

## Yonex ns9900 尤尼克斯弓箭 10

4 月份已经是灿烂的春天，天气暖和，春光明媚，春天和青山绿水的户外活动成为主题。相信每个人渴望去户外郊游踏青，活动的热情将从漫长冬天严寒的压抑中在四月彻底释放出来，大家在淘宝四月消费的热点主题之一当然就是春天服饰和户外运动装备。我们精选**流行男鞋、女鞋、运动器材、户外登山野营旅行用品**等季节热点商品交易和用户的 4 月份数据来分析 2010 年春天踏青时节的网上购物特点。

淘宝数据魔方基于淘宝海量、实时、全面、真实的电子商务交易数据，为本版提供数据支持，并由北京正望咨询有限公司 E-Tailing 网上零售专业监测研究提供数据分析。

### 分析/樊春晖

#### 一、4 月淘宝网男鞋女鞋网上购买行为特点对比

##### 1、彰显美丽与温情体贴：鞋类商品女性指数高，网购主力是女性。

我们注意看图 1 和图 2 男女鞋客单价分布图中，4 月客单价每个价格区间男鞋和女鞋的购买人数，可以发现，女鞋购买人数约是男鞋的 4 倍。

图 1：2010 年 4 月流行男鞋客单价分布

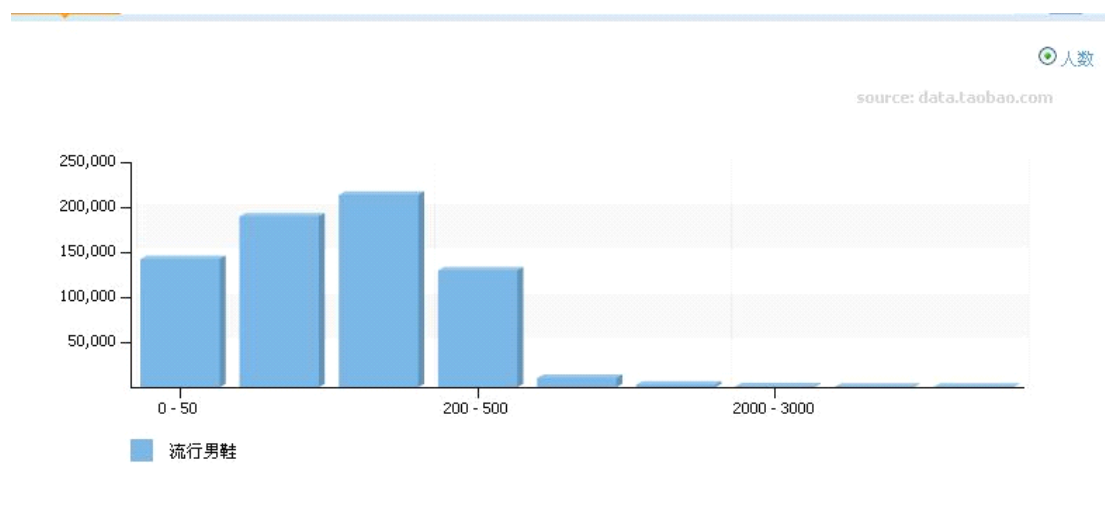


图 2：2010 年 4 月女鞋客单价分布

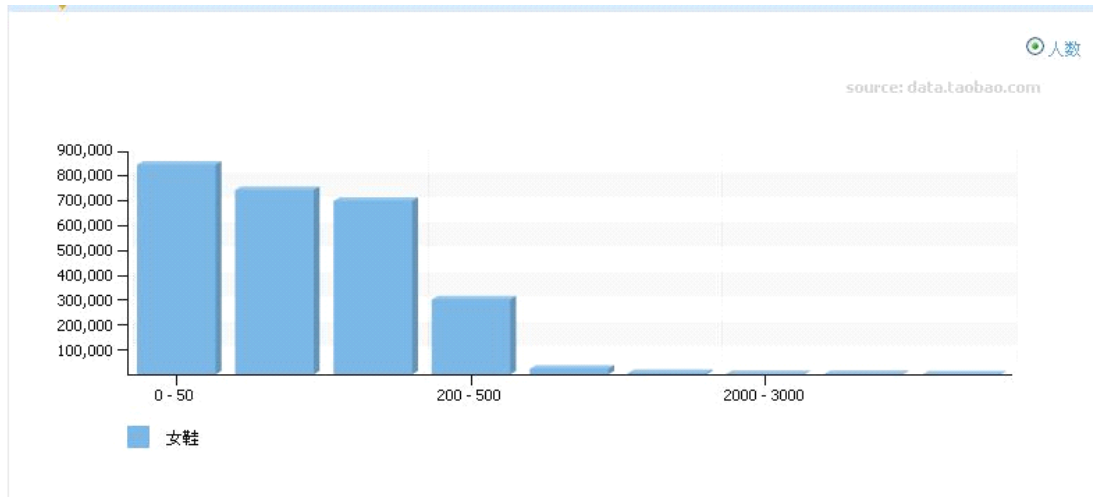


图 1 和图 2 同时显示，流行男鞋客单价要高于女鞋，女鞋的平均单价也比男鞋便宜。男/女鞋客单价绝大部分低于 500 元之间，高于 500 元的鞋子基本很少有成交量，200 元以下的鞋子成交量高。总体来说，女鞋相对于男鞋单价虽低但销量却要高得多，因为服饰鞋类的女性网上消费群体远大于男性，女性网购消费者是鞋类网购的主力。

下图的图 3 和图 4 显示，鞋类女性指数高（我们以鞋类中女性购买者所占的比例来定义鞋类女性指数），女鞋的女性指数达到 74%，意味着女鞋约有四分之三是女性购买，而我们发现，男鞋的女性指数也达到了 41%，意味着男鞋有超过 40%是女性购买，这让广大男士从数据事实体会到了女性的体贴和温情，当然也体现了女性当家的现实。

图 3：2010 年 4 月女鞋购买者年龄性别特征

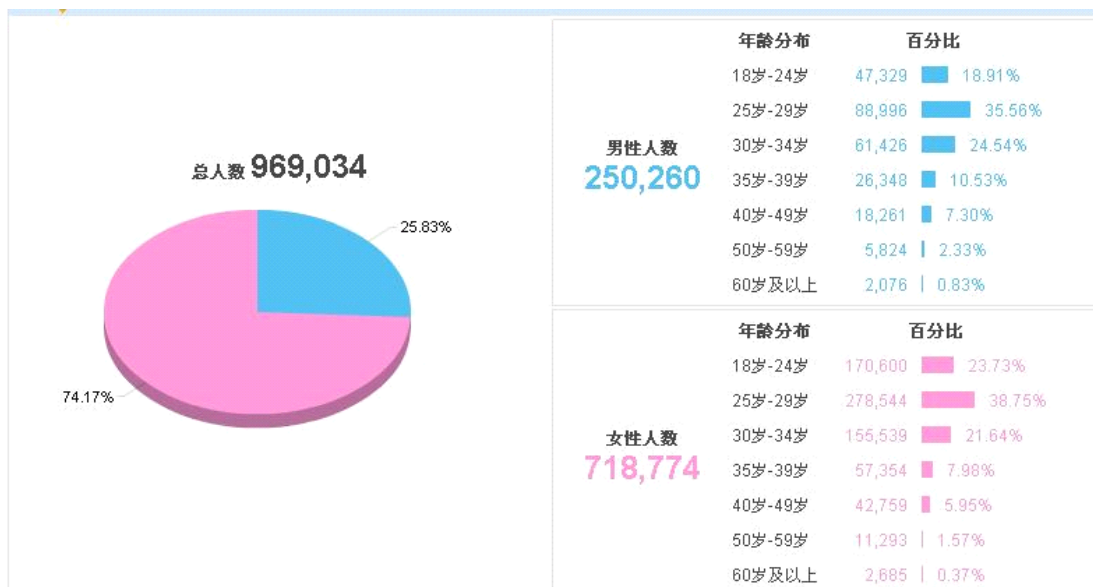
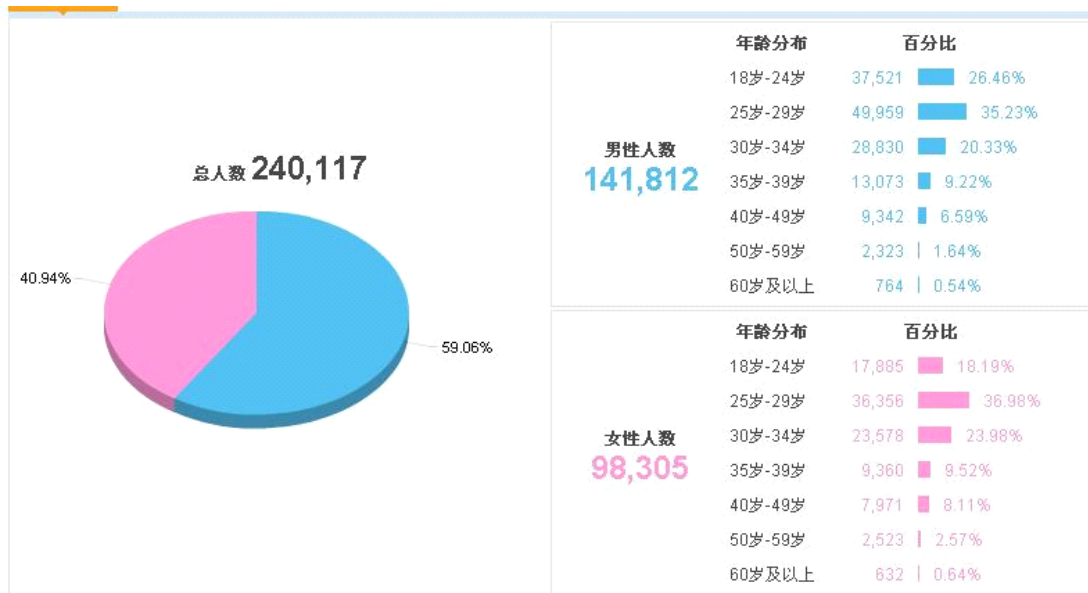


图 4：2010 年 4 月男鞋购买者年龄性别特征



## 2、低帮鞋、凉鞋和帆布鞋：4月清凉和美的憧憬

4月份女鞋低帮鞋和凉鞋的销售接近85%，女鞋凉鞋的市场份额达到41%。4月份男鞋低帮鞋和帆布鞋的销售占超过四分之三的成交总量。

4月女孩买凉鞋了，服装鞋类购买会早于季节，四月的寒意刚刚消退，我们却已开始憧憬初夏的清凉，期盼那风情万种的季节。可预计凉鞋的销量保持上升，预计凉鞋会成为5月份的淘宝搜索上升最快关键词。

图 5：4 月女鞋子行业市场份额

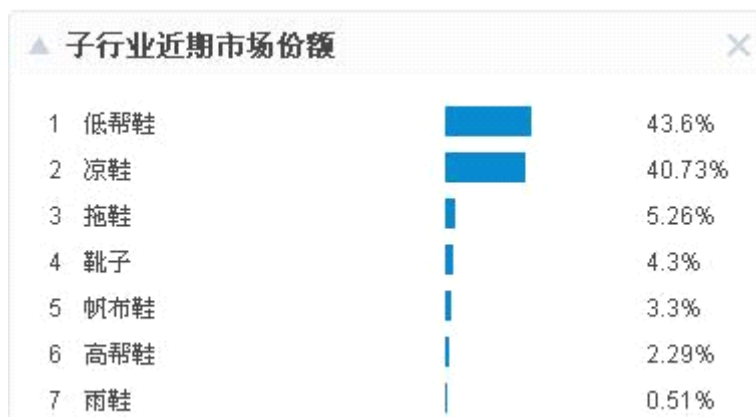
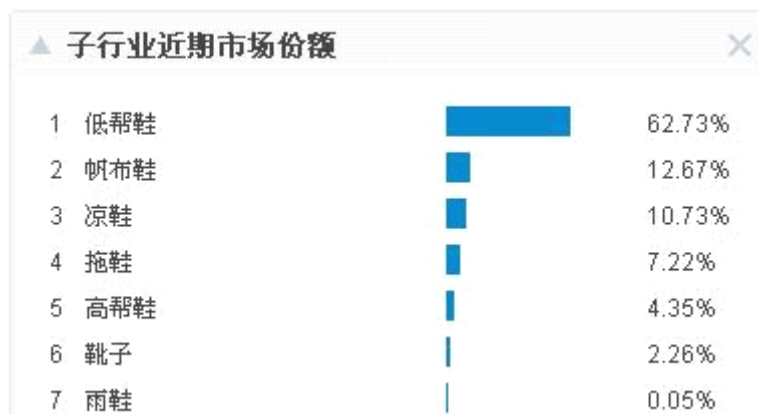


图 6：4 月男鞋子行业市场份额



### 3、4 月份男女鞋销售品牌排行

男鞋类前五名：Dior/迪奥（9.7%）、Ecco/爱步（7.1%）、Goldlion/金利来（4.3%）、Gucci/古驰（4.3%）、Clarks/其乐（2.7%），其它前十五名排名见下图。

女鞋类前五名：Daphne/达芙妮（7.5%）、Belle/百丽（7.1%）、Staccato/思加图（3.8%）、Tata/他她（3.2%）、Teenmix/天美意（3%），其它前十五名排名见下图。

图 7：4 月男鞋品牌排行

序号	热门品牌	成交占比	成交商品数	成交人数
1	Dior/迪奥	9.72%	158,652	100,233
2	Ecco/爱步	7.1%	80,384	35,065
3	Goldlion/金利来	4.34%	32,906	18,425
4	Gucci/古驰	4.3%	24,407	17,140
5	Clarks/其乐	2.74%	19,496	12,865
6	other/其它	2.66%	71,947	34,909
7	American Camel/美国骆驼	2.63%	23,688	15,977
8	Mr.ing	2.45%	21,319	16,365
9	Louis Vuitton/路易威登	2.01%	10,988	8,590
10	Levis	1.64%	448,800	23,131
11	Belle/百丽	1.61%	11,314	8,088
12	Aokang/奥康	1.4%	11,985	7,709
13	Vans	1.22%	23,747	16,359
14	Armani/阿玛尼	1.18%	8,886	6,281
15	D.G	1.17%	60,996	8,693

图 8：4 月女鞋品牌排行

序号	热门品牌	成交占比	成交商品数	成交人数
1	更多品牌	7.54%	809,012	369,623
2	Daphne/达芙妮	7.51%	421,832	184,473
3	Belle/百丽	7.1%	211,931	143,176
4	其它欧美品牌	4.25%	304,223	107,692
5	其它日韩品牌	4.07%	246,810	159,739
6	Staccato/思加图	3.81%	102,035	70,974
7	Tata/他她	3.22%	94,751	66,522
8	Teenmix/天美意	3%	90,746	64,419
9	St&Sat/星期六	1.63%	41,857	29,447
10	Steve Madden	1.53%	51,025	35,075
11	千百度	0.95%	20,552	16,247
12	Kiss Cat	0.86%	22,203	16,488
13	Nine West/玖熙	0.84%	40,949	14,953
14	Chanel/香奈尔	0.74%	16,170	10,696
15	Crocs	0.67%	58,008	22,435

#### 4、鞋类卖家分布集中在生产厂商所在地和主要市场所在地

我们通过流行男鞋卖家地域分布排行可以发现，鞋类网上零售的卖家主要集中在鞋类产业发达的我国福建、广东等地以及主要城市消费市场长三角城市、珠三角城市以及京津地区。其中中国鞋业生产基地福建泉州成交金额占比达到 17%，福建全省的成交占比达到 25.6%，居地域排行第一。

序号	省份	成交金额(¥)	成交金额占比	交易笔数	成交商品数	日平均成交店铺数
1	福建	28,059,171	25.56%	227,598	352,095	1264
2	广东	15,970,594	14.55%	72,219	143,490	554
3	上海	13,681,893	12.47%	88,761	114,409	674
4	江苏	13,350,844	12.16%	74,108	114,061	636
5	浙江	13,149,446	11.98%	102,738	144,801	931
6	北京	5,437,758	4.95%	24,971	38,653	239
7	湖北	2,869,129	2.61%	29,018	38,341	154
8	山东	2,473,135	2.25%	13,728	16,265	141
9	湖南	1,722,263	1.57%	6,497	8,339	89
10	安徽	1,639,797	1.49%	7,038	10,889	68

序号	城市	成交金额(¥)	成交金额占比	交易笔数	成交商品数	日平均成交店铺数
1	泉州	16,858,803	17.04%	168,705	205,479	764
2	上海	13,681,893	13.83%	88,761	114,409	674
3	广州	7,648,764	7.73%	35,122	89,869	268
4	莆田	5,882,349	5.95%	29,409	103,704	244
5	南京	5,594,275	5.65%	21,708	29,692	180
6	北京	5,437,758	5.50%	24,971	38,653	239
7	杭州	4,037,541	4.08%	29,047	37,930	345
8	温州	3,434,074	3.47%	22,786	30,029	145
9	苏州	3,304,255	3.34%	20,075	29,654	133
10	深圳	2,595,816	2.62%	10,710	14,796	84

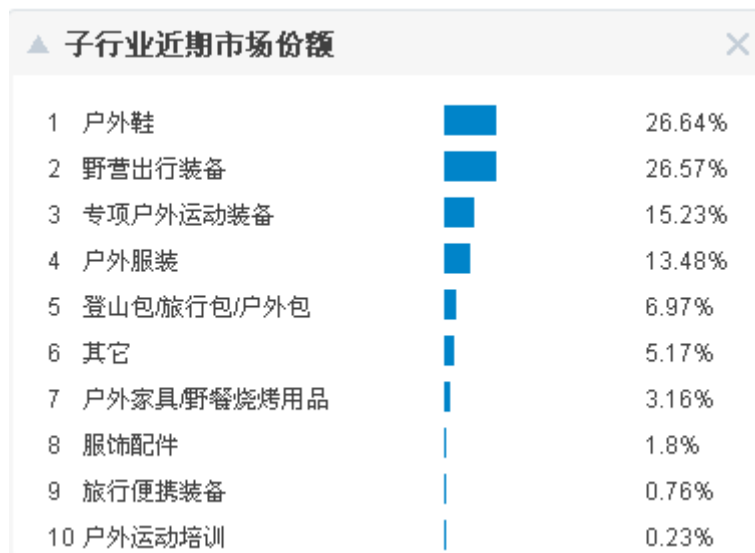
## 二、户外！运动！—4月网购新主题

显然，4月的主题除了春季时令服饰，另外一个很重要的主题就是天气暖和后人们纷纷户外运动。让我们看4月户外登山野营旅行用品和运动/健身/球迷类商品网上销售特点与行为。

### 1、户外登山野营旅行装备和品牌4月排行

4月份是户外活动和球类、健身等运动活跃的时节，从消费商品来看，户外鞋（26.6%）和野营出行装备（26.6%）在户外登山野营旅行用品中销售份额分别排一二位，这两类商品的成交占户外登山野营旅行用品的一半以上，而专项户外运动装备（15.2%）、户外服装（13.5%）和登山包/旅行包/户外包（7%）分别列三至五名。

图9：户外登山野营旅行装备二级子行业4月市场份额排行



户外商品品牌则是北美加拿大和美国的户外鞋、服装和装备的三大品牌卡骆驰/Crocs（7.8%）、乐斯菲斯/The North Face(TNF)（7.4%）、Columbia/哥伦比亚（7.2%）占户外野营类商品淘宝网网上零售市场份额前三名，并且遥遥领先于其它品牌。

图 10：户外登山野营旅行装备 4 月商品品牌排行

序号	热门品牌	成交金额(¥)	成交占比	成交商品数	成交人数
1	Crocs	12,563,322	7.81%	221,249	59,067
2	The North Face	11,910,049	7.4%	77,751	39,804
3	Columbia/哥伦比亚	11,599,836	7.21%	88,660	46,364
4	other/其它	4,095,490	2.54%	483,025	26,897
5	ARCTERYX始祖鸟	2,809,705	1.75%	19,677	8,090
6	Camel/骆驼	2,396,931	1.49%	18,261	11,335
7	威海光威	2,327,176	1.45%	40,904	14,532
8	Cantor/骆驼	1,633,170	1.01%	13,243	6,808
9	celestron/星特朗	1,268,825	0.79%	2,503	1,326
10	Merrell/迈乐	1,160,871	0.72%	4,693	3,044
11	ACME	1,106,250	0.69%	6,688	2,747
12	牧高笛/Mobi Garden	998,095	0.62%	4,046	2,463
13	OSPREY	960,496	0.6%	1,803	877
14	CAT	914,089	0.57%	6,402	3,430
15	eamkevc/伊凯文	902,249	0.56%	2,814	2,218

## 2、运动/健身/球迷类商品和品牌 4 月排行

运动类商品的销售可以看出春天到来，球类（羽毛球、篮球、乒乓球等）、跑步健身、游泳、轮滑和滑板、舞蹈体操成为季节性大众运动热点项目，从运动类成交商品情况看，羽毛球类商品成交份额最高（13.9%），其次是跑步机/大型健身器材（10.6%）和游泳类商品（9.2%）。

图 11：运动/健身/球迷类商品二级子行业 4 月市场份额排行



商品品牌以羽毛球装备知名品牌尤尼克斯（Yonex）的市场份额最高（7.8%），羽毛球装备另一知名品牌胜利/Victor 销售份额（3%）以及中国品牌李宁/Lining 也名列运动品牌前六，因此羽毛球装备消费者很注重品牌。运动品牌前六名中还有阿迪达斯/ADIDAS、耐克/NIKE、红双喜和李宁/Lining，其中红双喜和李宁/Lining 是分别运动品牌第五和第六的中国品牌，红双

喜也是乒乓球拍的第一品牌。

图 12: 运动/健身/球迷类商品 4 月份品牌排行

序号	热门品牌	成交占比	成交商品数	成交人数
1	尤尼克斯/YONEX	7.8%	231,736	67,738
2	阿迪达斯/ADIDAS	3.48%	73,720	29,857
3	other其它	3.25%	494,244	42,450
4	耐克/NIKE	3.07%	182,380	25,609
5	胜利/VICTOR	2.98%	67,945	24,008
6	其他	2.22%	84,944	35,277
7	红双喜/乒乓球	1.96%	127,696	19,823
8	李宁/LINING	1.74%	41,831	15,117
9	其它	1.71%	118,640	21,436
10	Spalding/斯伯丁	1.5%	34,192	15,002
11	蝴蝶/Butterfly	1.27%	34,196	11,210
12	亿健	1.21%	1,331	773
13	康丽	1.19%	17,841	6,648
14	舞状元	1.14%	24,863	10,859
15	米高	0.99%	9,966	4,224

序号	热门产品	成交占比	成交商品数	成交人数	商品平均价格(¥)
1	尤尼克斯/YONEX Yonex Arcsaber弓箭系列	2.34%	33,804	15,716	143
2	尤尼克斯/YONEX Yonex NanoSpeed系列	1.1%	10,918	5,346	209
3	耐克/NIKE 其它耐克	0.79%	94,290	6,060	17
4	尤尼克斯/YONEX Yonex Armortec系列	0.46%	3,060	1,810	312
5	李宁/LINING 国家队系列	0.44%	2,474	1,316	373
6	阿迪达斯/ADIDAS 其它阿迪达斯	0.42%	5,111	3,430	171
7	Spalding/斯伯丁 国际比赛用球	0.38%	9,910	1,381	79
8	胜利/VICTOR Victor 其它系列	0.35%	2,594	927	281
9	红双喜/乒乓球 星级系列	0.31%	7,843	4,468	83
10	Spalding/斯伯丁 其他系列	0.29%	6,116	4,160	99
11	胜利/VICTOR Victor Super Nano系列	0.26%	1,593	1,137	341
12	Spalding/斯伯丁 NBA比赛用球	0.24%	4,635	2,530	109
13	胜利/VICTOR Victor Challenger系列	0.23%	2,205	1,610	219
14	红双喜/乒乓球 反胶 狂飙3 Hurricane3	0.2%	4,552	2,130	89
15	Spalding/斯伯丁 NBA LOGO系列	0.19%	4,136	2,199	96

### 3、户外登山野营旅行装备和运动/健身/球迷类商品消费者女性指数与年龄特征

4 月份运动/健身/球迷类女性指数达到 52.6%，女性消费者人数超过男性，即 4 月份淘宝网 30.8 万运动/健身/球迷类商品消费者中，女性消费者占 52.6%，男性消费者占 47.4%。

户外登山野营毫无疑问是酷爱探险的男性最爱，但是女性指数也达到 47.3%，可以看到男女结伴户外出游和女性户外爱好者增加的趋势。



图 13: 4 月份运动/健身/球迷类商品购买者年龄性别特征

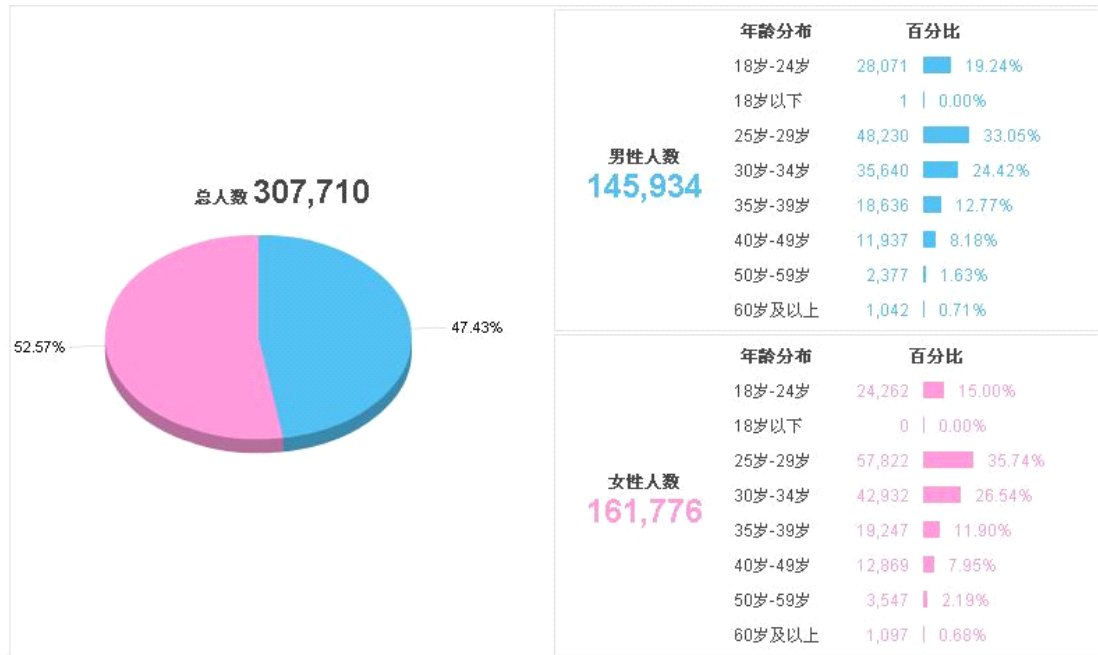


图 14: 4 月份户外登山野营旅行装备商品购买者年龄性别特征

