

运动休闲品牌 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“疫情爆发后，随着人们的健康和运动意识不断增强，中国运动休闲市场也在持续增长。为了满足健康生活方式、身份和专业性方面的需求，消费者对运动休闲产品的要求不断提升，包括从面料、设计到科技元素。同时，领先的国际运动休闲品牌正面临来自本土运动休闲品牌和快时尚品牌的双重挑战。”

— 董文慧，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 新冠疫情对运动休闲市场的影响
- 可能促进运动休闲消费的各种因素
- 消费者购买时青睐的产品、品牌和渠道

运动休闲在中国并非只是一时之热。新冠疫情后，消费者更积极参加运动，各大品牌也在不断创新产品、拓展购物体验 and 多元化场景。国产运动休闲品牌无论是在口碑还是产品上都备受赞誉，全民运动潮将继续蓬勃发展。

疫情的爆发，让消费者维系亲友关系有了更深的认知。与亲朋好友一起运动并穿着互相搭配的服装，已成为一种情感表达方式。运动休闲品牌不妨考虑将目标用户拓展至亲子人群，并强调家庭纽带和儿童情感健康。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

运动休闲品牌 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

概述

市场

市场稳健增长

数据1: 运动休闲产品市场规模与增速, 2021年2月

对健康生活的关注度不断提高

科技赋能运动休闲产品

民族文化助力国产品牌

公司与品牌

专注于女性需求

提升购物体验

学会做减法

消费者

运动鞋和上衣大受欢迎

数据 2: 购买的产品和频率, 2020年11月

本土品牌迎来机会

数据 3: 购买的运动休闲品牌, 2020年11月

全渠道零售必不可少

数据 4: 购买运动休闲产品的渠道, 2020年11月

舒适性、知名度和款式时尚是重要因素

数据 5: 购买动因, 2020年11月

“同款”趋势

数据 6: 购买目的, 2020年11月

低线城市的专业性

数据 7: 对运动休闲品牌和产品的态度, 2020年11月

我们的观点

议题与洞察

本土品牌崛起

现状

启示

释放“同款”的潜力

现状

启示

加强品牌官方渠道建设

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

运动休闲品牌 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

现状

启示

市场——您需要了解的

稳定而有潜力的市场

科技赋能

可持续性获得更多关注

市场规模

市场稳中求进

数据 8: 运动休闲产品市场规模与增速, 2021年2月

数据 9: 品牌零售销售额份额, 2021年2月

市场增长动力

可支配收入增加

追求健康生活

科技赋能运动健身

快时尚渗入运动休闲领域

重点企业——您需要了解的

限量版和专业性

跟上“她经济”

升级购物体验

重点企业的表现

耐克

阿迪达斯

李宁

安踏

安德玛

竞争策略

签约年轻球员

玩转“限量版”

关注女性消费者

可持续性有重要意义

数据 10: 阿迪达斯纯素运动鞋, 2021年1月

谁在创新?

中性主义

数据 11: 伦敦阿迪达斯Originals门店, 2020年10月

简单而精致

数据 12: 始祖鸟Icon概念店, 2020年12月

游戏化策略

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

运动休闲品牌 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 13: 耐克“创新之家”(House of Innovation)，2020年7月

消费者——您所需要了解的

- 本土品牌为民族文化代言
- 客户服务需要新动机
- 亲子装大有潜力

运动休闲产品的购买频率

运动鞋文化兴起

- 数据 14: 购买的产品和频率，2020年11月
- 数据 15: 耐克“What the”系列，2012年10月

年轻消费者购买更多运动上衣和板鞋

- 数据 16: 过去12个月购买频率变高的产品（按年龄和性别区分），2020年11月

不同年龄层和性别的消费者偏好

- 数据 17: 过去12个月购买频率变高的产品（按年龄和性别区分），2020年11月

购买的运动休闲品牌

耐克和阿迪达斯面临挑战

- 数据 18: 购买的运动休闲品牌，2020年11月

国产品牌正赢得消费者认知度

- 数据 19: 购买动因——首选品牌，2020年11月

本土品牌正吸引年轻人的注意

- 数据 20: 购买的品牌——首选品牌（按性别和年龄区分），2020年11月

女性消费者青睐快时尚

- 数据 21: 购买的品牌——优衣库（按性别和年龄区分），2020年11月

运动休闲产品的购买渠道

网购是主要购买渠道

- 数据 22: 运动休闲产品的购买渠道，2020年11月
- 数据 23: 频度分析——购买渠道，2020年11月

针对不同年龄群体的线下策略

- 数据 24: 运动休闲产品的购买渠道（按年龄区分），2020年11月

高收入者青睐官方权威

- 数据 25: 运动休闲产品的购买渠道（按个人收入区分），2020年11月

购买运动休闲产品的动因

舒适先行

- 数据 26: 购买运动休闲产品的动因，2020年11月

驱动因素因年龄而异

- 数据 27: 购买运动休闲产品的动因（按年龄区分），2020年11月

男性注重品牌名气；女性青睐时尚

- 数据 28: 购买运动休闲产品的动因（按性别区分），2020年11月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

运动休闲品牌 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

为都市人提供更优质的服务，为低线城市消费者提供合作联名款

数据 29: 购买运动休闲产品的动因（按城市线级区分），2020年11月

购买运动休闲产品的目的

将运动休闲作为日常穿搭

数据 30: 购买运动休闲产品的目的，2020年11月

情侣装蕴含潜力

数据 31: 为搭配同款情侣/好友装而购买运动休闲产品（按性别和年龄区分），2020年11月

数据 32: 为搭配同款情侣/好友装而购买运动休闲品牌，2020年11月

亲子装营销

更多地瞄准二胎家庭

数据 33: 为亲子活动和拥有网红/明星同款而购买运动休闲产品（按家庭构成区分），2020年11月

上衣和运动鞋是佳选

数据 34: 为亲子活动而购买运动休闲产品，2020年11月

本土品牌迎来机会

数据 35: 为亲子活动而购买运动休闲品牌，2020年11月

对运动休闲品牌与产品的态度

消费者细分

数据 36: 消费者分类（按对运动休闲品牌与产品的态度区分），2020年11月

对专业性的认知度上升

数据 37: 对运动休闲品牌与产品的态度，2020年11月

针对80后的营销

数据 38: 对运动休闲品牌与产品的态度（按代际区分），2020年11月

低线城市的发展趋势

数据 39: 对运动休闲品牌与产品的态度（按城市线级区分），2020年11月

所有消费者将领先品牌视为稳妥选择

数据 40: 消费者分类（按购买的运动休闲品牌区分），2020年11月

利用可持续性打动观望者

数据 41: 对运动休闲品牌与产品的部分态度，2020年11月

消费者重视品牌知名度和高性价比

数据 42: 购买运动休闲产品的部分动因（按消费者分类区分），2020年11月

认识英敏特城市精英人群

为特定运动项目而购买

数据 43: 购买运动休闲产品的目的（按消费者分类区分），2020年11月

更注重服务

数据 44: 购买运动休闲产品的动因（按消费者分类区分），2020年11月

附录——市场规模

数据45: 运动休闲产品零售销售额，2021年2月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

运动休闲品牌 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com