



运动品牌行业专题：运动长青 国货崛起的荆棘与曙光



行业趋势：国内运动行业景气度高，集中度高且格局稳定 2020 年中国运动鞋服市场超 3 千亿，CAGR513.5%，多层因素驱动增长动能逐步释放，未来空间广阔；CR5 高达 70.8%，呈现双超多强格局。

品牌历史：大浪淘沙，转型变革，龙头蜕变

国内运动行业经历库存危机后，从原来粗放式扩张到由效率提升驱动的健康成长。复盘国际两大和国内四大品牌发展历史，经历一次次行业大浪淘沙和转型变革，品牌、产品、渠道均衡发展的龙头企业逐渐崛起。

品牌竞争力：国际龙头占优，本土企业崛起

从财务表现看，同在中国市场中，国际品牌展现了出色的增长、盈利、周转水平，本土头部企业与之差距缩小。品牌力上，国际品牌紧握全球话语权，国潮提升国货本土影响力。渠道力上，头部品牌均保持在效率与数字化驱动下的快速健康流水增长。产品力上，国际头部品牌与本土品牌综合实力差距明显，但国牌已有尖端拳头产品。

发展策略：品牌、渠道、供应链全面升级

品牌：国际大牌聚焦中高端综合市场，本土企业逐步通过功能性、国潮、收购进入中高端市场；渠道：各品牌加大 DTC 转型和数字化提效力度；供应链：龙头品牌通过整合优质资源，快反提升效率和灵活性。

格局展望：龙头梯队快速成长，本土公司扩张加速在国际品牌全球资源壁垒高企的竞争下，本土公司逐步从细分领域寻求突破，目前更进一步

在与本土消费者在文化共鸣上实现引领，预计未来头部梯队将继续超越行业增速，但趋势将随着品牌力、产品力和渠道力的竞争出现分化，在中国市场的本土头部集团将实现份额显著提升。

风险提示

1、疫情反复；2、竞争恶化；3、品牌形象受损；4、系统性风险。

投资建议：把握赛道赢家，分享长期超额成长中国运动鞋服行业机遇广阔，看好实力崛起，有望超越行业增长的品牌本土企业安踏体育、李宁、特步国际，以及竞争力突出，有望持续提升份额的上下游本土企业申洲国际、华利集团、滔搏、宝胜国际。

关键词：疫情

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_33424

