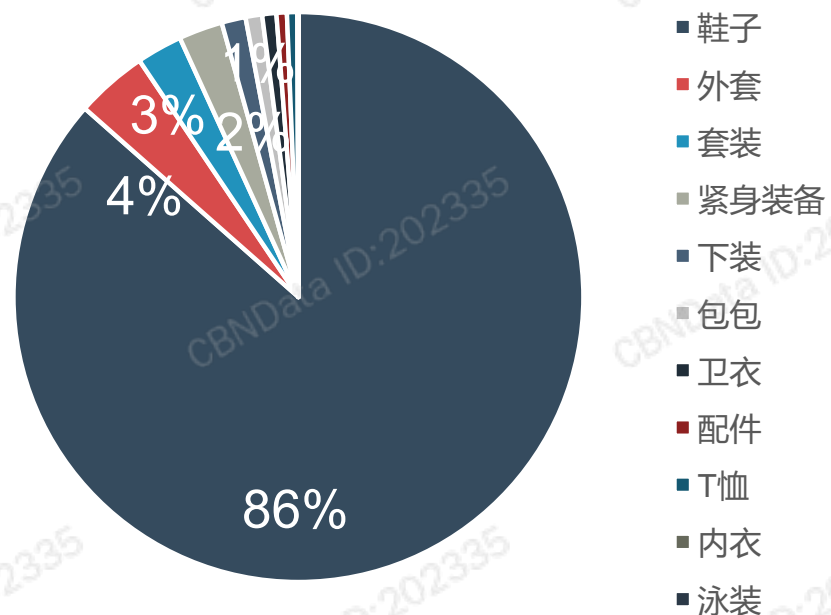
2018年行业品牌词类分布（不含品牌长尾）



行业分品类关注分布

- 从品类流量占比来看，鞋子份额最高，2018年对比2017年也有近20%的增长幅度。

2018年行业品类流量分布



2018 VS 2017 品类涨幅TOP4



50%



17%



11%

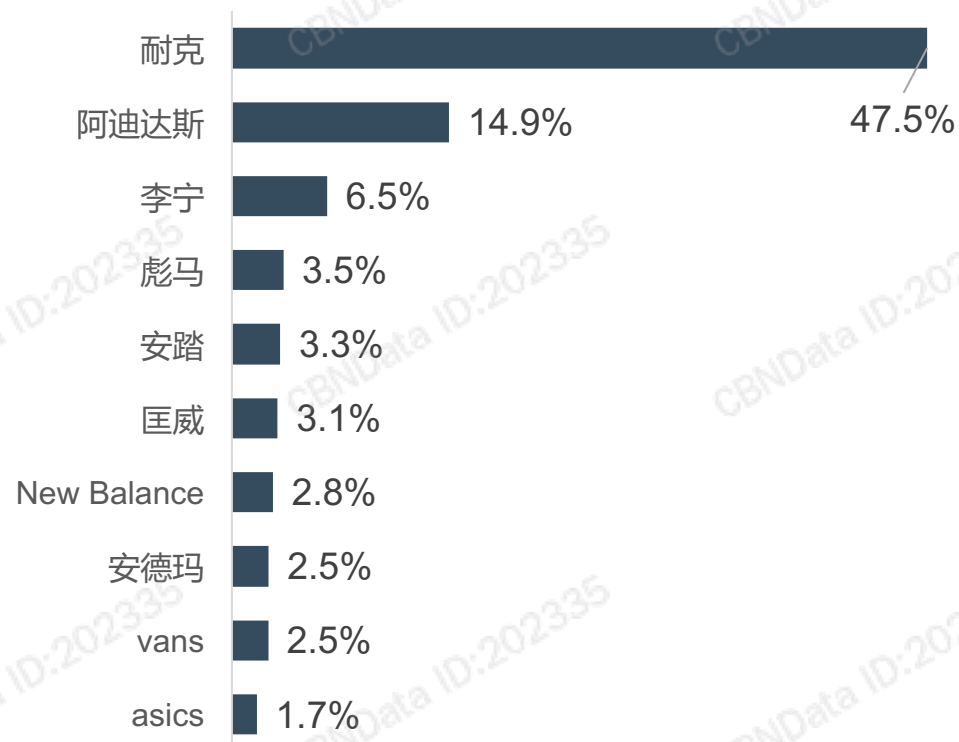


18%

行业品牌关注分布

- 品牌头部效应明显，TOP10品牌占据整体近9成流量份额。

2018年行业品牌TOP10



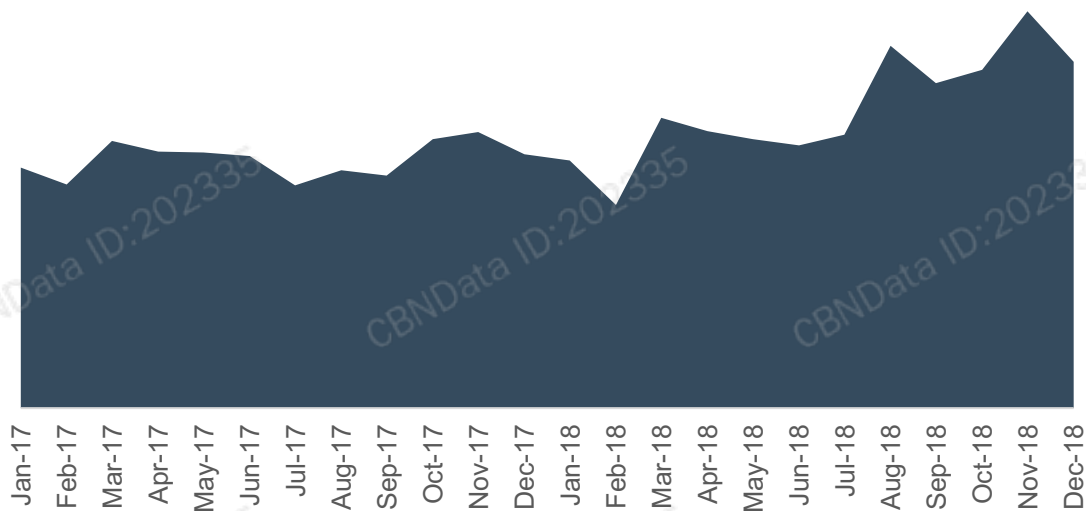
2018 VS 2017 品牌涨幅TOP4



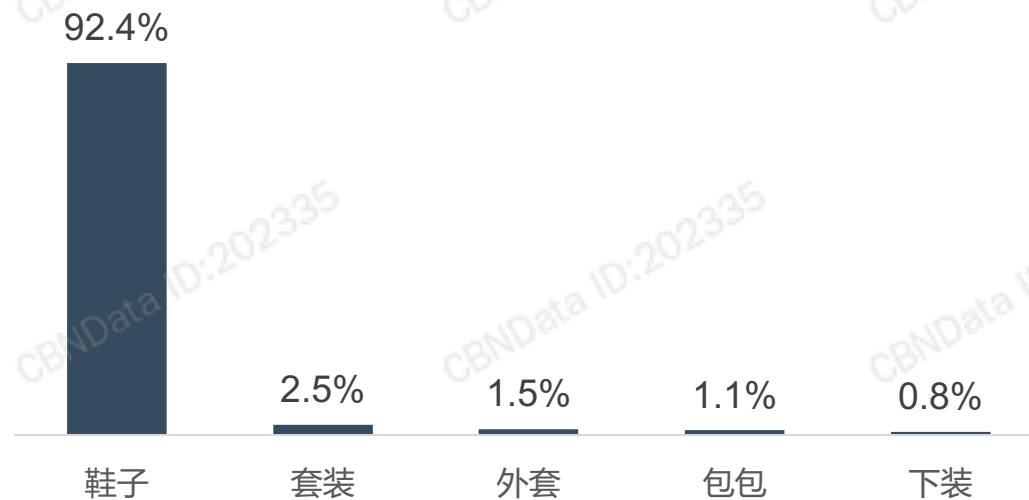
行业TOP1品牌简析-耐克

- 耐克品牌流量持续增长，在AJ品牌带动下，鞋子品类的流量占比超9成，超过行业整体。

2017-2018 耐克品牌流量趋势



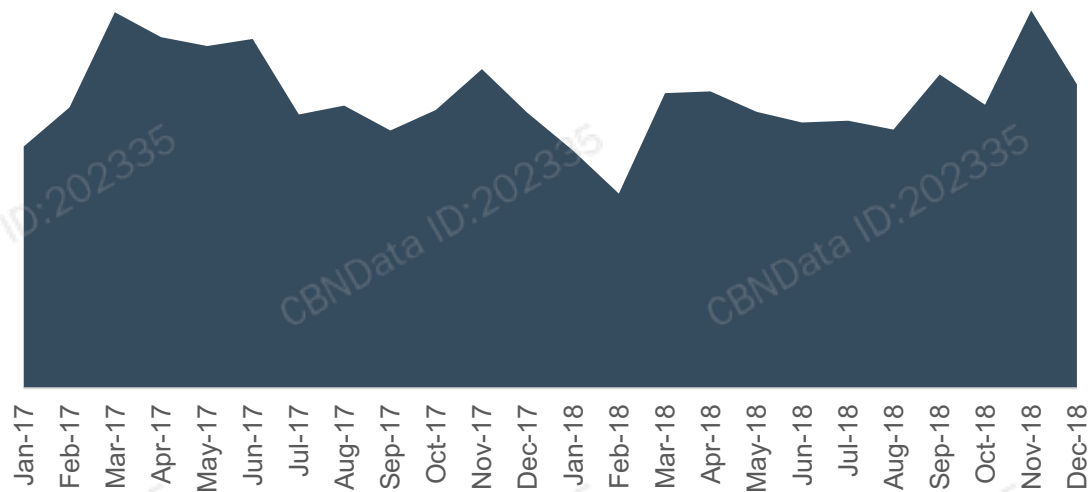
2018年耐克品类TOP5关注分布



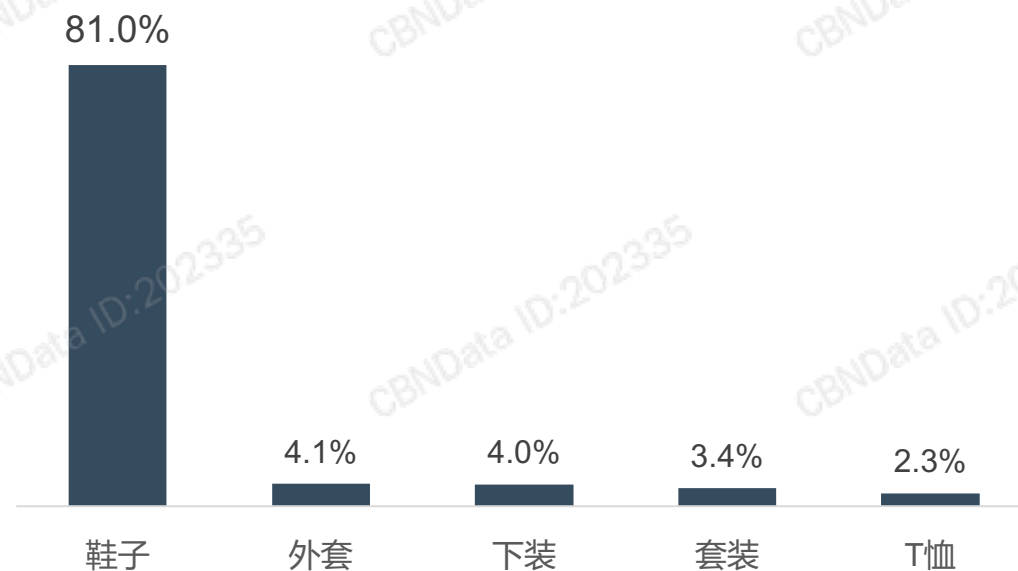
行业TOP2品牌简析-阿迪达斯

- 2018年阿迪达斯品牌流量对比2017年有小幅下降，鞋子品类占比约8成，低于行业整体。

2017-2018 阿迪达斯品牌流量趋势



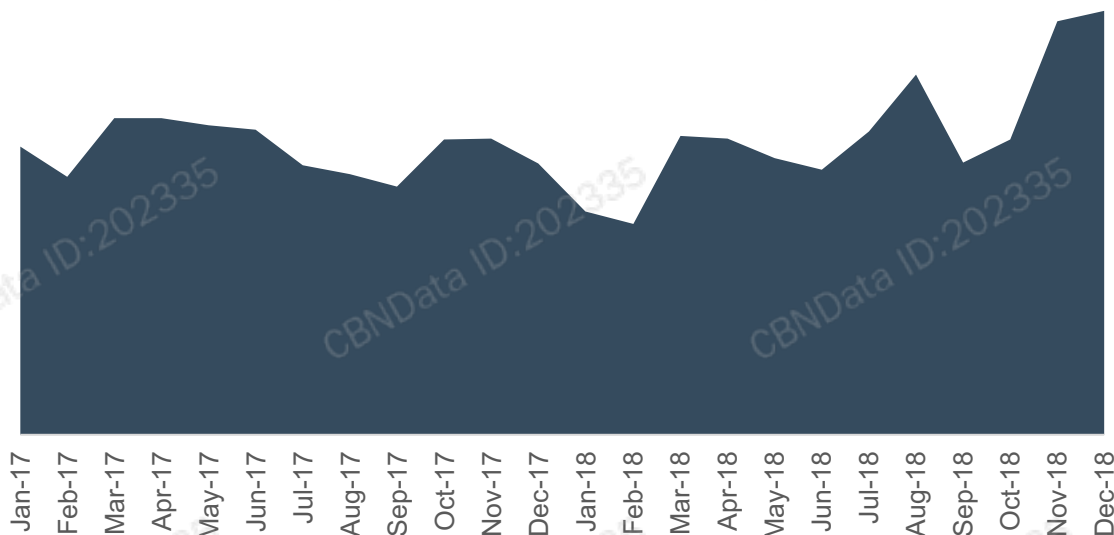
2018年阿迪达斯品类TOP5关注分布



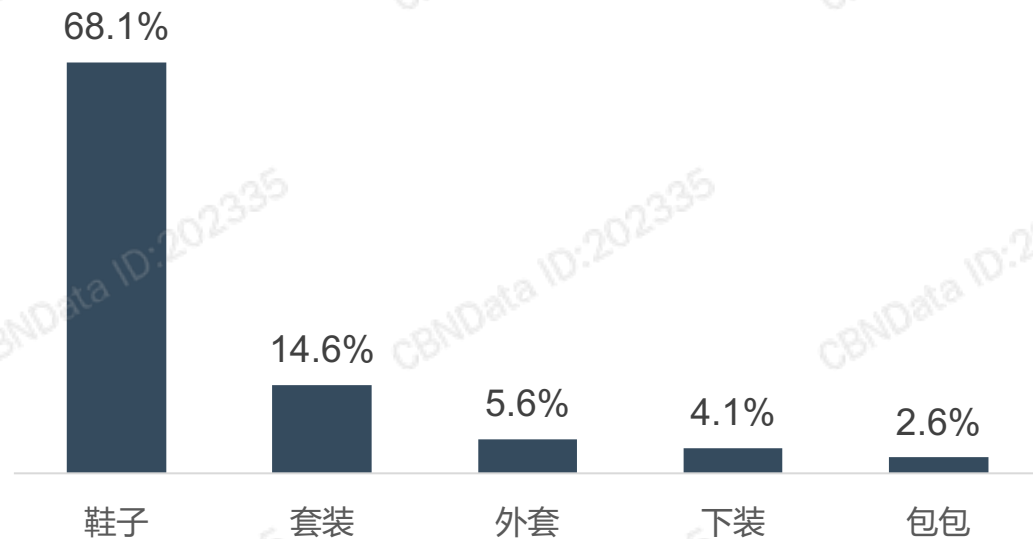
行业TOP3品牌简析-李宁

- 2018年李宁品牌流量对比2017年有小幅上涨6%，鞋子品类占比相对较低。

2017-2018 李宁品牌流量趋势



2018年李宁品类TOP5关注分布



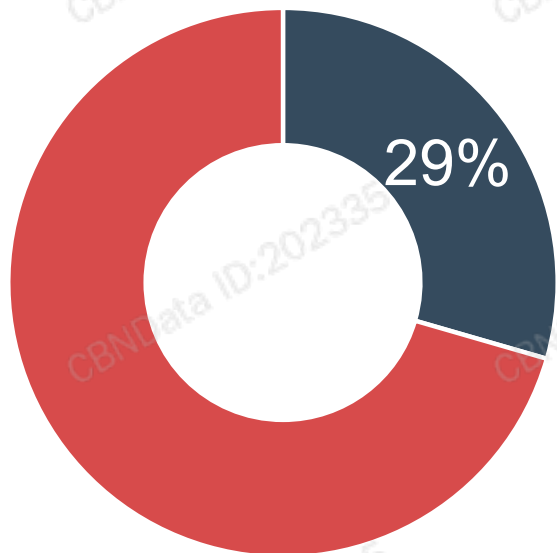
消费者买买买更信赖 品牌官方旗舰店

360 营销学院

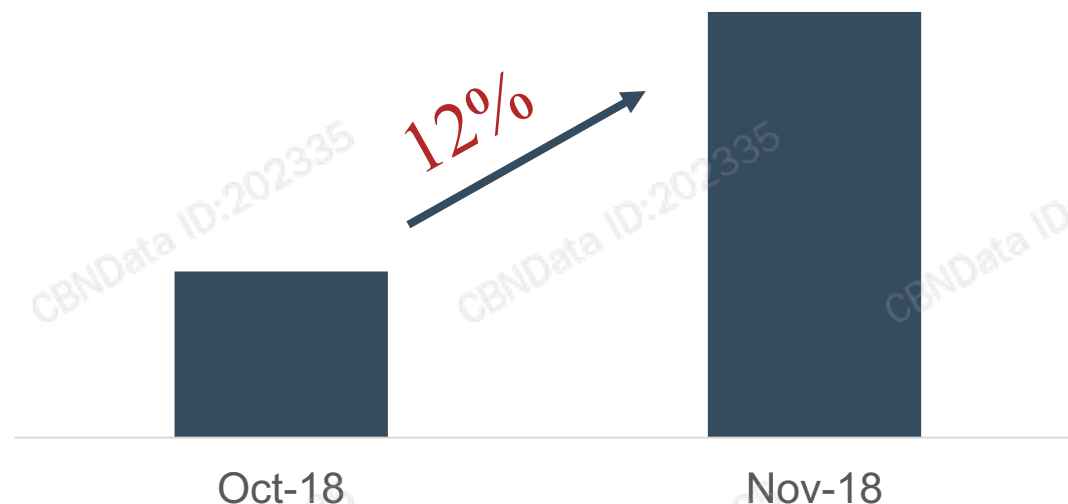
行业关键字

- 消费者更偏好在官方旗舰店进行购买，在电商大促时段，品牌官方旗舰店相关检索需求量增幅超10%。

2018年品牌官方旗舰店需求占比*



2018年11月VS10月品牌官方旗舰店关注量对比



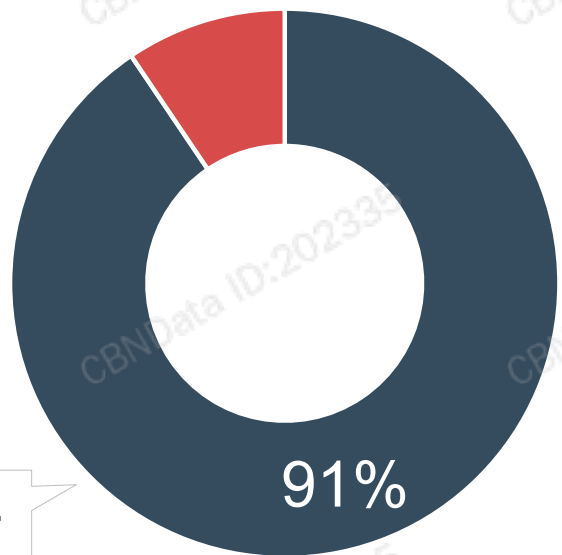
如何识别 真假 鞋子是鞋控们的必修课

360 营销学院

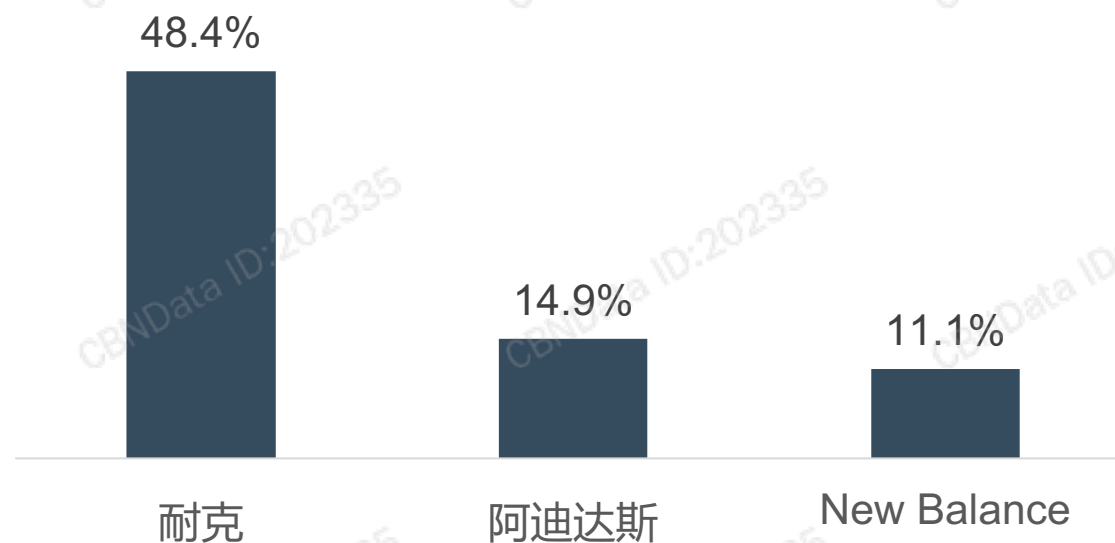
行业关键字

- 消费者对于鞋子的真假关注度最高，分品牌来看，如何判别真假耐克的关注需求量最大。

2018年分品类真假货品关注占比



2018消费者对货品真假关注品牌TOP3



同款/联名/限量 带动品牌关注热度提升效果明显

- 2018年关于明星同款，品牌联名，限量等需求检索量涨幅高达142%，很好的带动提升了品牌关注热度。

2018 VS 2017

142%



白敬亭nike同款

nikeoffwhite联名



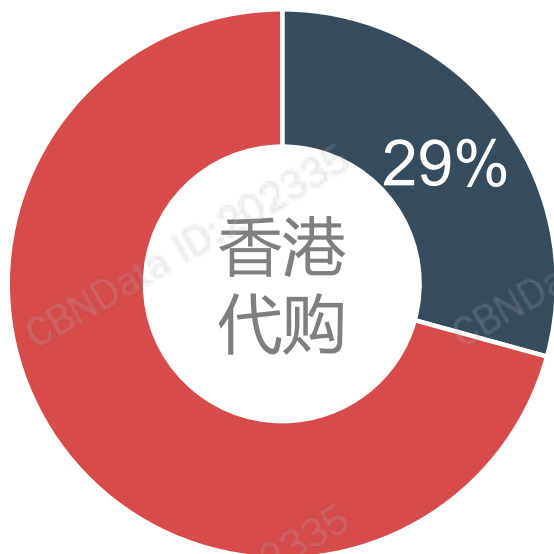
回力offwhite联名



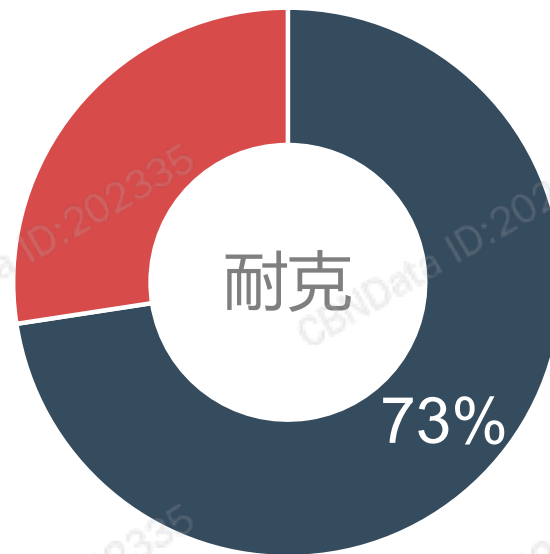
消费者一直在寻找靠谱的香港代购

- 2018年在代购类需求中，香港代购占比近3成，从品牌分布来看，耐克品牌的代购需求最为旺盛。

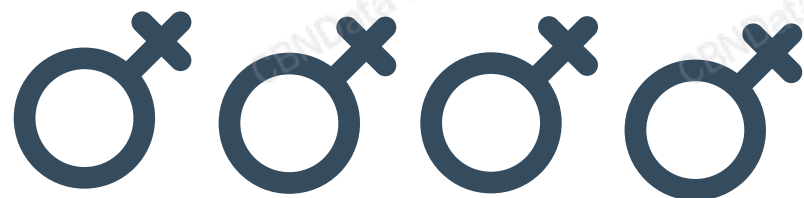
2018年代购类需求占比分布



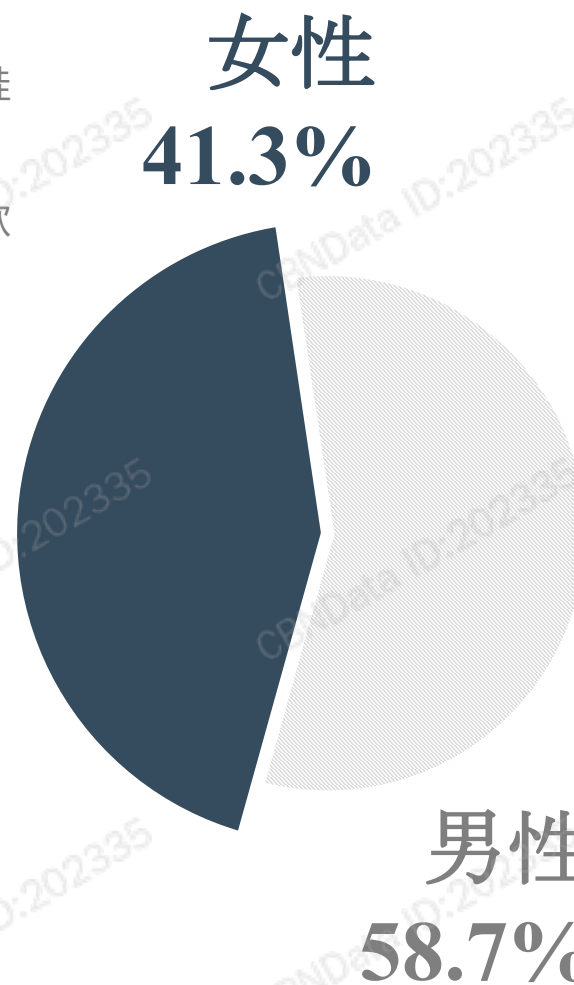
代购品牌占比分布



男性更偏爱运动服饰，人群占比近6成



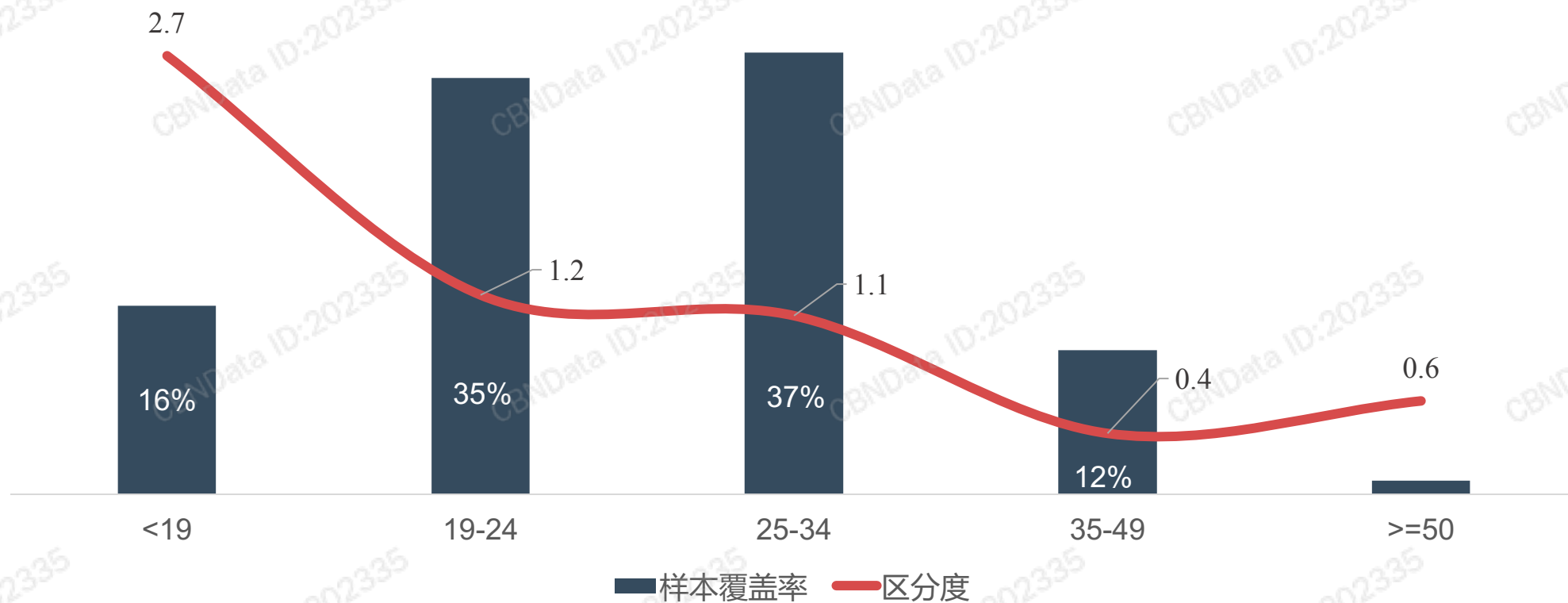
耐克女鞋
李宁运动鞋女鞋
耐克女运动鞋
耐克运动鞋女款
....



耐克男鞋
耐克男鞋正品
阿迪达斯男鞋
斯凯奇男鞋
...

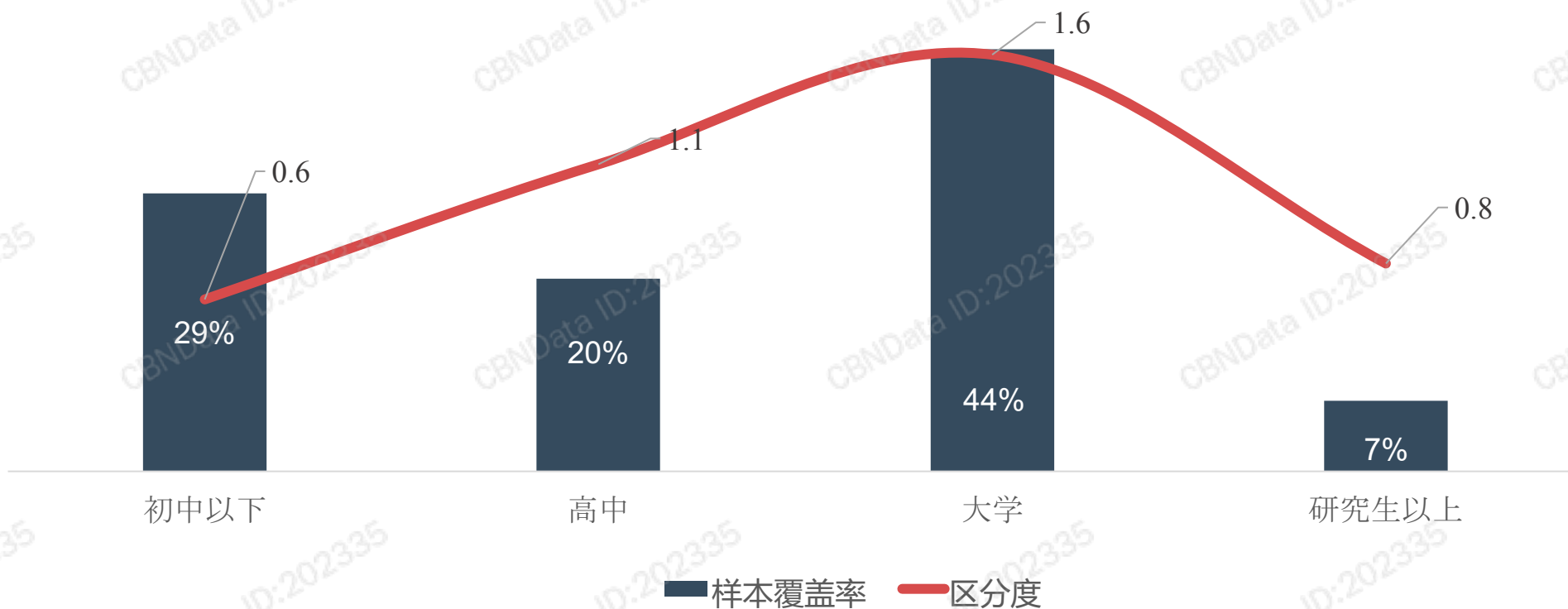
人群更加年轻化，35岁以下人群占比近9成

运动服饰人群年龄分布

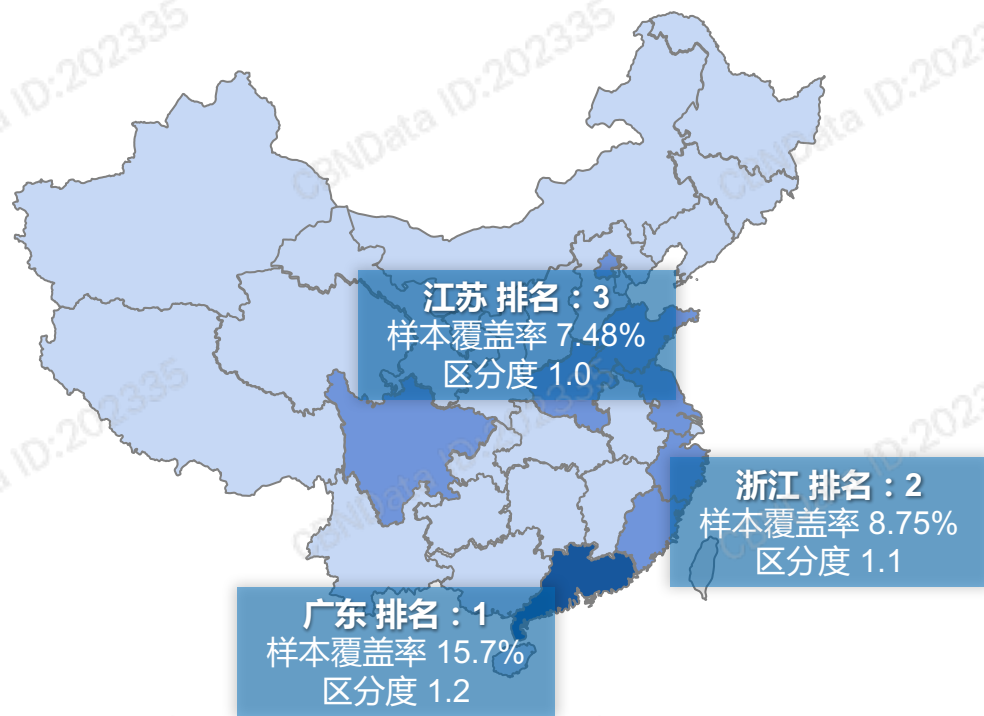


在校大学生为主要行业关注群体

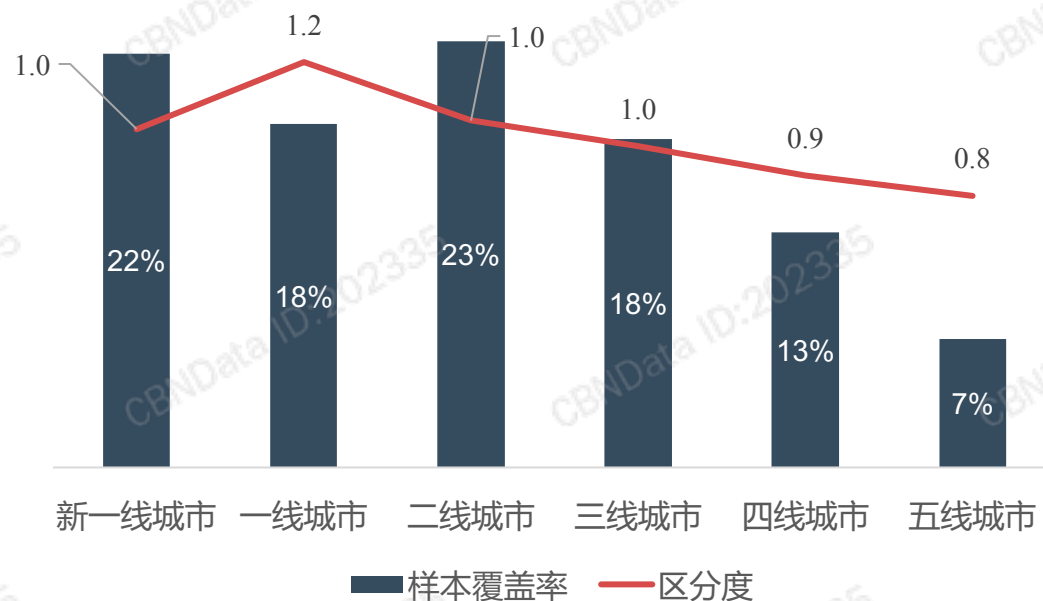
运动服饰人群学历分布



人群聚集东部沿海，一二线城市为核心区域

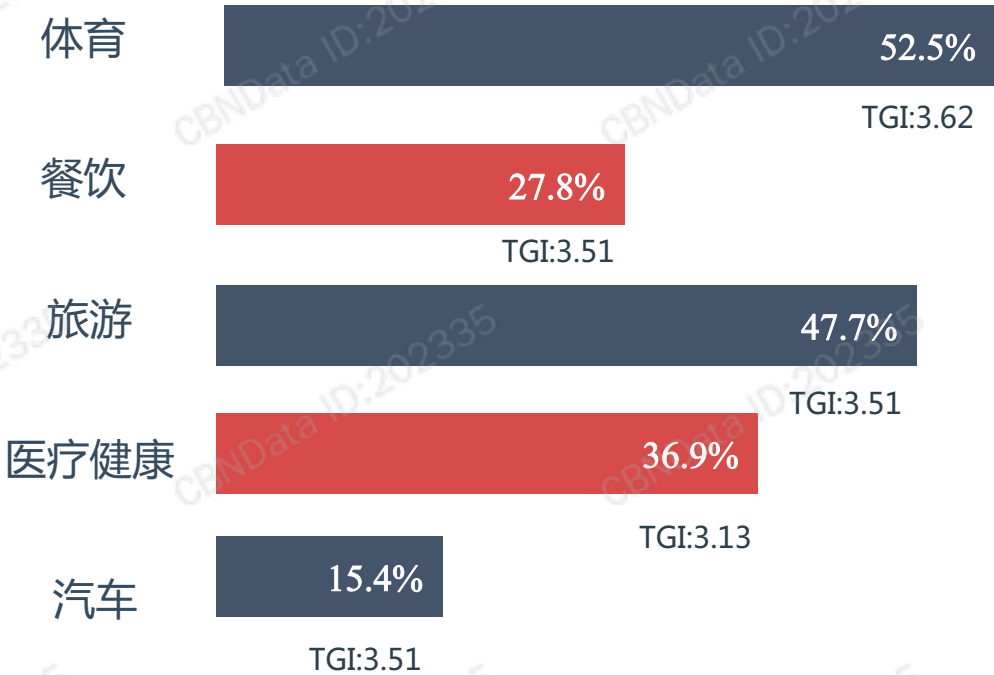


运动服饰行业人群按城市等级分布

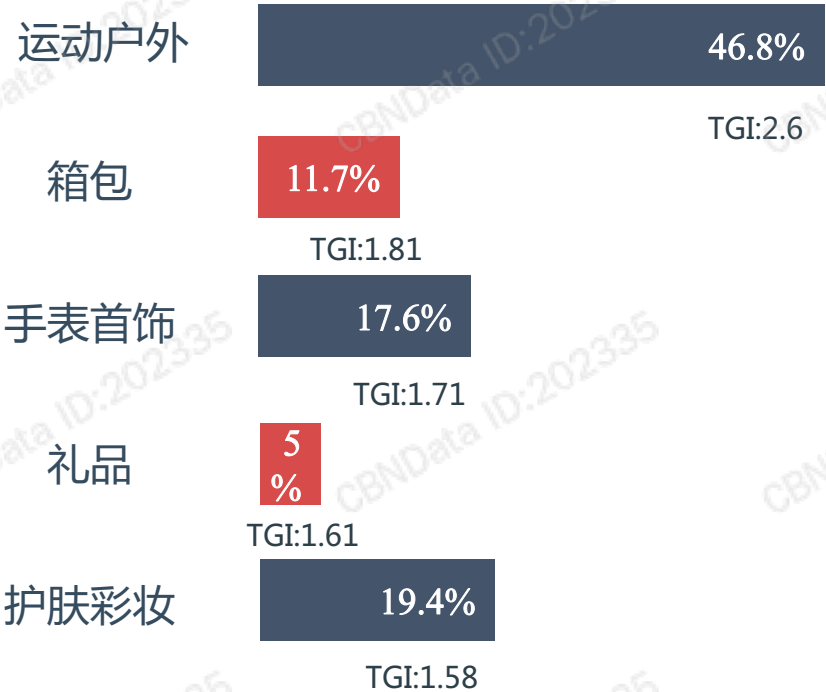


体育迷，注重餐饮健康，喜欢旅游

通用兴趣区分度 TOP 5

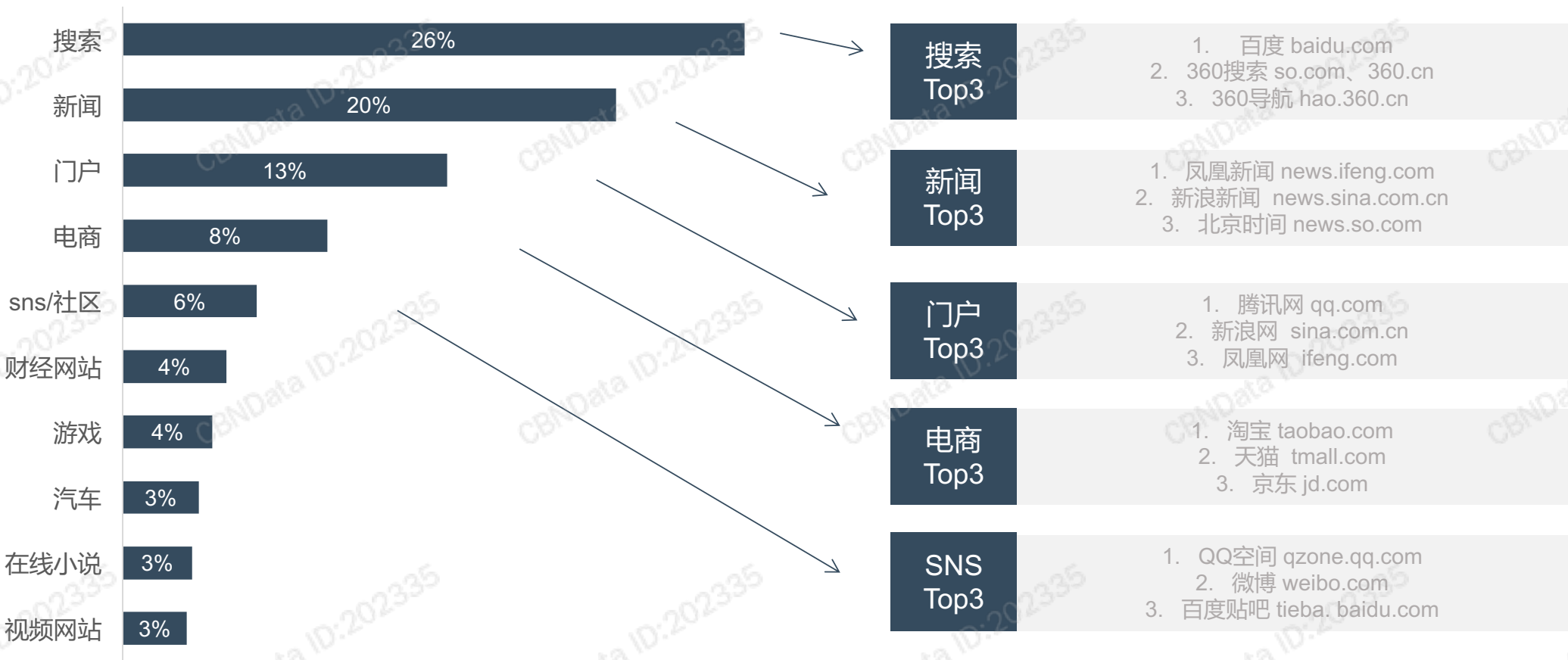


购物兴趣区分度 TOP 5



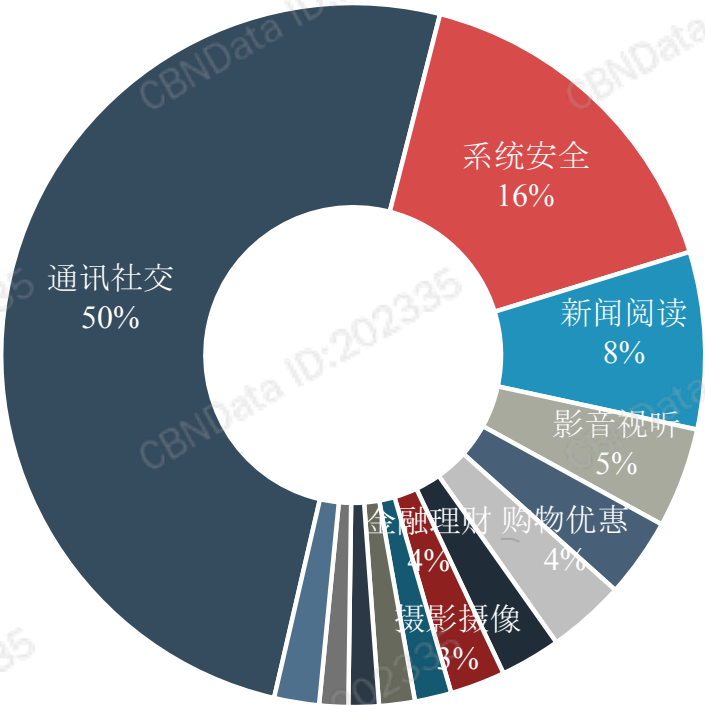
PC触媒偏好

PC触媒类型TOP10

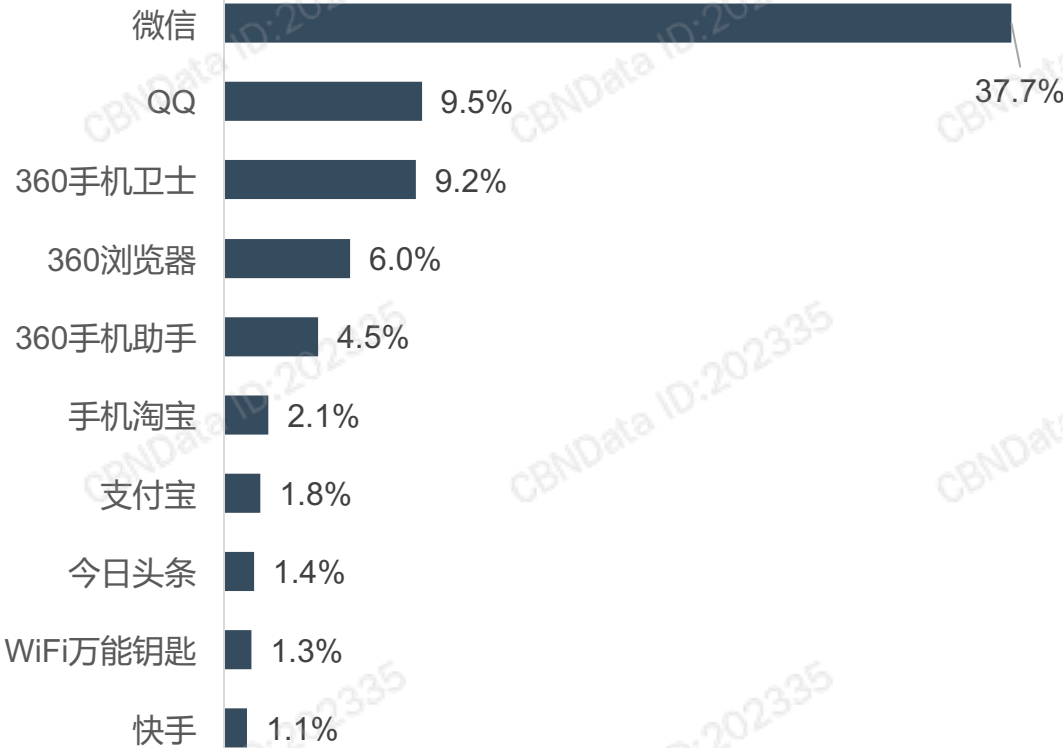


MOB触媒偏好

APP日均活跃分布



APP活跃TOP 10



报告小结

行业概况

- 2018年对比2017年，运动服饰行业整体流量稳重有升，涨幅约为6.3%。
- PC端流量小幅下降，MOB端暴涨150%，占比提升至25%。
- 行业内的品牌影响较大，品牌相关流量占比行业流量超9成，消费者偏好带品牌的行业检索词。
- 鞋子份额最高，2018年对比2017年也有近20%的增长幅度。

品牌简析

- 品牌头部效应明显，TOP10品牌占据整体近9成流量份额
- 耐克品牌流量持续增长，在AJ品牌带动下，鞋子品类的流量占比超9成，超过行业整体
- 2018年阿迪达斯品牌流量对比2017年小幅下降，鞋子品类占比约8成，低于行业整体。
- 2018年李宁品牌流量对比2017年有小幅上涨6%，鞋子品类占比相对较低。

行业关键字

- 消费者买买买更信赖品牌官方旗舰店。
- 如何识别 真假 鞋子是鞋控们的必修课。
- 同款/联名/限量 带动品牌关注热度提升效果明显。
- 消费者一直在寻找靠谱的香港代购。

人群特征

- 男性更偏爱运动服饰，人群占比近6成
- 高中生和大学为运动服饰主要关注人群
- 人群聚集东部沿海，一二线城市为核心区域
- PC触媒偏好搜索，新闻和门户；MOB触媒TOP3为微信,QQ和360手机卫士。

附1：词类标签划分

行业词	男款运动鞋，篮球鞋，运动鞋品牌。。。
品牌核心	耐克，阿迪达斯，李宁。。。
品牌+品类	耐克篮球鞋，李宁卫衣，阿迪达斯足球鞋。。。
品牌系列	AJ14，哈登战靴，黑椰子鞋。。。
品牌口碑	耐克和阿迪达斯哪个好，圣康尼和亚瑟士哪个好，匡威和vans哪个好。。。

附2：城市等级分类

一线城市	北京、上海、天津、广州、深圳
二线城市	重庆、杭州、武汉、成都、苏州、南京、郑州、温州、西安、宁波、福州、佛山、长沙、东莞、青岛、无锡、济南、昆明、石家庄、合肥、沈阳、大连、哈尔滨、长春、太原、潍坊、唐山
三线城市	南昌、宜昌、金华、南宁、嘉兴、厦门、泉州、常州、台州、贵阳、海口、南通、绍兴、烟台、连云港、徐州、中山、扬州、芜湖、兰州、湖州、镇江、乌鲁木齐、盐城、保定、洛阳、临沂、绵阳、珠海、汕头、廊坊、惠州、江门、泰州、南阳、淮安、桂林、柳州、淄博、济宁、邯郸、平顶山、德阳、威海、呼和浩特、赣州、沧州、襄阳、东营、邢台、新乡、秦皇岛、银川、菏泽、大庆、宿迁、德州、安阳、遵义、商丘、西宁、张家口、阜阳、聊城、鞍山、晋中、吉林、赤峰、泰安、日照、滨州、上饶、包头、大同、临汾、鄂尔多斯、许昌、长治、枣庄、榆林、吕梁、运城、衡水、曲靖、渭南
四线及以下城市	以上未列出的其他中国大陆城市（不包含港澳台）

Follow

U

S

关注我们

获取更多数据



360营销学院官方微信



360营销学院官网

360营销学院以奇虎360为平台，捕捉行业动态，提供产品培训，举办沙龙峰会，旨在为广告主提供一个开放、创新的营销交流平台。

我们尊重少语而多思，倡导钻研和专业，更渴求分享与发现...