

运动与健身服饰 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 消费者的消费偏好以及他们在购买运动服和运动鞋时关注的主要功能。
- 消费者购买国产和国际运动品牌时的考虑因素。
- 品牌受青睐的行为。
- 消费者当前和未来对运动品牌的偏好。

国家政策的支持和世界杯、冬奥会等热门世界体育赛事激发了公众对运动健身活动的兴趣。中国结束“动态清零”政策也助长了人们外出锻炼的热情。此外，随着人们走出疫情阴霾，越来越多的消费者希望将运动融入他们的生活方式。

因此，除了普通运动服饰外，专业的运动鞋服以及针对特定运动（如瑜伽、网球）的专门产品也存在旺盛需求。然而，产品专业化只是运动服饰品牌提高竞争力的一个方面；巧妙利用多种渠道，尤其是品牌的DTC（直接面向消费者）渠道，结合品牌自己的内容创作，可以成为品牌更好地与消费者沟通并赢得他们青睐的另一种有效手段。



“消费者日益偏爱专业化、专门化的运动鞋服，即使这些产品价格更高。运动服装的基本功能和舒适性仍然是首要考虑因素，但消费者也渴望更多的多功能产品。| 国产运动品牌已成为中国消费者的新宠。本土品牌可通过DTC渠道为消费者提供独特的体验，继续增强品牌影响力。”

——任敏惠，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场
- 国家政策和体育赛事对市场带来有利影响
- 户外健身活动持续复苏
- 公司与品牌
- 耐克和阿迪达斯继续推进本土化
- 安踏和李宁在产品研发上加大投入
- 专业运动品牌表现亮眼
- 零售商和快时尚品牌推出自有运动服饰品牌
- 品牌代言人平衡专业形象和大众吸引力
- 运动品牌进军元宇宙
- 借体育赛事开展营销
- 利用线上专业运动课程和限时挑战提升消费者兴趣
- 宣传运动服饰的可持续性
- 针对小众运动的专门产品
- 实体产品搭配数字藏品同步发售
- 消费者
- 消费者在专业运动服饰上的花费有所增长
数据1: 在运动健身服饰上的花费（按品类区分），2022年
- 消费者仍然看重基本功能
数据2: 关注的运动服装功能，2022年
- 舒适性居首位，其次是功能性
数据3: 关注的运动鞋功能，2022年
- 国产品牌在产品上与国际品牌不相上下，但在品牌建设方面仍有差距
数据4: 购买国产/国际运动品牌的因素，2022年
- 品牌赢得消费者青睐的多种方式
数据5: 品牌受青睐的行为，2022年
- 消费者更喜欢国产品牌和专业运动品牌
数据6: 对部分运动服饰品牌的偏好，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 专业运动装备和品牌需求旺盛
数据7: 露露乐蒙专为女性打造的运动鞋系列，2022年3月

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

- 通过DTC渠道带来独特体验和生活方式
数据8: 三顿半微信小程序“隐藏世界”，2022年
数据9: 安踏于2022年宣布将打造斐乐酒店

市场因素

- 国家政策提倡全民健身
- 冬奥会带动冰雪运动及相关产品走红
- 户外健身活动持续复苏

重点企业表现

- 耐克和阿迪达斯继续推进本土化
- 安踏和李宁在产品研发上加大投入
- 专业运动品牌表现亮眼
- 零售商和快时尚品牌推出自有运动服饰品牌

营销活动

- 品牌代言人平衡专业形象和大众吸引力
数据10: Keep官宣肖裕仪为护具品类大使，2022年5月
数据11: MAIA ACTIVE推出由素人出镜的真人综艺节目和广告，2021和2022年
- 运动品牌进军元宇宙
数据12: 安踏在元宇宙举办时尚大秀，2022年
数据13: 阿迪达斯成立三条纹工作室，2023年
- 借体育赛事开展营销
数据14: 耐克发布的以世界杯为主题的“足球全宇宙”广告片，2022年
数据15: 耐克微信公众号上的“足球全宇宙”，2022年
数据16: 安踏以“致敬冬奥”为主题举办的时尚大秀，2022年
- 利用线上专业运动课程和限时挑战提升消费者兴趣
数据17: 安德玛推出拳击课程和限时挑战活动，2022年

新产品趋势

- 宣传运动服饰的可持续性
数据18: 耐克Forward系列，2022年
数据19: 361°推出的CQT碳临界技术，2022年
- 针对小众运动的专门产品
数据20: 耐克推出全新滑板鞋和女子街舞鞋，2022年
- 实体产品搭配数字藏品同步发售
数据21: 耐克和RTFKT推出Web 3.0运动鞋Cryptokicks iRL，2022年
数据22: 361°“我是东方未来”系列，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

在运动服饰上的花费

- 消费者在专业运动服饰上的花费有所增长
数据23: 在运动健身服饰上的花费（按品类区分），2022年
- 新手妈妈在瑜伽裤和紧身运动裤上花费变多
数据24: 购买过瑜伽裤/紧身运动裤（按家庭构成区分），2022年
- 运动护具可瞄准25-39岁的消费者
数据25: 购买过护具（按年龄区分），2022年

关注的运动服装功能

- 消费者仍然看重基本功能
数据26: 频度分析——关注的运动服装功能，2022年
数据27: 关注的运动服装功能，2022年
- 女性消费者更关注抗紫外线/防晒，而男性更看重面料顺滑感
数据28: 关注的运动服装功能（按性别区分），2022年
- 宠物主人将防水视为运动服的重要功能
数据29: 关注的运动服装功能（按居住成员区分），2022年
- 高学历消费者往往有更高的要求
数据30: 关注的运动服装功能（按教育程度区分），2022年

关注的运动鞋功能

- 舒适性居首位，其次是功能性
数据31: 关注的运动鞋功能，2022年
数据32: 频度分析——关注的运动鞋功能，2022年
- 三世同堂家庭注重健康和安全层面
数据33: 关注的运动鞋功能（按居住成员区分），2022年

购买运动品牌的考虑因素

- 国产品牌在产品层面上与国际品牌不相上下，但在品牌建设方面仍有差距
数据34: 购买国产/国际运动品牌的因素，2022年
- 单身消费者更注重性价比，而家庭消费者更关注环保产品
数据35: 购买国产/国际运动品牌的部分因素（按居住成员区分），2022年

品牌受青睐的行为

- 品牌赢得消费者青睐的多种方式
数据36: 品牌受青睐的行为，2022年
- 线上运动社群吸引在运动服饰上花费变多的消费者
数据37: 品牌受青睐的行为（在运动服饰上花费更多的受访者vs所有受访者），2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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



品牌偏好

- 消费者更喜欢国产品牌和专业运动品牌
数据38: 对部分运动服饰品牌的偏好，2022年
- 本土运动品牌享有更高的忠诚度
数据39: 未来会复购同一运动品牌的消费者，2022年
- 年轻消费者尤其青睐国产运动品牌
数据40: 购买过的运动品牌（按年龄区分），2022年
- 宠物主人偏爱专业品牌
数据41: 部分购买过且未来有兴趣购买的运动品牌（按居住成员区分），2022年
- 有多个孩子的消费者对国际运动品牌更感兴趣
数据42: 未来有兴趣购买的运动品牌（按家庭构成区分），2022年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。