

中国运动市场Z世代市场趋势

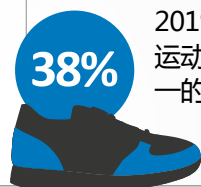
Z世代指95后中国消费者，他们占据了2019年中国运动鞋服市场四分之一以上的份额，并且来自这一人群的销售额增长是整个中国运动鞋服市场的1.7倍。根据NPD的追踪数据分析显示，以下用户画像精确描绘出他们的购买行为。

Z世代在买什么？



70%

2019年在中国23个核心城市，Z世代消费者中70%购买了运动鞋，30%购买了运动服装。



38%

2019年运动鞋整体销售额中，38%由运动生活休闲鞋品类贡献，为排名第一的运动鞋类别，同比增长15%。

Z世代最喜欢的品牌

Z世代最喜欢的国际品牌

1 Nike 2 Adidas

排名第七的匡威为前10品牌中销售额增长最快的品牌。

Z世代最喜欢的本土品牌

4 Li Ning 5 Anta

本土品牌中，李宁和安踏获得了Z世代消费者的关注，在Z世代最喜欢的品牌榜上分别排名第四和第五。

Z世代的网购趋势

Z世代的线上购买渠道



16%



75%

Z世代的购买渠道中39%通过网络完成，而全年龄段人群该渠道占比为35%。

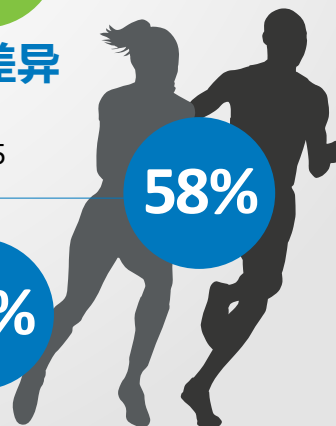
Z世代购物的性别差异

58%的运动产品购买者是男性，年同比增长18%，增长了0.5点的市场份额。

女性购买份额增长与男性相当，年同比增长为15%。

15%

58%



NPD中国运动与休闲鞋服追踪项目每年获取超过110,000名中国消费者实际购买数据并进行深入剖析。凭借强大完备的数据体系，以及专业分析团队，我们致力于为您答疑解惑，帮助您制定中国运动服装市场策略，自信地做出迅速而明智的决定。

数据来源：NPD集团/中国运动与休闲鞋服追踪项目，中国核心23个城市，12个月截至2019年12月



如需了解更多中国及亚太鞋服行业趋势与洞察，
请联系唐总监 +86 (21) 62753222 ext.203 或
lifei.tang@npd.com
扫描二维码关注NPD微信公众号，获取实时资讯。

