

运动休闲品牌 - 中国 - 2020年3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



“运动休闲在过去5年中持续火热，并且毫无热度减退的迹象。尽管领先运动休闲品牌在最近新冠疫情中受到了经济冲击，但这样的负面影响很有可能是暂时的，因为中国城市居民的健康意识不断加深，并且对全方位运动服装的需求也日渐增强。面临着来自于时尚品牌和奢侈品牌在运动休闲市场的挑战，运动服装品牌在品牌价值、产品设计和专业运动服装上仍保有强大的竞争力。”

- 夏月，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 对新冠疫情爆发的快速响应
- 奢侈品牌在运动休闲市场如何破局？
- 充分解锁KOL在运动休闲零售中的潜力

5年前，运动休闲一词开始走红，并且该潮流在中国毫无减弱之势。英敏特调查数据表明，运动服装是最常被购买的时尚单品。中国城市居民不仅在休闲时和运动时穿运动休闲产品，并且还希望这类产品能适用于工作场合。尽管新型冠状病毒肺炎（以下简称“新冠肺炎”）的爆发对运动休闲行业产生了负面影响，但人们对运动和锻炼的浓厚兴趣和日益增长的健康意识预计将长期推动该行业的增长。

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 - 2020年3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

定义

综述

市场

数据1: 中国服装零售的年同比增长率, 2002-2004年

公司与品牌

消费者

穿戴场合取决于产品设计

数据2: 运动休闲产品的穿戴场合, 2019年12月

焕新板鞋和运动夹克的设计以带动购买

数据3: 穿戴和购买的运动休闲产品, 2019年12月

耐克和阿迪达斯的顾客忠实度极高

数据4: 过去12个月购买最多的品牌, 2019年12月

舒适和品牌知名度为关键因素, 胜过性价比

数据5: 最常购买的原因, 2019年12月

本土品牌应谨慎打折

数据6: 购买动因, 2019年12月

展开想象

数据7: 对品牌策略的态度, 2019年12月

我们的观点

议题与洞察

对新冠疫情爆发的快速响应

现状

启示

奢侈品牌在运动休闲市场如何破局?

现状

启示

数据8: Tory Sport, 2020年3月

数据9: 芬迪和古驰的运动服装

充分解锁KOL在运动休闲零售中的潜力

现状

启示

市场——您所需要了解的

运动休闲之风常吹

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 - 2020年3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

健康意识日益增强，促进运动休闲市场的增长

市场概述

运动休闲并非仅仅风靡一时

数据10: 中国服装零售的同比增长率，2003-2004年

新冠疫情对重点企业的影响

耐克

阿迪达斯

露露乐蒙

安德玛

李宁

安踏运动产品

森马

优衣库

加拿大鹅

市场因素

运动参与度高

新冠疫情将推动健康意识的提升

休闲服装和运动服装最常被购买

亟需时髦运动服.....

.....也亟需休闲工作服

重点企业——您所需要了解的

销售强劲增长

以真诚吸引消费者

营销活动要新颖

销售业绩

耐克

阿迪达斯

露露乐蒙

安德玛

斐乐

李宁

安踏

森马

优衣库

竞争策略

打造一个健身、运动和造型的生态系统

数据11: 耐克app, 2020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 - 2020年3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

讲述制造工艺的故事

数据12: 李宁跑鞋的宣传, 2020年2月

提升定制化

数据13: 范斯定制鞋, 2020年2月

谁在创新?

历史与现代时尚同处一个屋檐下: 阿迪达斯Superstar的50周年纪念

数据14: Superstar50周年纪念营销活动, 2020年2月

欢庆球鞋艺术与文化: 耐克鞋迷派对

数据15: 耐克的鞋迷派对, 2019年10月

校服: 安踏

数据16: 安踏X耶鲁大学, 2020年2月

数据17: 运动品牌与快递公司合作, 2019年10月

文化元素热销: 安踏与李宁

数据18: 安踏X故宫博物院, 2019年10月

数据19: 李宁在故宫博物院的快闪店, 2019年10月

消费者——您所需要了解的

专业运动服装在较低线城市的机会

板鞋更加吸引追逐潮流的人

受追捧的国际品牌

用技术打动年长消费者和男性

定制有所局限

寻求运动休闲的一站式购物

运动休闲产品的穿戴场合

专业智能运动装备和瑜伽裤人气较低

数据20: 过去12个月穿戴过的运动休闲产品, 2019年12月

造型用板鞋

数据21: 运动休闲产品的穿戴场合, 2019年12月

瑜伽服装在中国还不是生活风格产品

数据22: 瑜伽裤/紧身裤的穿着场合(按性别区分), 2019年12月

男性更常为了运动穿着运动鞋

数据23: 运动鞋的穿着场合(按性别区分), 2019年12月

较低线城市为运动穿着的运动休闲服装

数据24: 过去12个月穿戴过的休闲运动产品(按城市线级区分), 2019年12月

数据25: 更常为运动穿戴的休闲运动产品(按城市线级区分), 2019年12月

购买过的休闲运动产品

运动夹克和运动包袋升级频率较低

数据26: 穿戴和购买的运动休闲产品, 2019年12月

女性购买运动休闲产品更多

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 - 2020年3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27: 过去12个月购买过的运动休闲产品种类（按性别区分），2019年2月

数据28: 购买过的运动休闲产品（按性别区分），2019年12月

年轻消费者喜爱板鞋

数据29: 购买过的运动休闲产品（按年龄区分），2019年12月

低收入者对专业运动服装购买较少

数据30: 购买过的运动休闲产品种类（按家庭收入区分），2019年12月

数据31: 购买过的运动休闲产品种类（按家庭收入区分），2019年12月

购买过的品牌

领先运动品牌占据市场

数据32: 过去12个月购买过的品牌，2019年12月

快时尚品牌还需多做功课

性别化的产品设计和品牌偏好

数据33: 过去12个月购买过的品牌（按性别区分），2019年12月

本土品牌还需多做功课才能赢取Z世代

数据34: 过去12个月购买过的国际运动品牌（按年龄区分），2019年12月

数据35: 过去12个月购买过的本土运动品牌（按年龄区分），2019年12月

数据36: 过去12个月购买过的快时尚品牌（按年龄区分），2019年12月

耐克和阿迪达斯重复购买最多.....

数据37: 过去12个月购买最多的品牌，2019年12月

.....尤其是高收入者

数据38: 过去12个月购买最多的品牌（按家庭收入区分），2019年12月

驱动重复购买的是什么？

让网购者试穿更轻松

数据39: 最常购买的原因，2019年12月

科技含量和头部品牌吸引男性

数据40: 最常购买的原因（按性别区分），2019年12月

年长消费者很实际

数据41: 经常购买的原因（按年龄区分），2019年12月

对运动休闲品牌的态度

数据42: 最常购买的原因（按最常购买的品牌区分），2019年12月

阿迪达斯在时尚设计上胜出

以性价比闻名的本土运动品牌

斐乐也被视作均衡的品牌

优衣库领军舒适和干练服装

购买动因

产品和价格优先于服务和实体店活动

数据43: 购买动因，2019年12月

渴望更多合身设计

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 - 2020年3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

定制在运动休闲界还未见成效

数据44: 购买动因——TURF分析, 2019年12月

男性更喜欢定制的运动休闲服装和科技产品

数据45: 购买动因(按性别区分), 2019年12月

折扣对低收入者最有效

数据46: 购买动因(按家庭收入区分), 2019年12月

本土品牌面临折扣困境

数据47: 购买动因(按购买最多的品牌种类), 2019年12月

对运动休闲的态度

工作时对运动休闲的需求

数据48: 对休闲和工作场合运动服装的态度

值得在女性中探索中性化

数据49: 对运动休闲产品设计的态度, 2019年12月

高端运动休闲和奢侈品运动休闲之间界限模糊

数据50: 对运动休闲市场潮流的态度, 2019年12月

将品牌延伸至线下活动和生活方式之中

数据51: 对品牌策略的态度, 2019年12月

运动休闲多品牌集合店的机遇

数据52: 对多品牌店的态度, 2019年12月

认识英敏特城市精英人群

穿得多, 买得多

数据53: 购买过的运动休闲产品(按英敏特城市精英人群vs非英敏特城市精英人群区分), 2019年12月

生活方式发挥重要作用

数据54: 购买过的品牌(按英敏特城市精英人群vs非英敏特城市精英人群区分), 2019年12月

做工也很重要

数据55: 最常购买的原因(按英敏特城市精英人群vs非英敏特城市精英人群区分), 2019年12月

创新和奢华脱颖而出

数据56: 对运动休闲的态度(按英敏特城市精英人群vs非英敏特城市精英人群区分), 2019年12月

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