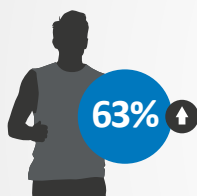


中国运动鞋服 线上购物趋势

中国的电子商务业仍在快速增长。根据2018年第三季度的销售数据,中国运动服饰和鞋履的线上渠道的交易量首次超过了线下的购物中心。为了更有效地推销运动服饰和鞋类商品,我们需要知道线上购物的人群、线上购物的商品以及线上购物的原因。以下是我们监测到的市场表现。

不同性别的线上购物



线上运动商品购买人群为男性,销售额
同比上升45.7%, 市场份额增
幅达0.4%。

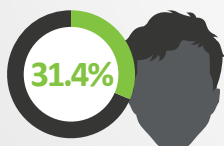
女性线上消费销售额增幅与男性
持平, 销售额

同比上升43.2%



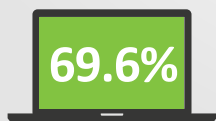
不同年龄段的线上购物

31.4%的线上消费来自于年龄段
在**25-34岁**之间。



是线上购物人群中占比最大的
年龄段。

45岁以上人群 线上消费增长速度



是线上消费增长最快的年龄段。

在线上买了些什么?



运动鞋履

26.3%

休闲运动鞋为最为畅销的品
类, **同比增长超过51%**。

1.6%

25至44岁购物者增加1.6%, 此年
龄段为线上休闲运动鞋消费的主力
军, 消费量**同比增长62.7%**。

在线上买了些什么?



线上消费者对于
价格和促销的关注度更高,
高于线下0.5个百分点。



无论是线上还是线下消
费, **舒适和质量**都是消费
者首要考量的因素。



与线下购物中心消费
相比, 线上消费者在
选择产品时对品牌声
誉更为重视。

NPD运动与休闲追踪调研每年提供超过72,000名中国消费者实际购买行为的数据和洞察。我们结合经过验证的第三方数据和我们独到的行业见解, 为您解答关于中国运动服饰市场的问题。

数据来源: NPD集团中国运动与休闲追踪调研 · 12个月截至2018年9月



更多行业洞察, 请联系: suzy.wang@npd.com.

