2017 年运动服装行业市场竞争格局现状及行业未来发展趋势

1.运动服装行业市场竞争格局现状

在中国运动服装市场，耐克、阿迪达斯、彪马以及斐乐等品牌占据着高端市场，市场价格大约在400元/件以上；而中端市场主要由安踏、李宁、特步等国内上市品牌占据，售价大约在200-400元/件；在200元以下的低端消费市场，典型厂商有匹克、361 度、乔丹、德尔惠等。

2.行业未来发展趋势预测

（1）多品牌战略成为趋势

如今，在运动服装市场竞争愈发激烈的背景之下，不少运动服装品牌纷纷实行多品牌战略，抢占行业细分市场，多品牌策略将成为行业发展的一大趋势。其中，安踏便推出了“单聚焦、多品牌、全渠道” 的战略。除了安踏、安踏儿童之外， 其在高端市场拥有DESCENTE、FILA和FILAKIDS等品牌布局。此外，361°也采用包括 361°、361°童装以及户外品牌ONEWAY的多品牌策略，分别针对国内大众市场、儿童运动以及高端户外运动市场的不同细分领域。

（2）女性市场将成为开发重点

目前来看，虽然男性是运动服装市场的主要消费者，但伴随着行业消费升级的趋势，女性对于健康和运动的关注度与日俱增，女性市场的巨大潜力开始逐步凸显。据分析，女性消费者个体间形体差异较大，对产品的舒适性和个性化要求更高。

目前，已经有不少运动服装品牌开始发力女性市场。以运动服装的典型代表李宁为例，其推出了女性与舞蹈运动服装品牌Danskin在中国大陆及澳门地区的业务，以此来抢占女性市场。

（3）运动服装设计——大众时尚化

随着人们生活水平的提高和文化娱乐需求的不断增长，生活方式也随之发生巨大变化。体育运动不再是运动健儿们的专项，健身运动已成为人们广泛的时尚休闲方式。而各类精彩体育运动赛事的举行也激发了人们对体育运动的热爱和追求。体育运动的大众化和广泛化极大地刺激和推动了运动服装市场的发展和繁荣，运动服装的设计也向大众化、时尚化等多元化的方向发展。

大众消费者对运动服装的要求不仅要具有功能性，更要通过运动服装来彰显个性和提升品位。运动服的设计越来越多地结合时尚流行元素，如时装化的裁剪、运动元素与流行色彩的结合、轻柔时尚的功能性面料的使用、细节的装饰设计等等，充分体现了运动服装的运动魅力和时尚气息。（资料来源：国家体育总局体育用品中心）