

2024中国运动相关品类

品牌现状分析报告

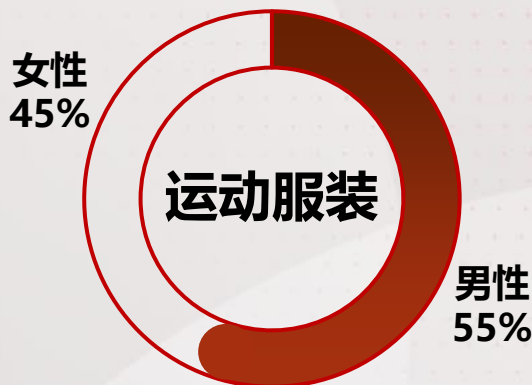
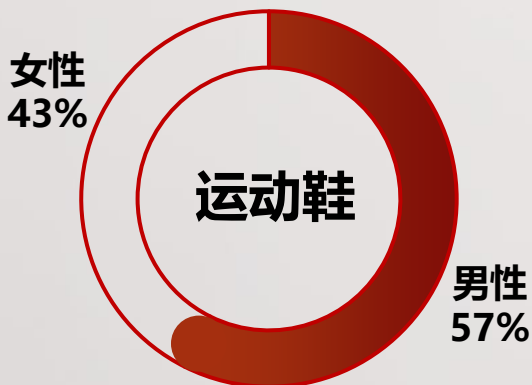
SPORTSWEAR
BRAND STATUS ANALYSIS

用户画像

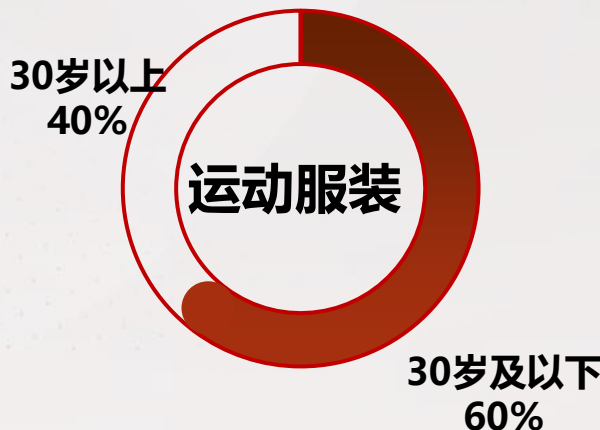
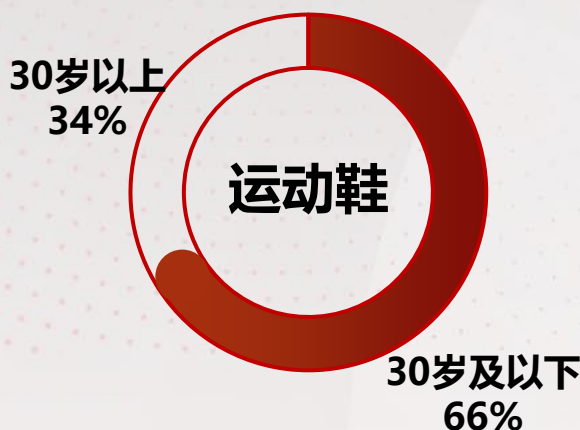
年轻人已成为运动鞋服消费主力人群

2024年购买用户中，男性和女性用户基本符合人口分布现状，30岁及以下年轻人群占比超过六成，年轻人正在成为运动鞋服市场的消费主力人群。

不同性别用户占比



不同年龄用户占比



品牌竞争格局

运动鞋TOP10品牌
中国品牌占大多数

耐克仍然领跑运动鞋市场，李宁位列第二，安踏、阿迪达斯、鸿星尔克均位列前五。值得关注的是，TOP10品牌中，中国品牌占据7席。

2024年运动鞋C-BPI

上榜品牌TOP10

7/10
中国品牌

品牌	运动鞋C-BPI得分	排名
耐克	630.0	1
李宁	480.2	2
安踏	452.6	3
阿迪达斯	446.5	4
鸿星尔克	410.6	5
特步	399.6	6
乔丹	377.1	7
361°	369.7	8
回力	337.4	9
匡威	295.0	10

品牌竞争格局

运动服饰TOP10品牌 中国品牌占大多数

耐克同样占据运动服装品类榜首地位，李宁、阿迪达斯、安踏、鸿星尔克位居其后。从运动鞋和运动服饰两大品牌来看，中国品牌的品牌建设成果正在凸显。

2024年运动服装C-BPI

上榜品牌TOP10



品牌	运动服装C-BPI得分	排名
耐克	591.8	1
李宁	515.7	2
阿迪达斯	482.9	3
安踏	421.1	4
鸿星尔克	394.8	5
乔丹	376.0	6
361°	374.3	7
特步	371.3	8
彪马	308.1	9
新百伦	295.5	10

品牌成长分析

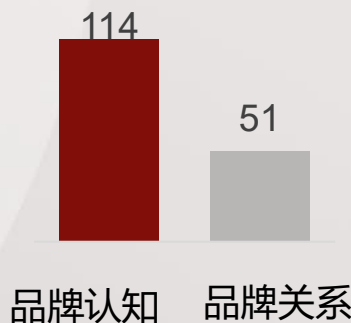
鸿星尔克运动鞋品牌 力增长超100分

鸿星尔克、回力及安踏是最近6年内品牌力成长最快的品牌，尤其在品牌认知端这三个品牌都获得了大幅的提升。但品牌关系或成为未来发展短板。

2018-2024年运动鞋C-BPI成长最快的中国品牌

no.1 

C-BPI得分
+165



no.2 

C-BPI得分
+93



no.3 

C-BPI得分
+93



品牌成长分析

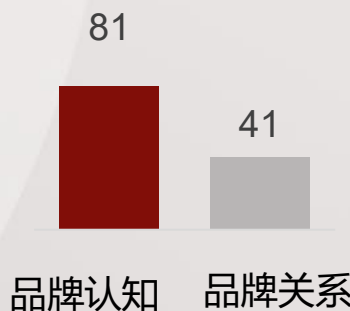
李宁和安踏在运动服
装品牌力增加100+

运动服装C-BPI成长最快的三个中国品牌分别是鸿星尔克、安踏及特步。中国品牌目前以认知驱动为主，未来的提升可能更加依赖于关系端的成长。

2018-2024年运动服装C-BPI成长最快的中国品牌

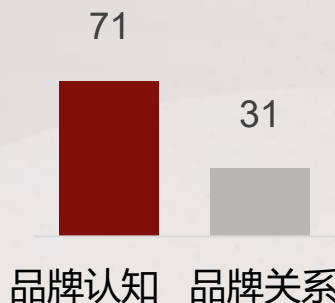
no.1 

C-BPI得分
+122



no.2 

C-BPI得分
+102



no.3 

C-BPI得分
+56



品牌成长分析

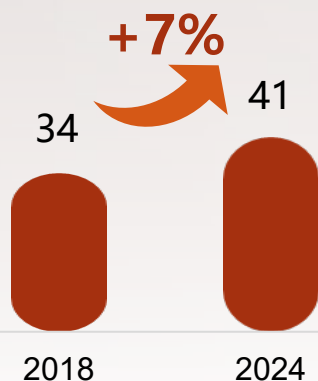
中国品牌在品牌认知 端也获得大幅提升

从C-BPI上榜品牌中的中国品牌总体分析，中国品牌在过去几年品牌认知获得显著提升，在首提及总体提升了7%，认知覆盖率更是2018年的1.4-1.5倍。

运动鞋品类中国品牌整体认知变化

心理占有率

认知覆盖率

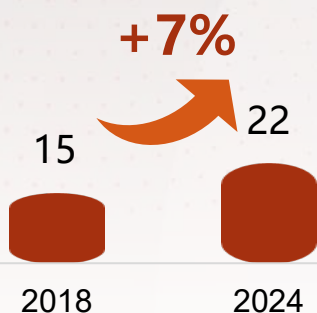


1.5倍

运动服装品类中国品牌整体认知变化

心理占有率

认知覆盖率



1.4倍

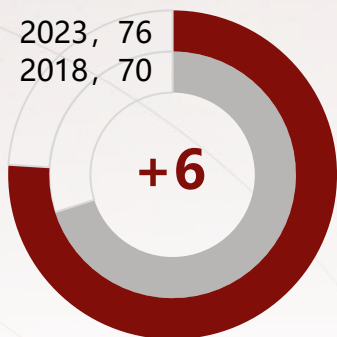
品牌满意度成长

行业满意度总体水平有 明显提升

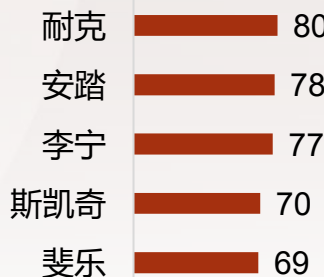
相比2018年，2023年运动相关品类C-CSI均值均有所提升。2023年C-CSI榜单TOP5品牌中，安踏在两榜得分均排名前列。其他中国品牌满意度水平有待提升。

运动鞋

行业C-CSI得分

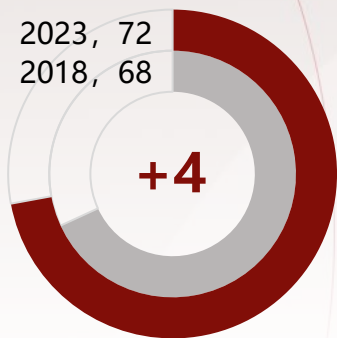


2023年C-CSI榜单 TOP5品牌C-CSI得分

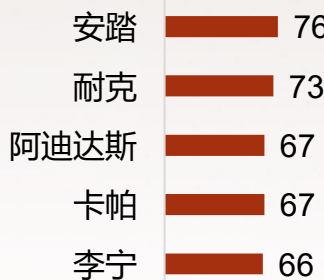


运动服装

行业C-CSI得分



2023年C-CSI榜单 TOP5品牌C-CSI得分



品牌推荐度成长

李宁C-NPS在两个品类均排在榜首

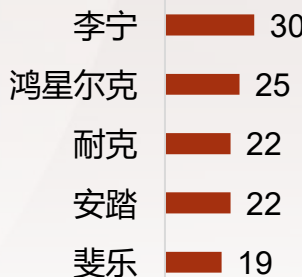
相比2018年，2024年运动相关品类C-NPS均值有较大幅度提升。2024年C-NPS榜单TOP5品牌中，中国品牌李宁在运动鞋服品类均排名第一。

运动鞋

行业C-NPS得分

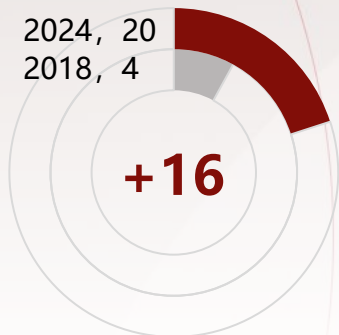


2024年C-NPS榜单TOP5品牌C-NPS得分



运动服装

行业C-NPS得分



2024年C-NPS榜单TOP5品牌C-NPS得分

