



纺织服饰行业：运动品牌产品策略探讨(休闲运动篇)



核心观点:

相较于运动服，我国运动鞋规模及集中度提升更快，休闲运动鞋占比最高，同时专业运动鞋占比或将持续提升。根据彭博引用的欧睿数据，2015-2021 年我国运动鞋行业规模 CAGR 达 16.6%；从集中度来看，我国运动鞋及运动服市场均呈现高度集中现象，且运动鞋市场集中度仍在持续提升。从运动鞋细分品类来看，我国休闲运动鞋占比最高，达 59%。但从横向来看，我国专业运动鞋行业规模增速更快，2015-2021 年专业运动、户外运动及休闲运动 CAGR 分别为 18.5%、8.2%、16.4%。纵向来看，我国专业运动鞋品类占比较低，仅为 36%，相较于成熟运动鞋服市场美国（58%）、日本（59%），仍有较大的提升空间。我们认为，未来随着我国运动鞋服行业逐渐成熟，我国消费群体运动意识逐渐增强，运动鞋服消费频次将逐渐提升、消费场景将更细分化，我国专业运动鞋细分品类占比或将提升。

从休闲运动鞋领域来说，耐克、阿迪达斯及李宁的潮鞋产品广度及深度较为丰富。从产品组合的角度来说，耐克、阿迪达斯及李宁在休闲运动鞋品类的广度及深度占优。其中，从产品联名的角度来说，国产运动鞋服品牌也在通过 IP 联名、设计师联名、跨界联名以及品牌联名等方式丰富产品系列故事，以时尚话题等引起消费者关注或共鸣，其产品联名数李宁较多。从线上销售情况而言，根据淘数据，2021 年板鞋 CR4 为 47%，销售 top4 品牌为耐克、阿迪达斯、安踏及李宁；而帆布鞋市占率 Top10 中，

与上市公司相关的仅 Kappa、FILA、李宁及阿迪达斯，由此也可显现这几个品牌的时尚休闲属性较强。

投资建议。运动鞋服行业保持高景气度，借鉴 2020 年疫后复苏经验，港股运动鞋服龙头公司率先行业复苏。此外，新疆棉事件短期打开国民对国产运动鞋服品牌认可度提升的窗口期，港股运动鞋服龙头李宁、安踏体育、特步国际在产品力、品牌力、渠道力及影响力不断提升，在营销、研发两大核心竞争力上的优势不断加深，行业竞争格局稳定，份额持续向头部品牌集中，建议关注李宁、安踏体育、特步国际。

风险提示。宏观经济下滑的风险，汇率波动的风险，劳动力成本上升的风险。

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_42738

