

运动品牌行业专题

运动品牌2024前三季度产品竞争格局分析

行业研究 · 行业研究

纺织服装

投资评级：优于大市（维持评级）

证券分析师：丁诗洁
0755-81981391
dingshijie@guosen.com.cn
S0980520040004

证券分析师：刘佳琪
010-88005446
liujiaqi@guosen.com.cn
S0980523070003

- 【 01 】 行业大盘：跑鞋引领专业品类增长，时尚品类占比扩大
- 【 02 】 国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争
- 【 03 】 本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷
- 【 04 】 品类总结：跑步品类升级明显，篮球市场内卷，时尚品类热点交替
- 【 05 】 风险提示和投资建议

- **行业大盘：跑鞋引领专业品类增长，时尚品类占比扩大。**今年前三季度行业规模稳定，服装提价明显，鞋类增长更优，跑鞋、运动时尚鞋保持优势，篮球持续低迷，瑜伽品类乏力。鞋服大类中，服装规模平稳提价趋势明显，与冲锋衣等功能性户外风格的服饰热销有关，而瑜伽裤等室内健身服饰销售下滑。运动鞋增长由销量驱动，其中跑步鞋保持高景气度，量价齐升的增长，篮球鞋销售规模大幅下滑，同时价格也跌幅较大，时尚类运动鞋总体占比有小幅提升，价格平稳。
- **国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争。**耐克乔丹整体份额回升主要来自以价换量，跑鞋份额稳定，篮球鞋性价比新款推升份额，时尚大单品收缩，平替款放量。阿迪达斯份额回升主要来自时尚驱动，专业品类价格和份额均下降，时尚生活大单品爆款效应持续。Lululemon份额与价格均上升，瑜伽以外服饰占比持续扩大，高价运动休闲鞋销售出色。
- **本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷。**安踏份额和价格均小幅回落，专业跑鞋降价量增，近期新推出欧文系列篮球鞋与板鞋拉升品牌价位。李宁份额小幅回落，专业跑鞋正价率与销售双双增长，篮球经典IP下滑明显但新品反响较好。特步份额持平价格回升，专业跑鞋矩阵引领增长，时尚品类占比下降。361度份额小幅增长，专业跑鞋爆款效应持续，篮球鞋降价竞争。
- **品类总结：跑步品类升级明显，篮球市场内卷，时尚品类热点交替。**跑步品类呈现量价齐升的高景气度，一方面大众跑者专业化，推升功能性与性价比优势突出的本土品牌出圈，专业跑鞋矩阵更加成熟；另一方面，高端市场小众化，多个小众专业国际品牌快速增长，也导致两大国际品牌份额承压。篮球品类量价齐跌，需求萎缩，供给也缺乏新意。位于高端市场的耐克的核心IP提高正价率后销售下滑，靠平价篮球鞋夺回份额；位于腰部市场的本土品牌，常青款陷入打折低价内卷，仅安踏的欧文系列和李宁的伽马带来新意。时尚品类是国际品牌份额上升的主要驱动，耐克有意控制核心IP的销售但平替款增长明显，阿迪的SAMBA表现相当强势，lulu的生活系列服装和鞋增长突出。
- **风险提示：宏观经济疲软；消费复苏不及预期；国际政治经济风险；汇率与原材料价格大幅波动。**

- 投资建议：关注品牌价格回升和新品驱动的投资机会。品牌消费方面，重点推荐有望后续受益篮球新品放量和多细分品牌拉动增长的安踏体育，核心产品价格回升带动盈利改善的李宁，均价回升且跑鞋矩阵拉动的特步国际，专业跑鞋增长较好的361度，以及受益头部国际品牌份额持续回升利好的零售商滔搏。代工制造方面，重点推荐受益头部国际品牌中国市场份额回升和新客户快速增长的供应商申洲国际，以及提升大客户份额并受益专业跑鞋品牌高景气成长的供应商华利集团。

重点公司盈利预测及投资评级

公司 代码	公司 名称	投资 评级	昨收盘 (RMB)	总市值 (亿元)	EPS		PE	
					2024E	2025E	2024E	2025E
2313. HK	申洲国际	优于大市	55.34	833	3.93	4.57	14.1	12.1
300979. SZ	华利集团	优于大市	70.04	827	3.35	3.89	20.9	18.0
2020. HK	安踏体育	优于大市	78.34	2220	4.82	4.76	16.3	16.5
2331. HK	李宁	优于大市	14.20	368	1.22	1.37	11.7	10.3
1368. HK	特步国际	优于大市	5.02	133	0.47	0.54	10.7	9.3
1361. HK	361度	优于大市	3.63	75	0.55	0.64	6.6	5.7
6110. HK	滔搏	优于大市	2.53	157	0.36	0.23	7.0	11.0

资料来源：Wind、国信证券经济研究所预测

- 【 01 】 行业大盘：跑鞋引领专业品类增长，时尚品类占比扩大
- 【 02 】 国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争
- 【 03 】 本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷
- 【 04 】 品类总结：跑步品类升级明显，篮球市场内卷，时尚品类热点交替
- 【 05 】 风险提示和投资建议

行业大盘：跑鞋引领专业品类增长，时尚品类占比扩大



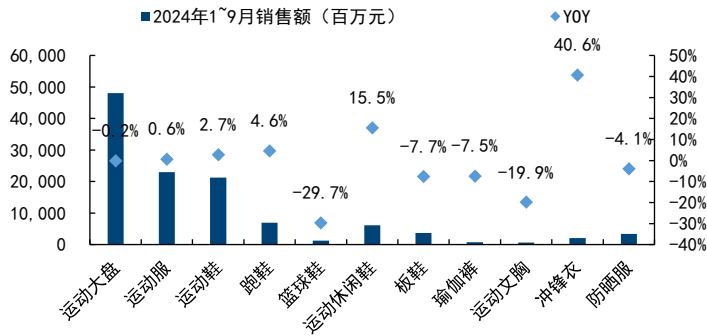
今年前三季度行业规模稳定，鞋类增长更优，跑鞋、运动时尚鞋保持优势，篮球持续低迷，瑜伽品类乏力

• 行业规模保持稳定，运动服提价明显，运动鞋销量增长较好。今年1-9月，天猫运动户外大盘增长同比持平，主要由价格驱动，价格增长7%。鞋服品类中，运动鞋增长更快，达到2.7%，价格基本持平；服装表现持平，主要为价格驱动，均价大幅增长8.4%。运动鞋占比进一步扩大，运动服占比也小幅提升，其他品类有所下降。

• 运动鞋子品类中时尚运动鞋占比小幅扩大，专业运动鞋受篮球鞋拖累，运动服子品类的冲锋衣销售火爆，瑜伽相关产品销售较弱。专业运动鞋占比38.7%，小幅下降2.1个点；运动时尚鞋合计占比46.3%，小幅增加1.3个点。具体子品类表现：

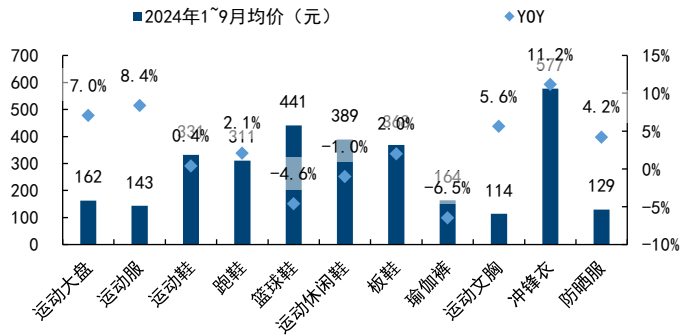
- ① 运动休闲鞋增速最快，销售额增速达到16%，价格相对稳定；
- ② 跑鞋品类增长较好，达到5%，价格小幅增长；
- ③ 板鞋相对较弱，下滑8%，而均价有所回升；
- ④ 篮球鞋表现最弱，下滑30%，均价大幅下降5%。
- ⑤ 瑜伽裤相对较弱，下降8%，主要由于价格下跌；
- ⑥ 运动文胸大幅下降20%，但单价回升；
- ⑦ 冲锋衣增长突出达到41%，且价格大幅提升；
- ⑧ 防晒服下滑4%，但价格回升。

图：运动户外行业各品类销售额及变化



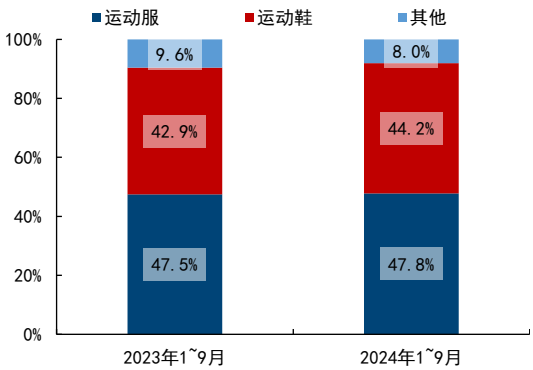
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：运动户外行业各品类均价及变化



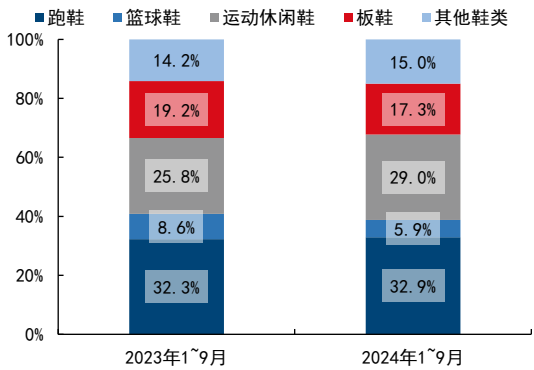
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：运动户外行业鞋服品类比例变化



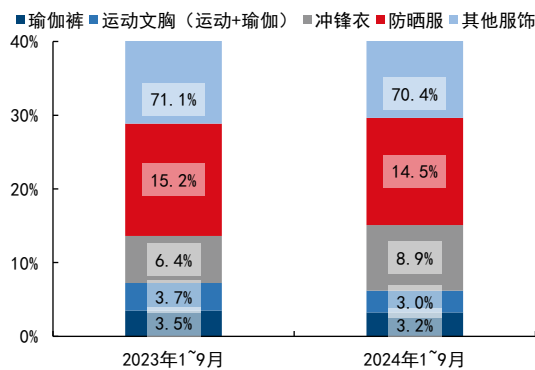
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：运动鞋子品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：运动户外服子品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

- 【 01 】 行业大盘：跑鞋引领专业品类增长，时尚品类占比扩大
- 【 02 】 国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争
- 【 03 】 本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷
- 【 04 】 品类总结：跑步品类升级明显，篮球市场内卷，时尚品类热点交替
- 【 05 】 风险提示和投资建议

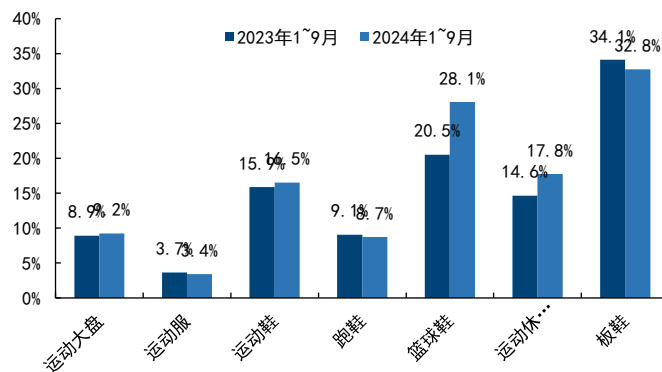
国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

耐克乔丹：整体以价换量，跑鞋份额稳定，篮球鞋性价比新款推升份额，时尚大单品收缩，平替款放量

- 2024年1~9月品类销售趋势：份额小幅提升，鞋类降价明显，专业运动鞋比例小幅下降

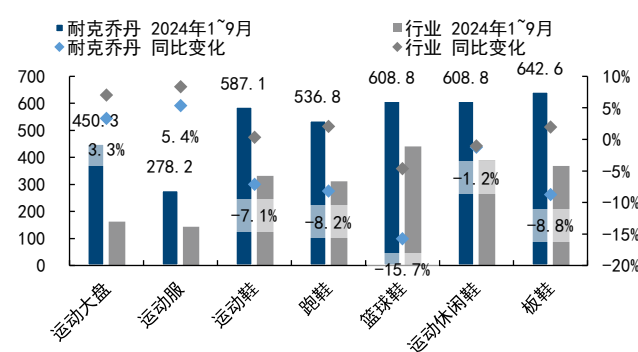
- 各品类市场份额变化：**份额总体小幅提升，篮球鞋市场份额回升。耐克乔丹合计占运动大盘市场份额9.2%，同比小幅提升，其中分鞋服比较，运动服市场份额略有下降，运动鞋有所上升；运动鞋中，篮球鞋、运动休闲鞋份额提升较显著，而跑鞋和板鞋份额稳中略降。
- 各品类均价变化：**价格上涨主要由于品类结构变化，运动鞋各子品类均降价，篮球鞋大幅降价抢回份额。耐克整体和运动服品类的均价均同比上升，与行业趋势一致，但涨幅不及行业。耐克各品类均价都高于行业，但鞋类均价在行业整体稳定的情况下有明显的回落。除运动休闲鞋价格相对稳定且份额回升以外，跑鞋、篮球鞋、板鞋降价幅度都较大。尤其篮球鞋接近16%的均价下降，推动了篮球鞋份额的回升。
- 品类占比变化：**运动鞋占比进一步提升，运动休闲鞋扩张弥补板鞋的收缩，篮球鞋尽管市场份额回升，但在品牌产品结构中仍下降。耐克运动鞋达到79%的较高占比，运动服比例小幅下降。运动鞋中，专业运动鞋占比从29.5%下降到27.3%，其中跑鞋和篮球鞋比例均小幅下降，时尚运动鞋占比从65.1%提升到65.5%，运动休闲鞋的扩大抵消了板鞋的收缩。

图：耐克乔丹各品类市场份额变化



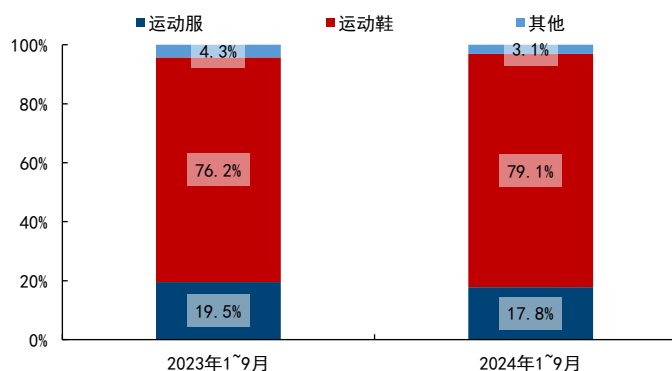
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：耐克乔丹各品类均价变化



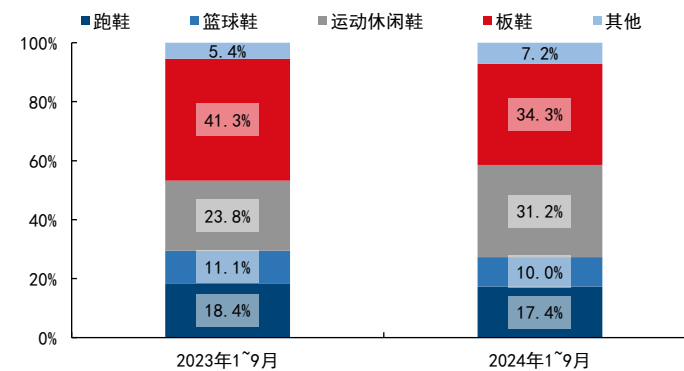
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：耐克乔丹鞋服品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：耐克乔丹运动鞋子品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

耐克乔丹：整体以价换量，跑鞋份额稳定，篮球鞋性价比新款推升份额，时尚大单品收缩，平替款放量

• 近期重点新品销售表现：

1. 跑步鞋：新品价格保持高正价率，并在旧品下架后迎来销售放量。

- **Alphafly 3**：24年1月上架，定位高端竞速鞋，定价2299，在24Q3迎来销售放量，同期Alphafly2下架，目前销售好于前一年的Alphafly2。



- **Pegasus 41**：24Q2上新后销售表现弱于去年同期的40代，但价格显著高于去年同期的40代，900元上下，体现了正价销售的策略，并且在24Q3小幅降价后超越了去年同期40带的销售，40代也在Q3早期下架。



2. 篮球鞋：高端实战鞋价格回升销售下滑，推出性价比支线弥补销售，新签球星鞋与经典球星鞋销售仍有较大差距，性价比新签名鞋销售较好。

- **G. T. CUT**：第二代于22年11月上架，定位高端实战鞋，经过一年销售周期，价格由1499下降到800-1300之间，在23Q2销售爆发；第三代于24年1月上架，销售额与23年同期第二代相比表现较弱，但均价持续坚挺。24Q2推出了性价比更高的支线系列，以550-650的价格在Q3开始放量。



- **BOOK 1**：于24年2月上架，一季度销售160万坚持正价1099元，三季度价格下降到734元，而销售也较低。

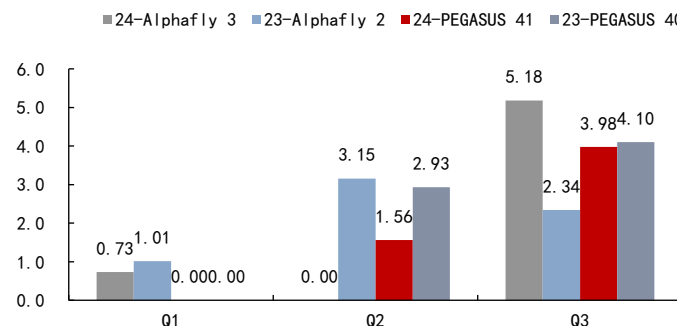


- **KD 17**：于24年Q3上市，销售表现出色，价格1257元也相对较好。



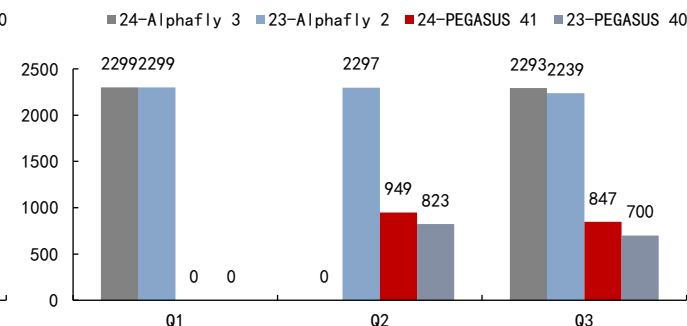
- **SABRINA**：第一代于23Q3上架，销售逐季上升，在24Q2对第一代进行降价收尾，销量大增；第二代于24Q3上升，比去年同期的第一代销售有明显增幅。

图：耐克乔丹跑鞋新品销售额（百万元）



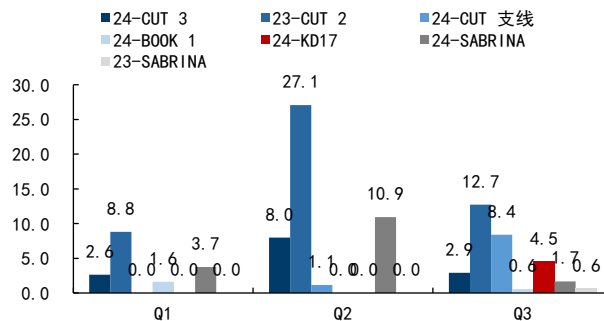
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：耐克乔丹跑鞋新品销售均价（元）



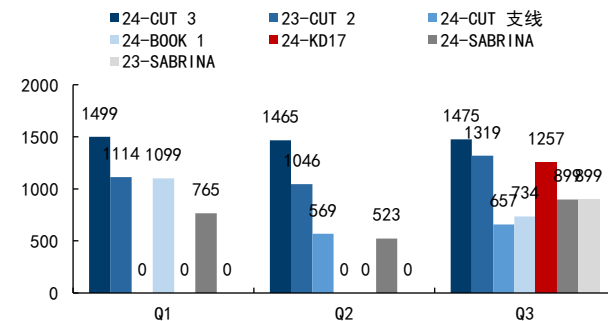
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：耐克乔丹篮球鞋新品销售额（百万元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：耐克乔丹篮球鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

耐克乔丹：整体以价换量，跑鞋份额稳定，篮球鞋性价比新款推升份额，时尚大单品收缩，平替款放量

• 近期重点新品销售表现：

3. 运动休闲鞋：上半年中高端销售额表现较好，三季度中低价鞋款放量。

- **Legacy 312**：定价在750-850元之间，24年Q1-Q2合计销售超7000万，同比翻数倍，Q3趋弱。
- **FULL FORCE**：23年10月上架，定价400-450元之间较高性价比，24年Q1超过1700万销售，后续销售回落。
- **V2K**：23年12月上架，定价600元以上，上半年销售放量，Q3回落。
- **COURT VISION**：网称“简版空军一号”定价450元左右较高性价比，24年前三季度销售与去年接近，第三季度同比量价齐升明显。

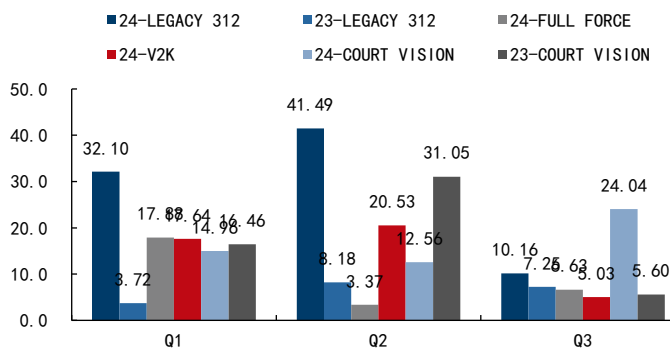


4. 板鞋：经典爆款大单品呈现逐季下降的销售趋势，价格有小幅回升，控货效果明显。

- **DUNK LOW**：延续近两年强劲增长的超级单品，24年Q1销售额接近1.5亿，24年Q2开始销售同比下降，Q3销售大幅减少但均价回升。
- **AJ1**：销售有所波动，24年同比销售相对稳定，价格由去年的900元左右有所下降，今年保持在800元左右的水平。
- **AF1**：销量较大但逐季减少，24年Q1同比相对持平，Q2开始明显转负，均价保持相对稳定的水平。

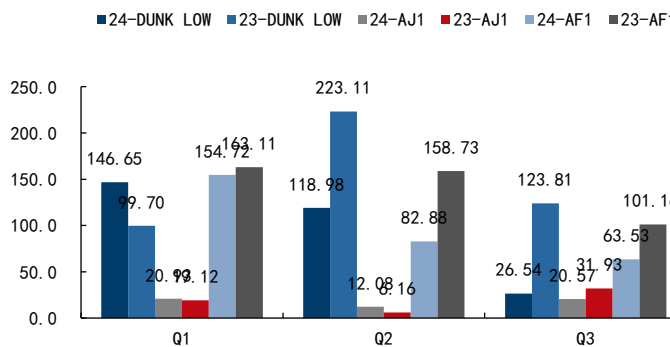


图：耐克乔丹运动休闲鞋新品销售额（百万元）



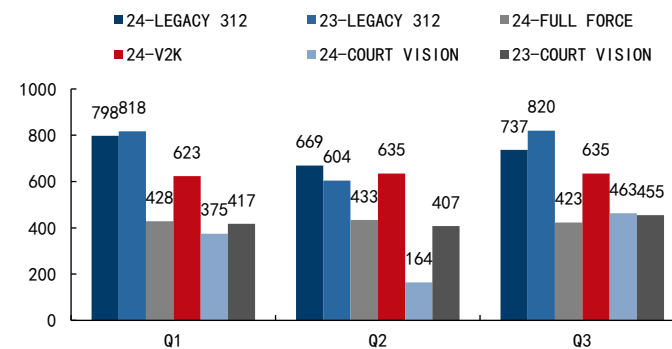
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：耐克乔丹板鞋新品销售额（百万元）



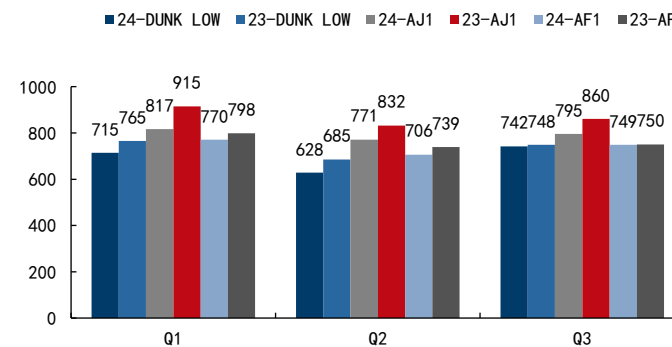
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：耐克乔丹运动休闲鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：耐克乔丹板鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

耐克乔丹：整体以价换量，跑鞋份额稳定，篮球鞋性价比新款推升份额，时尚大单品收缩，平替款放量

• 未来重点新品发布计划：

产品信息		产品图片	产品简介
产品名称	Sabrina 2		将焕新亮点融入 Sabrina 1 的出彩设计，打造出减重 28 克的全新鞋款，在提升轻盈度的同时兼顾支撑性、稳定性和舒适性。Sabrina 2 是首款采用柔软 Cushlon 3.0 泡绵中底的 Nike 篮球鞋，并以硬质 Cushlon 泡绵载体加以包覆，巧妙兼顾柔软舒适性和出众稳固性。前足搭载 Nike Air Zoom 缓震配置，有助提供出色能量回馈和回弹响应性能，全新固定带系统包覆中足，打造出色贴合感，帮助双足保持稳固。
发布日期	2024/6/28		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	“蓝图”系列		汇聚了耐克目前领先的Air创新科技，全系列包含13款产品，涵盖田径钉鞋、篮球鞋、足球鞋和运动生活类鞋款，其配色致敬了耐克的创始人之一比尔·鲍尔曼（Bill Bowerman），包括为田径运动员升级的钉鞋Nike Victory 2和Nike Maxfly 2；一款新的篮球鞋Nike G.T.Hustle 3；以及为足球运动员推出新款足球鞋2024 Nike Mercurial。除了耐克「蓝图」系列之外，耐克还会在盛会之前发布另一款配色出众亮眼的主题系列产品。
发布日期	2024/7/3		
产品类型	钉鞋、篮球鞋、足球鞋、运动休闲鞋		
产品名称	Nike Jam		在Breaking即将亮相今夏最大的体育盛会前夕，耐克推出了专为Breaking打造的鞋款和服饰系列。Nike Jam是首款专为Breaking设计的运动鞋，能够最大限度地提高运动员在各类比赛场地、混凝土或沥青地面上的运动表现。耐克与长期合作伙伴、艺术家Futura合作设计了该系列，其中包括为美国队、韩国队以及日本队设计的国家队服饰。Nike Jam和部分服饰将于7月16日通过Nike.com、Nike App线上平台优先发售；Nike Jam Futura配色球鞋及服饰将于8月1日起通过耐克指定零售店铺全面发售。
发布日期	2024/7/16		
产品类型	Breaking（霹雳舞）鞋		
产品名称	Air Jordan 39		迈克尔·乔丹标志性的交叉步动作是Air Jordan 39的主要灵感来源。Air Jordan 39的整体设计看起来会更为简洁。鞋款的缓震系统由全掌ZoomX泡绵和Air Zoom组成，此科技组合也是首次在Jordan品牌的篮球鞋款中出现。Air Zoom单元被嵌入在全掌ZoomX泡绵的底部外壳中，二者共同组成了轻量化与回弹俱佳的中底系统，脚部和鞋底的贴合度也会在一定时间的穿着后逐渐提升。鞋身两侧的环境式支撑条设计则是为了保证足部在多方向移动时的稳定性，同时也有助于充分发挥中底系统的缓震效果。
发布日期	2024/7/23		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	LeBron TR 1		LeBron James 全新鞋款 LeBron TR1 (Trainer 1) 定价849元，是专为新生代运动员精心打造的训练鞋款，结合优异机能与出色舒适感，洋溢街头青春活力气息。TR1 采用人体工学和轻量设计，加强前足灵活性，改写你对训练鞋款稳定著感的体验。这个版型展现出 LeBron 所采取的全方位训练心法，象征他与 Nike 合作的新境界。
发布日期	2024/9/19		
产品类型	综训鞋		
产品名称	Jordan Tatum 3		Cushlon 3.0泡绵和Air Zoom气垫组成的中底科技组合，与鞋面的稳定性结构，共同帮助球员在场上自如完成侧向移动，公布四双新配色，并推出生涯首冠超豪华套装版本。
发布日期	2024/9/25		
产品类型	篮球鞋		

资料来源：品牌官网、品牌官方微信公众号、flightclub、nowre、什么值得买、虎扑、界面新闻、大众新闻、ecosports、国信证券经济研究所整理

国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

耐克乔丹：整体以价换量，跑鞋份额稳定，篮球鞋性价比新款推升份额，时尚大单品收缩，平替款放量

• 未来重点新品发布计划：

产品信息		产品图片	产品简介
产品名称	Nike Zoom Fly 6		Nike Zoom Fly 6是一款兼具训练、竞速的出色跑鞋，结合了耐克尖端缓震技术和鞋板创新，提供卓越舒适感和额外动力，适合日常训练和助力比赛日创造个人最佳表现。新款Zoom Fly是耐克历代跑鞋中具备卓越速度表现的运动鞋之一，采用流线型设计，重量比前代轻约10%（男码44码），配备全长碳纤维FlyPlate和更多ZoomX泡绵，实现出色的能量回馈。定价：\$170 美元。
发布日期	2024/11/1		
产品类型	跑鞋		
产品名称	Air Jordan 3 “Black Cement Reimagined”		经典 Air Jordan III「黑水泥」时隔六年即将复刻。Air Jordan III「黑水泥」Reimagined 版本预计将于 2024年底12月圣诞节期间以全家族尺码发售，售价 220 美金。
发布日期	2024/12/25		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	Kobe 9 Protro EM “Gift of Mamba”		全掌 Lunar + 碳板设计，后跟处的个人签名 Logo，以及象征科比跟腱手术缝针的九道车线都悉数还原。根据目前消息，全新 Nike Kobe 9 Protro EM “Gift of Mamba” 将于今年圣诞节期间登场，定价为 \$210 美元。
发布日期	2024/12/25		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	Pegasus Premium		传承飞马系列标志性的缓震功能的同时，将首次搭载耐克的塑型可视化AirZoom气垫单元。塑型Air Zoom气垫单元贴合脚部的自然轮廓，帮助跑者在从后跟到脚趾的过渡中有效传递力量。中底采用ZoomX泡绵，后跟使用ReactX泡绵，为跑者提供稳定流畅的推进感。
发布日期	2025年		
产品类型	跑鞋		
产品名称	蛇年Air Force1		鞋身以纯白色的AF1 Low为蓝本，搭配草绿色和中国红，材质方面选择以皮革打造，鞋带处带有金色鞋型装饰。后半部分位置由浮雕蛇形印花呈现，Swoosh还特别加入了大红色的蛇形刺绣，此外，鞋舌Logo由黑红搭配的蛇纹以及金色Nike Air字样呈现，极具新年限定辨识度。此外还将附带一条大红色中国结，以及鞋舌内衬带有金色葫芦、寿桃等图案。
发布日期	2025年3月		
产品类型	运动休闲鞋		
产品名称	Nike Kobe 6 Protro “Dodgers”		此款配色是为「洛杉矶道奇队」所打造的专属 PE 配色。这双 Nike Kobe 6 Protro “Dodgers” 不仅代表了科比的兴趣所向，也是向洛杉矶致敬。整体采用了极具视觉冲击力的蓝白装饰，鲜红的数字 8 则是大家都格外熟悉的背号元素。
发布日期	2025年夏季		
产品类型	篮球鞋		

资料来源：品牌官网、品牌官方微信公众号、flightclub、nowre、什么值得买、虎扑、界面新闻、大众新闻、ecosports、国信证券经济研究所整理

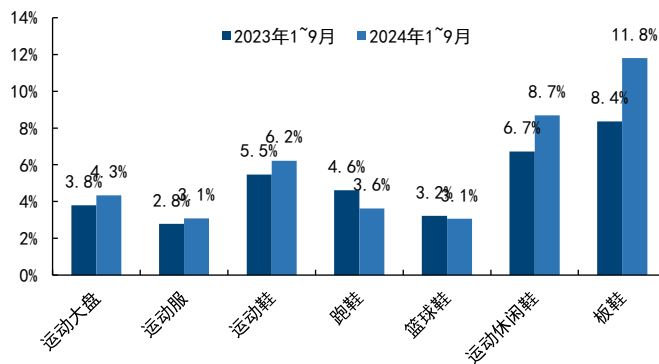
国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

阿迪达斯：份额回升，鞋类降价，专业品类比例下降，时尚品类爆款效应持续

- 2024年1~9月品类销售趋势：份额回升，多品类降价，时尚运动鞋销售占比提升显著

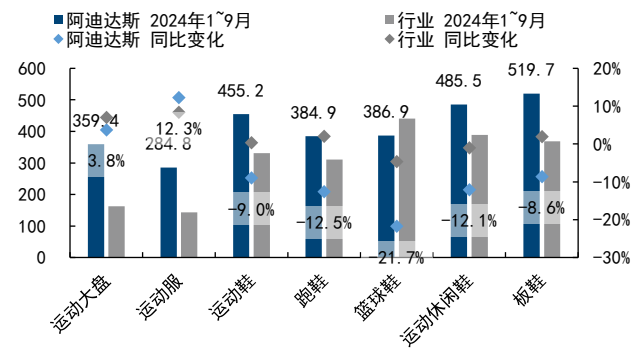
- 各品类市场份额变化：**份额总体上升，时尚类运动鞋份额提升明显。阿迪达斯占运动大盘市场份额4.3%，同比有所提升，其中运动服、运动鞋市场份额均回升；运动鞋中，跑鞋份额下降，篮球鞋持平，运动休闲鞋和板鞋份额均明显上升。
- 各品类均价变化：**价格上涨但幅度小于行业涨幅，运动服明显提价而运动鞋各品类均有明显降价。阿迪达斯整体价格提升主要由占比较大的运动服大幅提价带动，而运动鞋多个细分品类均价都同比下降，与行业稳中有升的运动鞋均价趋势相反。
- 品类占比变化：**运动鞋占比提升，其中专业品类占比下降，时尚品类占比大幅提升。阿迪达斯运动服占比相对其他运动品牌较高，小幅下降到34%。运动鞋中，专业运动鞋占比从32.3%下降到22.0%，主要由于跑鞋占比大幅下降；时尚运动鞋从61.1%提升到73.2%，提升幅度较大，板鞋和运动休闲鞋均有明显上升。

图：阿迪达斯各品类市场份额变化



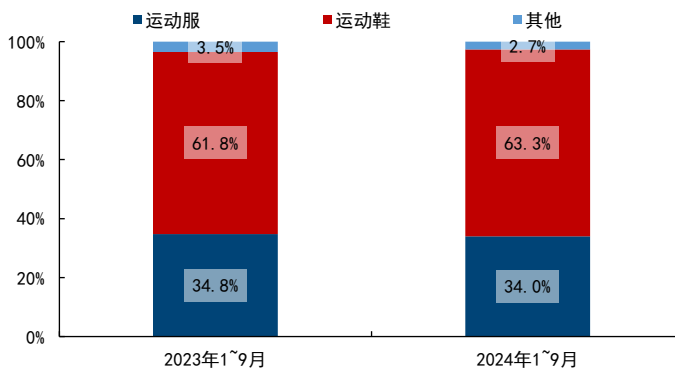
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：阿迪达斯各品类均价变化



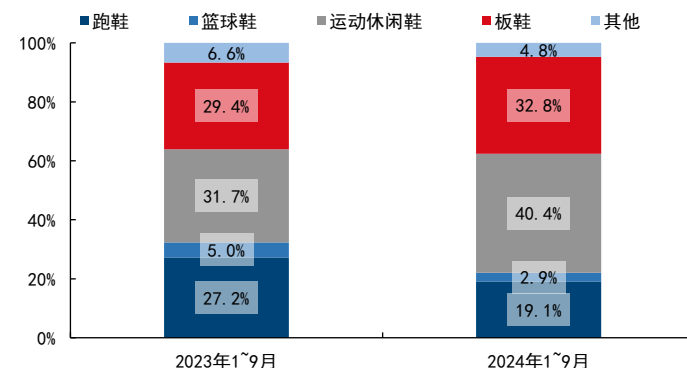
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：阿迪达斯鞋服品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：阿迪达斯运动鞋子品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

阿迪达斯：份额回升，鞋类降价，专业品类比例下降，时尚品类爆款效应持续

• 近期重点新品销售表现：

1. 轻运动系列：销售增长明显，服装占比大，价格更高。

• 轻运动鞋类：经过一年以上的销售周期，24年销售额同比大幅增长，占整体比例由10%达到16%，均价368元，低于整体鞋类约87元。

• 轻运动服装类：经过一年以上的销售周期，24年销售额大幅增长，占整体比例大幅提升达到19%，占比高于轻运动鞋类的这一比例，均价302元高于整体服装约17元。

2. 专业运动鞋：经典性价比款销量较高，高端篮球鞋均价回升销量较低。

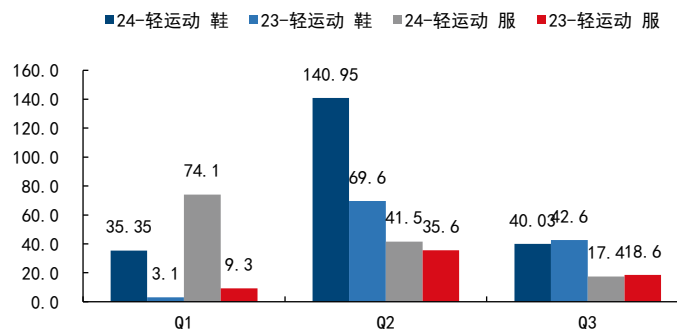
• ULTRABOOST LIGHT：于23年中上架，定价1399元，高端专业跑鞋，24年前两月销售保持原价，Q2~Q3逐步降价至900元上下，Q2销售环比大增，Q3回落。

• PUREBOOST：性价比BOOST鞋款，均价在500-700元间，两年均保持较高销量，24年均价略低于23年同期，前三季度销售累计达到2800万。

• 哈登：高端球星签名篮球鞋，24年均价相比23年有明显上升，但销售额同比有所回落。

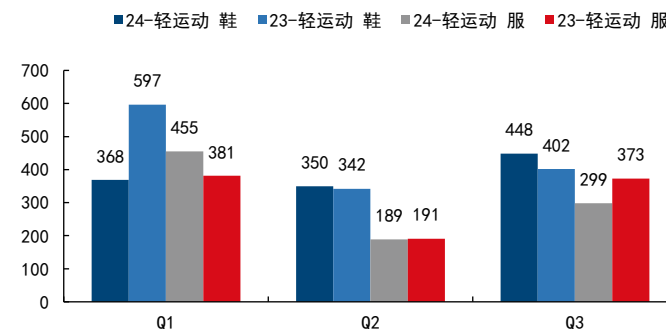


图：阿迪达斯轻运动鞋服销售额（百万元）



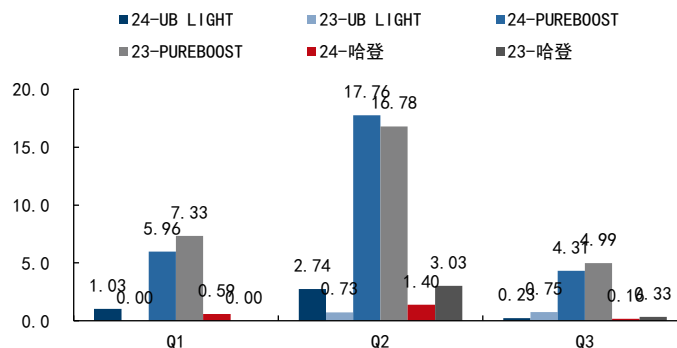
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：阿迪达斯轻运动鞋服销售均价（元）



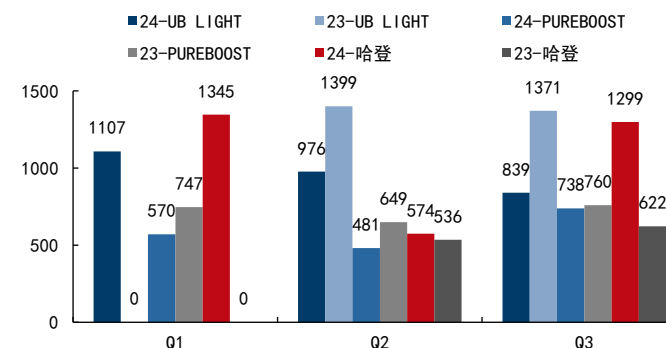
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：阿迪达斯专业运动鞋新品销售额（百万元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：阿迪达斯专业运动鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

阿迪达斯：份额回升，鞋类降价，专业品类比例下降，时尚品类爆款效应持续

• 近期重点新品销售表现：

3. 运动休闲鞋：保持较高销售额和较好的均价。

- **OZWEEGO**：19年发布，定价1099元左右经典复古老爹鞋，近几年持续款式迭代，24年逐季销售走高且价格上行，Q3单季度超过2000多万，均价接近1000元。



- **RETROPY**：21年推出，以E5款式为主，定价999元，24年销售额同比有所下降，目前Q3均价上升到800元以上。



- **泡泡鞋HI-TAIL**：22年推出，定价749元，24Q1增长明显，后两季度销售同比有所回落。



4. 板鞋：T头鞋销售持续火爆，经典款销售回落价格下降。

- **SAMBA**：经典德训鞋，定价1000元左右，近期成为爆款，24年前三季度销售额破亿，均价保持在800元以上较好水平。



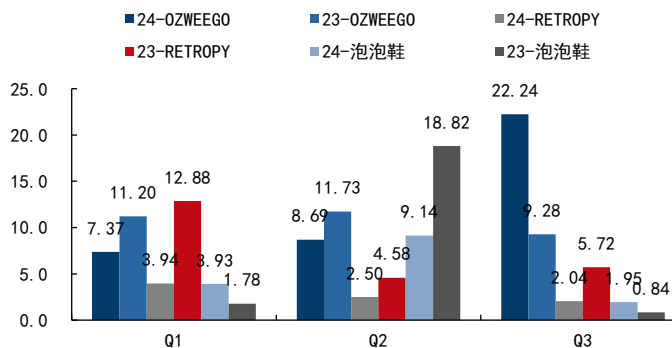
- **T头鞋**：包括SAMBA在内的其他“平替”鞋款，目前平均价格在500-700之间，随着SAMBA销售的火爆增长迅速提升，且均价上行。



- **SUPERSTAR**：经典贝壳头鞋，目前价格在500-700之间，比去年价格降幅明显，销售额也同比回落。

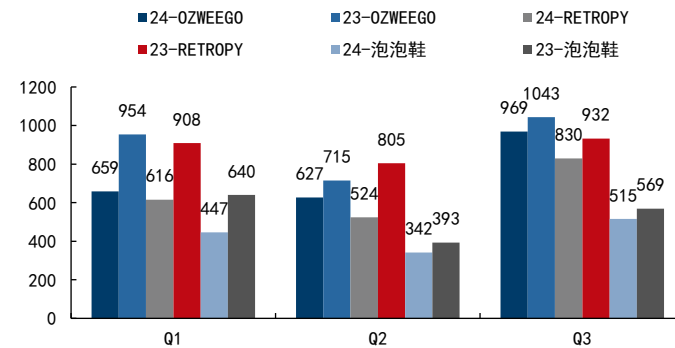


图：阿迪达斯运动休闲鞋新品销售额（百万元）



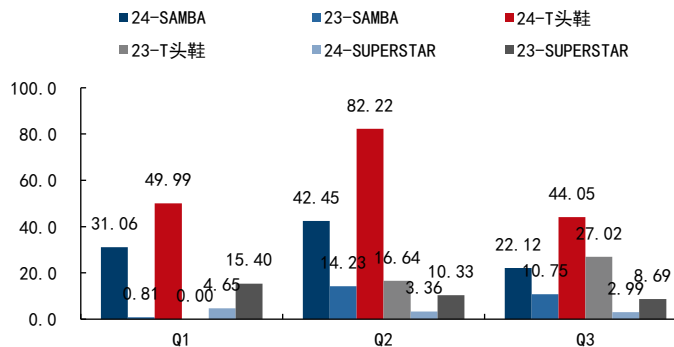
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：阿迪达斯运动休闲鞋新品销售均价（元）



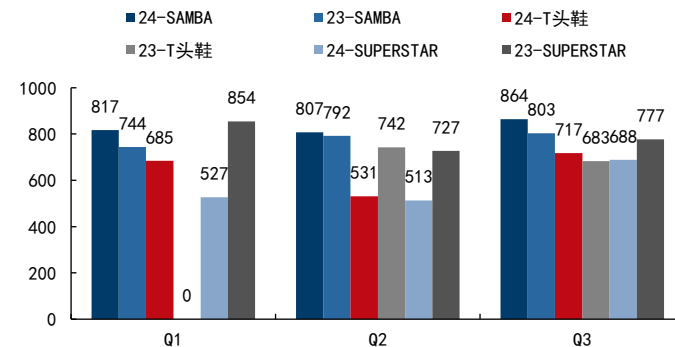
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：阿迪达斯板鞋新品销售额（百万元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：阿迪达斯板鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

阿迪达斯：份额回升，鞋类降价，板鞋爆款大幅增长

产品信息		产品图片	产品简介
产品名称	ULTRABOOST 5		中底方面，Ultra Boost 5采用了更厚的Boost设计，比前代增加了9毫米，为跑步爱好者提供更高的能量回馈。而且，它并未增加鞋重，得益于创新材质Light Boost的应用，既保证了缓震效果，又实现了轻量化。鞋面则延续了Primeknit技术，带来如袜套般的舒适度。在易磨损区域，编织更加紧密，以增强耐用性；而在受力较小的区域，则编织得更宽松，以增强透气性。此外，经典的Torsion中足支撑系统和Continental™马牌橡胶大底都得以保留，为各种天气和路况提供稳定支撑。定价1399。
发布日期	2024/8月		
产品类型	跑鞋		
产品名称	Harden vol8 哈登8显赫红/银河漫游/紫色风暴		显赫红是哈登中国行同款战靴来袭，黑红搭配，醒目又个性。无论球场还是出街，都能实力拿捏。银河漫游采用银黑配色，外观视觉上的未来和科技感球场回头率直线拉满。紫色风暴季后赛首次上脚亮相，高饱和配色拉满回头率。今夏中国行期间，詹姆斯·哈登再次上脚展示，搭载Jetboost中底，从容出招，再掀赛场风潮。定价1299。
发布日期	2024/8-10月		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	adidas Originals X BAD BUNNYGAZELLE INDOOR		Gazelle Indoor作为阿迪达斯的经典鞋款，自诞生以来便以其独特的设计和舒适的穿着体验，深受消费者追捧。Gazelle Indoor鞋身采用了高品质的皮革与麂皮相结合的材质，不仅质感十足，还兼具保暖性能，适合在秋冬季节潮流出街。该鞋款采用半透明的生胶外底，既增添了复古气息，更是保证了鞋子的防滑性和耐磨性。本次全新推出的黑白配色，简约且百搭，搭配浅灰色长绒麂皮材质，高级感拿捏得恰到好处。
发布日期	2024/9/21		
产品类型	运动休闲鞋		
产品名称	75周年系列		阿迪达斯为了庆祝创立75周年，推出了全新的周年系列，包括三双经典鞋款 Samba、Handball Spezial和SL72。Samba以经典的黑白配色重新登场，采用了顺滑高级的皮革材质包裹鞋身，并在鞋头位置辅以一块 T 头绒面革带来多层次感受，最后以全黑大底收尾。Handball Spzeia 使用蓝白色作为主调，搭载生胶外底，营造经典复古视觉。SL72 则以红白配色示人，使用了绒面革材质，呈现不俗质感。三双鞋款均在后跟刻有醒目的数字“75”，同时鞋款内衬饰有烫金字样“1949.8.18”，以此点明75 周年主题。
发布日期	2024/10/2		
产品类型	运动休闲鞋		
产品名称	JABBAR复古球鞋		传奇球星贾巴尔元年篮球战靴，经典再现。麂皮鞋头、柔软皮革鞋面及干净轮廓，复刻70年代adidas经典的永恒风格。两款经典鞋型搭配经典蓝白配色，百搭出型，专为街头打造。高帮款定价849，低帮款定价749。
发布日期	2024/10/18		
产品类型	运动休闲鞋		
产品名称	adidas Originals by Dingyun Zhang 胶囊系列		adidas Originals 继续和国内著名青年设计师 Dingyun Zhang（张鼎昀）联手，带来 2024 秋冬合作胶囊系列，此次胶囊系列不仅带来两双经典 Samba，更将推出焕新鞋型 Kouza。Kouza从阿迪达斯经典的拳击鞋中提取灵感，夸张的鞋跟护垫巧妙地呼应了设计师的风格，个性的中底设计配合网眼材料的鞋面，带来超强的视觉冲击力，呈现出「变化」的魅力。
发布日期	2024/10/18		
产品类型	运动休闲鞋		

资料来源：品牌官网、品牌官方微信公众号、flightclub、nowre、什么值得买、虎扑、界面新闻、大众新闻、ecosports、国信证券经济研究所整理

请务必阅读正文之后的免责声明及其项下所有内容

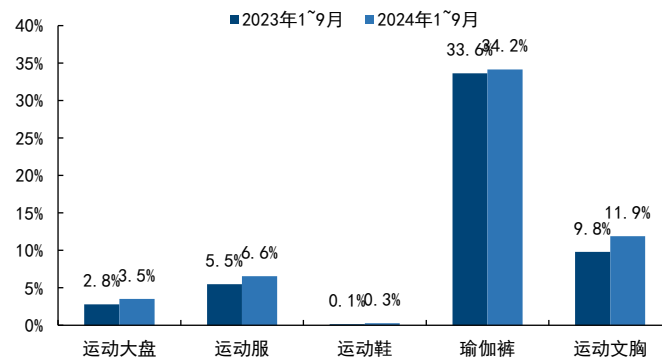
国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

Lululemon：份额与价格均上升，瑜伽以外服饰占比持续扩大，高价运动休闲鞋销售出色

- 2024年1~9月品类销售趋势：份额提升与价格回升，瑜伽裤以外产品占比明显提升

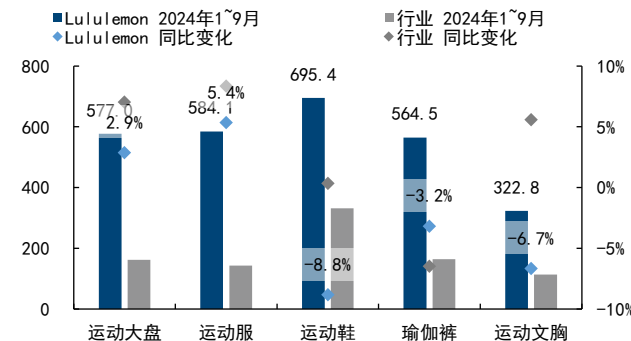
- 各品类市场份额变化：份额总体上升，运动服和运动鞋份额均上升，瑜伽品类降价。Lululemon占运动大盘市场份额3.5%，同比有所提升，其中运动服、运动鞋市场份额均上升；运动服中，瑜伽裤和运动文胸份额均上升。
- 各品类均价变化：运动服提价，鞋类降价，运动服中瑜伽裤和运动文胸降价。Lululemon整体价格上升，其中运动服提价，运动鞋降价。细分品类中瑜伽裤和运动文胸均有所降价。
- 品类占比变化：运动鞋占比提升，运动服中瑜伽裤占比下降明显。Lululemon运动服占比相对其他运动品牌较高，近期小幅下降至89.6%。运动鞋占比由2.3%提升至3.4%。而运动服中运动文胸销售占比小幅下降，瑜伽裤占比由1.5%下降至16.8%。

图：Lululemon各品类市场份额变化



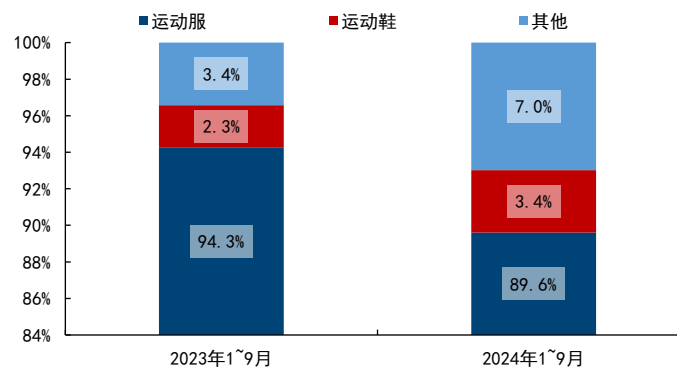
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：Lululemon各品类均价变化



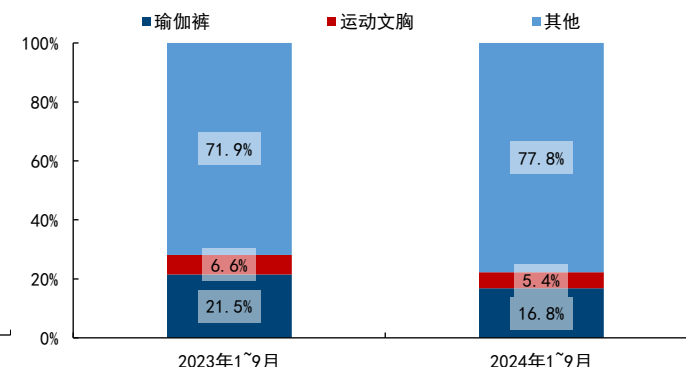
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：Lululemon鞋服品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：Lululemon运动服子品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

Lululemon：份额与价格均上升，瑜伽以外服饰占比持续扩大，高价运动休闲鞋销售出色

• 近期重点新品销售表现：

1. 裤装：休闲运动裤销量增长明显，瑜伽裤销量增长势头良好，经典款有所降价。

• 运动裤：

• Dance Studio系列2022年上架，上市时间超过1年后销售额大幅提升，今年前3季度销售额接近3000万，均价600-700元左右，同比有所上升。

• Softstreme系列2022年上架，主打高腰直筒宽松运动裤。今年前3季度销售额接近4000万，同比大幅提升，均价在1000元上下。

• ABC男裤2015年推出成为多年经典款。今年前3季度均价650-850之间，相比去年有所下降，带动销售额同比增长至2000万左右。

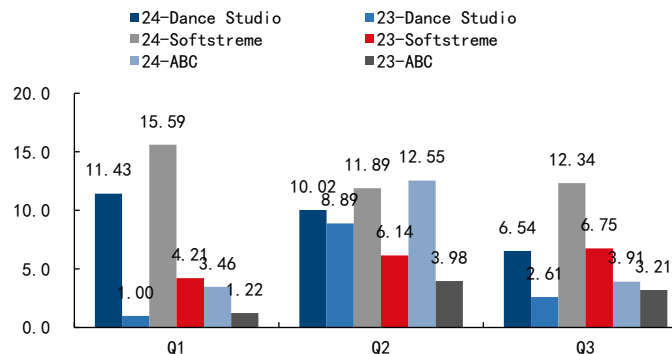
• 瑜伽裤：

• Align系列主打高品质和高时尚感。今年前3季度1亿以上，同比相对稳定，均价在550元左右，有所下降。

• Wunder Train系列定位高强度运动。今年前三季度均价在1000元左右，相比去年整体持平，销售额则同比增长至9000万左右。

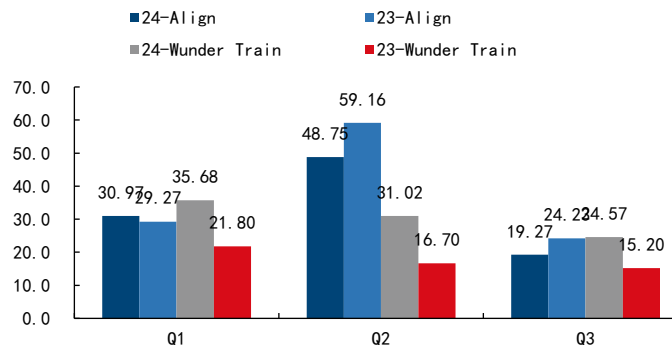


图：Lululemon运动裤新品销售额（百万元）



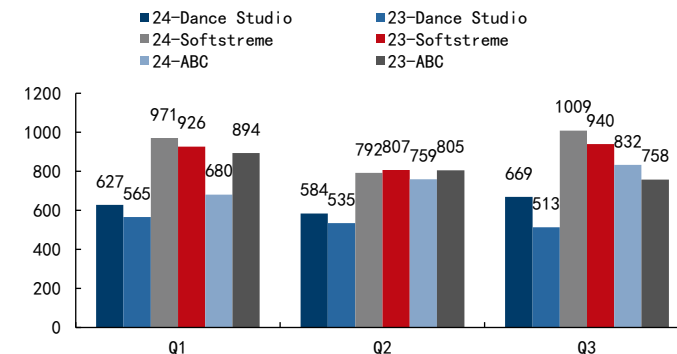
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：Lululemon瑜伽裤新品销售额（百万元）



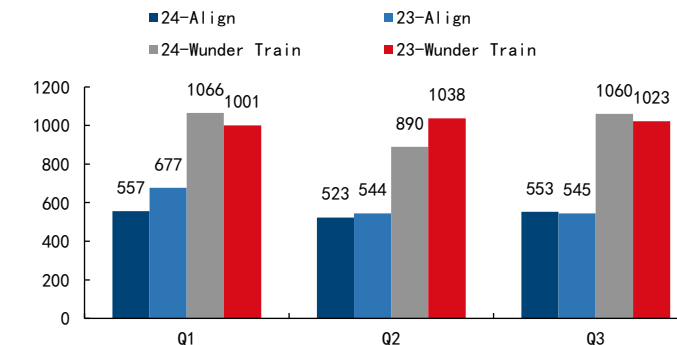
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：Lululemon运动裤新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：Lululemon瑜伽裤新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

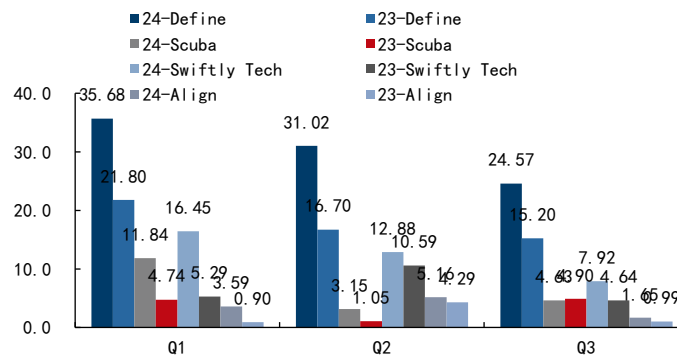
Lululemon：份额与价格均上升，瑜伽以外服饰占比持续扩大，高价运动休闲鞋销售出色

• 近期重点新品销售表现：

2. 上衣：Define系列大幅增长，卫衣T恤有所降价，文胸增长较好。
 - Define系列运动外套2021年上架，主打舒适修身。今年前三季度销售额大幅增长至9000万以上，均价维持1000元上下。
 - Scuba系列运动卫衣2021年上架，主打宽松版型，定位训练后放松。今年前三季度销售额接近2000万，均价800元左右相比去年有所降低。
 - Swiftly Tech运动T恤推出多年，定位跑步和训练。今年前三月销售额明显增长至接近4000万，均价400元上下，同比略有下降。
 - Align运动文胸推出多年，主打瑜伽运动。今年前三月季度销售约1000万，同比增长较好，均价350-450元之间。
3. 鞋类：专业运动鞋有所波动，运动休闲鞋保持原价销售出色。
 - 专业运动鞋：2022年3月推出blissfeel，定位多场景兼容女士跑鞋。7月推出chargefeel，定位综合跑鞋。10月推出Strongfeel，专为女子训练打造。其中今年前季度，blissfeel销售额和均价均有所提升，累计销售额月500万；chargefeel销售额1400万，同比下降，均价800-1100元左右，有所提升。
 - 运动拖鞋：2023年1月上架restfeel，价格400元左右，今年前三季度销售额同比增加至800万。
 - 运动休闲鞋：cityverse2024年2月上架，首个男女同款鞋，定价1080元，目前销售额超过1000万。

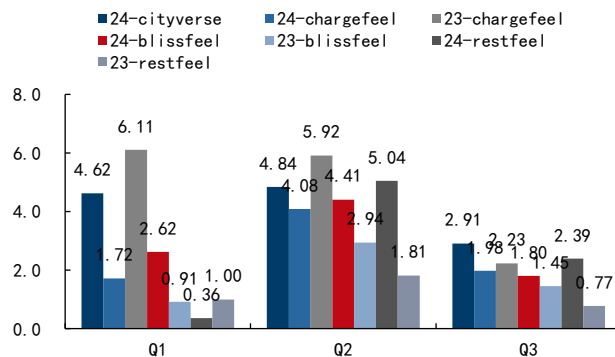


图：Lululemon运动上衣新品销售额（百万元）



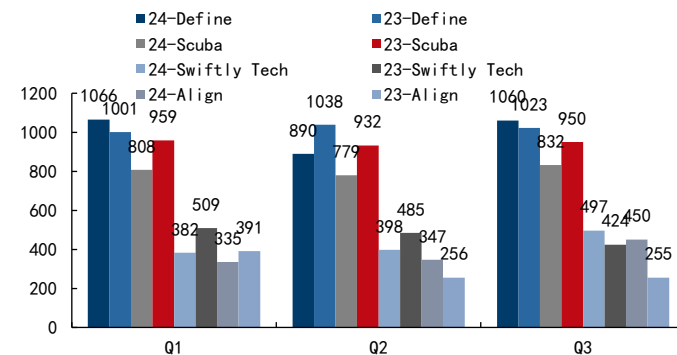
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：Lululemon运动鞋新品销售额（百万元）



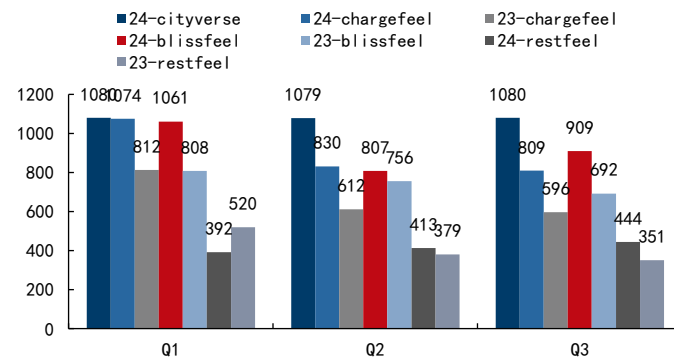
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：Lululemon运动上衣新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：Lululemon运动鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

Lululemon：份额与价格均上升，瑜伽以外服饰占比持续扩大，高价运动休闲鞋销售出色

• 未来重点新品发布计划：

产品信息		产品图片	产品简介
产品名称	Wunder Puff 女士短款羽绒马甲		四格长度搭载蓬松鹅绒，轻暖灵活；采用高领设计、可拆卸连帽；下摆可调节，方便按需造型；采用Soft Matte面料拒水防风。
发布日期	2024/9/2		
产品类型	服装		
产品名称	Alpaca Wool-Blend 女士羊驼毛和羊毛混纺开衫		开衫采用羊驼毛和羊毛混纺面料，剪裁宽松，长度及腰。
发布日期	2024/9/23		
产品类型	服装		
产品名称	Define 女士运动连帽夹克		采用Nulu面料，舒适修身，添加Lycra氨纶，舒适伸展，拉链头带弹力绳圈，可做备用发圈，带挂衣绳圈；带有可调节连帽、拉链口袋，拇指洞设计，长度及臀。
发布日期	2024/9/23		
产品类型	服装		
产品名称	Ribbed Knit女士羊毛混纺罗纹针织保暖腿套		宽松的保暖腿套在膝盖处收紧，让双腿感到温暖舒适，在脚踝处推叠，适合搭配紧身裤、打底裤或光腿穿着。
发布日期	2024/9/25		
产品类型	服装		
产品名称	Cross Chill男士运动夹克		使用Repel Shell面料，舒适透湿，具有防风性能，带有四面弹力；内侧拉绒面料，柔软性好；后侧拉链口袋可存放针织帽和手套；可调节下摆，连帽采用贴合剪裁，辅助保暖；修身裁剪，长度及臀。
发布日期	2024/9/30		
产品类型	服装		

资料来源：品牌官方微信公众号，品牌天猫、抖音、京东旗舰店，品牌官方微博，识货，国信证券经济研究所整理

国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争

Lululemon：份额与价格均上升，瑜伽以外服饰占比持续扩大，高价运动休闲鞋销售出色

• 未来重点新品发布计划：

产品信息		产品图片	产品简介
产品名称	Scuba女士超宽松款拉链连帽衫		棉混纺拉绒面料柔软亲肤，轻盈保暖，舒适透；拉链盖片，减少摩擦；前侧口袋，内置卡片袋；拉链头代弹力绳圈，可做备用发圈使用；采用拇指洞设计，超宽松剪裁，长度及腰。
发布日期	2024/10/7		
产品类型	服装		
产品名称	Swiftly Wool 女士羊毛混纺长袖运动衫		采用更少缝线设计，搭配通风针织结构，更加舒适透气，羊毛混纺面料温暖舒适。
发布日期	2024/10/14		
产品类型	服装		
产品名称	Down for it all 男士羽绒马甲		鹅绒填充，质感轻盈，面料防风，不易被水沾湿；关键区域填充 Prime Loft,不怕雨雪，增添温暖；拼接处弹力设计。
发布日期	2024/10/16		
产品类型	服装		
产品名称	Align 女士运动背心		打造亲肤裸感；采用Nulu面料，轻盈柔滑；衬袋设计，胸垫可拆卸
发布日期	2024/10/21		
产品类型	服装		
产品名称	Scuba 女士中腰阔腿运动裤		采用拉绒面料，腰部抽绳可置于内测或外侧，外观平整，减少臃肿。
发布日期	2024/10/21		
产品类型	服装		

资料来源：品牌官方微信公众号，品牌天猫、抖音、京东旗舰店，品牌官方微博，识货，国信证券经济研究所整理

- 【 01 】 行业大盘：跑鞋引领专业品类增长，时尚品类占比扩大
- 【 02 】 国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争
- 【 03 】 本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷
- 【 04 】 品类总结：跑步品类升级明显，篮球市场内卷，时尚品类热点交替
- 【 05 】 风险提示和投资建议

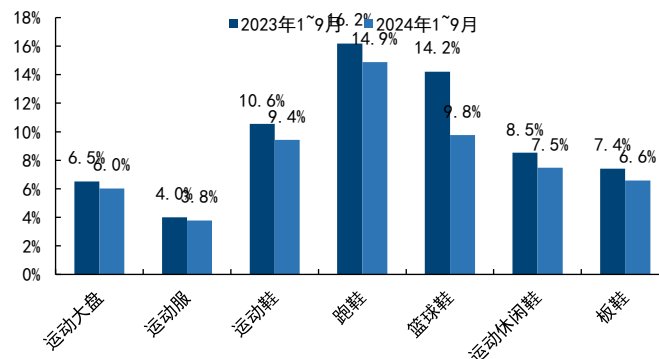
本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

安踏：份额和价格均小幅回落，专业跑鞋降价量增，欧文系列篮球鞋与板鞋较为高端

- 2024年1~9月品类销售趋势：份额略降，多品类降价，时尚运动鞋销售占比提升

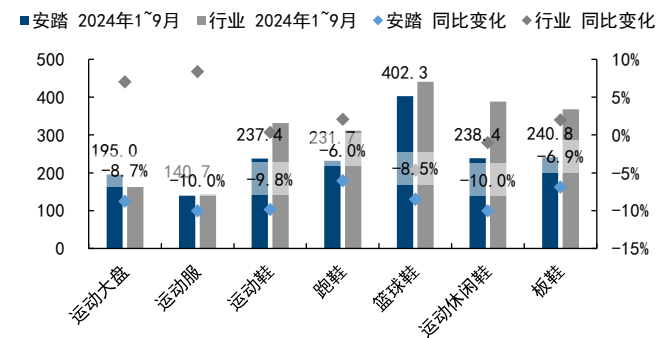
- 各品类市场份额变化：份额总体小幅下降，各品类均有降价，板鞋市场份额提升。安踏占运动大盘市场份额6.0%，同比有所下降，其中运动服、运动鞋份额均有所下降；运动鞋中，各品类份额均下降，篮球鞋下降最为明显。
- 各品类均价变化：价格均明显下降，服装相比行业降价更明显，鞋类各子品类均降价。安踏整体价格下降而行业价格上行，主要差异在于服装品类逆势降价，并且运动鞋多个细分品类均价也都同比下降。
- 品类占比变化：运动服占比提升，运动鞋中跑鞋比例扩大，篮球鞋下降，时尚运动鞋比例小幅提升。安踏运动服占比较低但比例提升0.8pct至29.9%。运动鞋中，专业运动鞋占比从61.0%下降到58.0%，跑鞋比例扩大但篮球鞋下降明显；时尚运动鞋从34.3%提升到35.1%，板鞋下降，运动休闲鞋占比上升。

图：安踏各品类市场份额变化



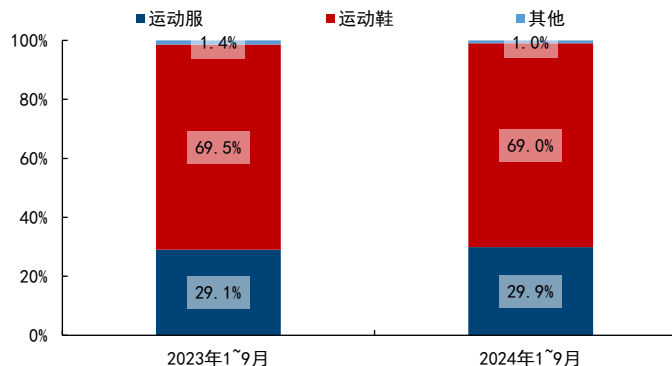
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：安踏各品类均价变化



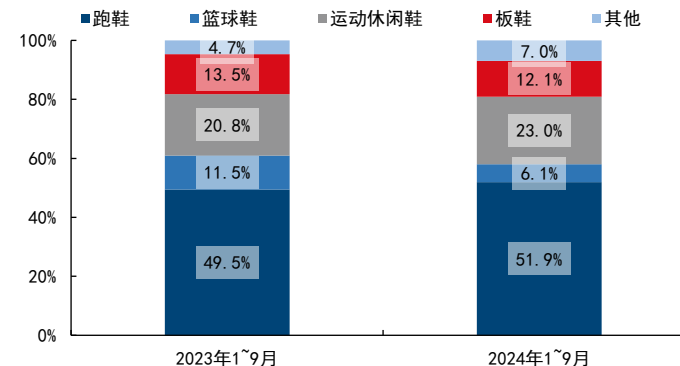
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：安踏鞋服品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：安踏运动鞋子品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

安踏：份额和价格均小幅回落，专业跑鞋降价量增，欧文系列篮球鞋与板鞋较为高端

• 近期重点新品销售表现：

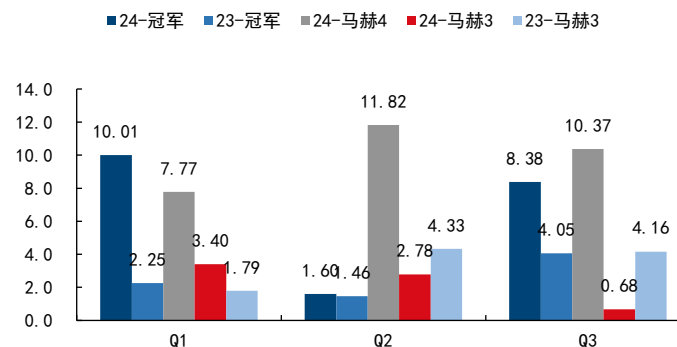
1. 跑步鞋：冠军系列跑鞋降价后销售放量明显，马赫4新款略微降价后销量大涨。

- 冠军：21年底推出冠军系列，在最近一年推出2代跑鞋和户外系列，24年前三季度销售同比增长明显，均价回落在400-500元左右。

- 马赫：第4代于23年12月上架，定价599，较马赫3上架时间略微提前，新款马赫4前两季度价格比同期马赫3降价约50元至550左右，销售规模大增。

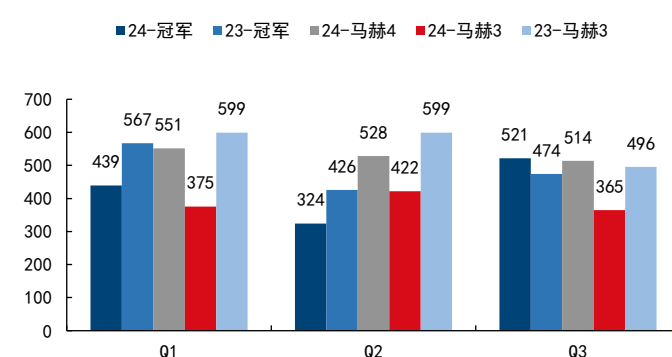


图：安踏跑鞋新品销售额（百万元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：安踏跑鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

2. 篮球鞋：KT9销售回升，瞬息1表现出色，狂潮系列价格上升销售回落，欧文保持高正价率。

- KT：第9代于23年9月上架，今年前三季度销售规模比去年同期KT8有明显增长，但Q2开始价格从接近1000元大幅回落至500元左右。



- 瞬息1：于23年10月上架，24年前两季度销售额高于KT9销售表现，价格相对更具性价比，Q2降至500元以下。



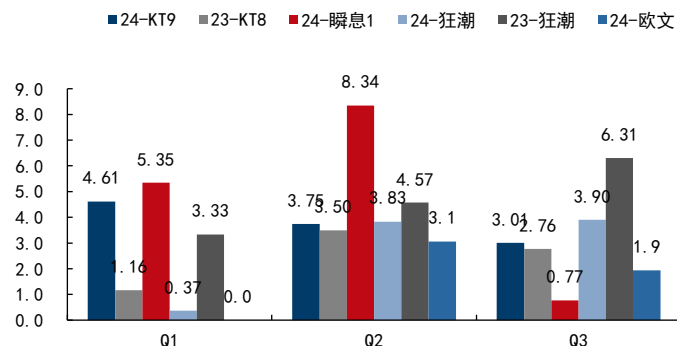
- 狂潮：第5代于23年7月上架，随球星欧文上脚等新闻传出狂潮5pro具有较高话题度，Q2开始销售放量但低于去年同期，均价同比去年明显提升。第6代于24Q3上架，正价销售。



- 欧文：欧文一代从Q2上市，价格999元，前期话题热度高，一经上市销量较高，Q3仍维持高正价率。

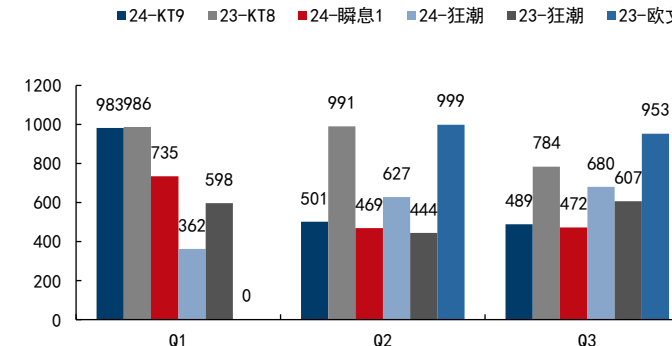


图：安踏篮球鞋新品销售额（百万元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：安踏篮球鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

安踏：份额和价格均小幅回落，专业跑鞋降价量增，欧文系列篮球鞋与板鞋较为高端

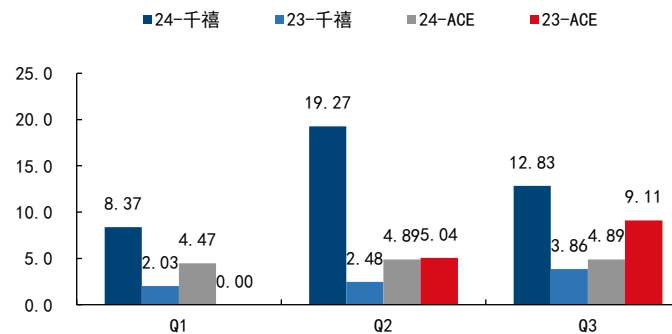
• 近期重点新品销售表现：

3. 运动休闲鞋：性价比系列销售额较高。

- 千禧：近几年持续推出的系列，24年前三季度增长明显，单季度达到千万元以上，价格在220元左右同比有所下降。

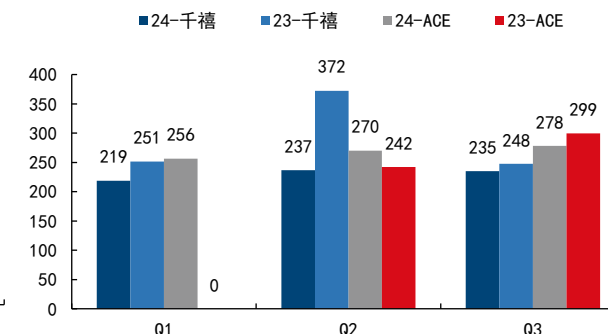


图：安踏运动休闲鞋新品销售额（百万元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：安踏运动休闲鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

4. 板鞋：滑板鞋销售增长显著，价格有所下降，欧文系列新上市抬升品类均价。

- 鹭系列：22年销售起量的滑板鞋，包括鹭立、鹭驭、鹭杰等IP，价格在300-400元之间，24年Q1同比增长明显，Q2、Q3明显回落。



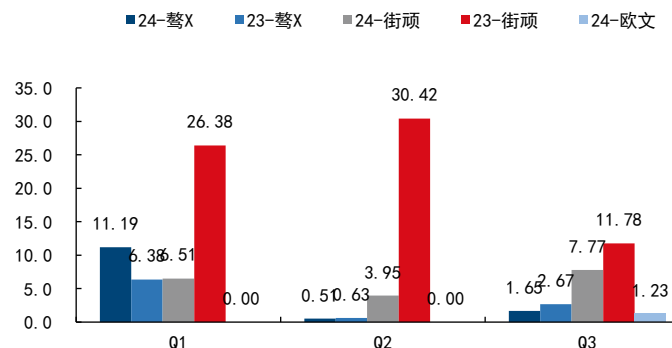
- 街顽：23年的爆款板鞋，24年销售额大幅回落，价格小幅回落在350元左右，前三季度销售超过1500万。



- 欧文：24Q3上市，欧文同款部落系列篮球文化鞋，价格499元较高，单季度销售在123万元。

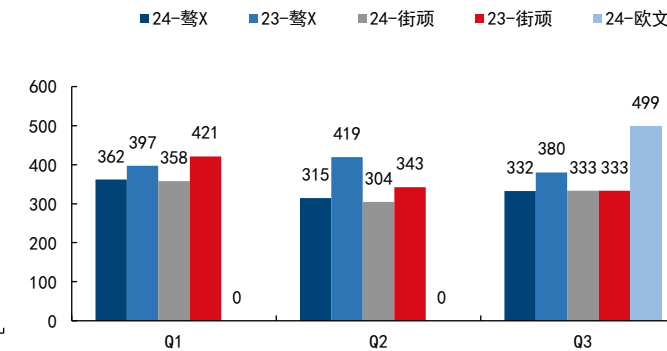


图：安踏板鞋新品销售额（百万元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：安踏板鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

安踏：份额和价格均小幅回落，专业跑鞋降价量增，欧文系列篮球鞋与板鞋较为高端

• 未来重点新品发布计划：

产品信息		产品图片	产品简介
产品名称	安踏冠军荣耀2		鞋面采用蚕茧仿生学结构弦科技，强化包裹与锁定；中底采用安踏双层氮科技中底，上层 38 度、下层 42 度双密度调教，超强缓震性能和充足回弹性能；氮科技与尼龙板结合，增强抗拉抗压能力，为双脚提供足够支撑；后跟稳定 TPU 和前后掌 10mm 结构跟差，减少脚部过度外翻，确保稳定支撑保护性能。超强缓震效果，跑感轻软弹，回弹性超好，能量回归率高。鞋面贴合脚型，提供合适包裹感和支撑，透气性良好，适合夏天穿着。
发布日期	2024/7/16		
产品类型	跑鞋		
产品名称	狂潮6pro		迅猛启动：首次使用氮PRO科技+全掌氮科技兼具澎湃脚感与柔韧缓震；脚踝锁定：前低后高独特鞋领设计+后跟分体TPU解放脚踝，提供极佳灵活性、强化整体承托感；侧向支撑：分体EVA*内贴锯齿状TPU，内外兼修轻盈稳固；分体碳板：保留前代分体式碳板内侧发力快速助推足弓处坚固抗扭；耐磨止滑：SHOCK THE GAME变体手绘纹路，彰显SHOCK 4篮球联赛身份、多向耐磨止滑，强力抓地；精致强韧：大面积编织材料搭配民族风刺绣，安踏弦科技全鞋覆盖，真皮材质局部加强。
发布日期	2024/8/31		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	安踏冠军猎隼2代		专为长距离山地竞赛而生，中底氮科技缓震回弹再升级，整体能量回归率达80%，回弹提升5%+；全掌分趾碳板，分趾设计，灵活发力，推进力提升20%+；大底氮科技，稳定支撑，步履柔韧，双层氮科技，复杂路况自如应对；Vibram MEGAGRIP橡胶，结合Vibram LITEBASE轻量化技术，轻盈，不失稳重，显地止滑性能提升10%+。
发布日期	2024/9/11		
产品类型	越野跑鞋		
产品名称	欧文先驱一代		是为欧文父亲打造的“签名鞋”。全掌氮科技，外侧环绕 TPU 带来稳定支撑。首发配色 “炎” 将于 9 月 20 日率先登场，之后陆续发售新配色，官方释出四款其他配色，分别为 “预言”、“暗夜紫”、“粉色盐湖” 和 “无畏之心”。
发布日期	2024/9/20		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	欧文 Hela Style		欧文新鞋型，欧文之盾巧妙融入鞋头，恰到好处的立体感与细腻的皮革材质完美契合，球场艺术家、图腾等不同配色，还在鞋帮与鞋垫处，进行了呼应主题的专属刻画。
发布日期	2024/9/21		
产品类型	运动休闲鞋		
产品名称	瞬息2旗帜鸳鸯/暗夜骑士		瞬息2代延续了上一代穿梭感、流畅的设计线条，2代的鞋面内外腰呈现出大面积穿梭感、浪纹形状的绳绣视觉。鞋底设计打造波纹造型。中底采用了全掌氮科技打造，有着很好的缓震回弹效果。前掌外侧双TPU设计，有着很好的稳定作用，侧向移动更加稳定防侧翻。后跟环绕TPU技术带来更加稳定的支撑，充分应对现如今越来越激烈的比赛。前掌贯穿至后掌的高强度异形尼龙片设计，提升助推力与稳定性。外底纹理具有很好的防滑耐磨性，急转急停收放自如。
发布日期	2024/9-10月		
产品类型	篮球鞋		

资料来源：品牌官网、品牌官方微信公众号、flightclub、nowre、什么值得买、虎扑、界面新闻、大众新闻、ecosports、国信证券经济研究所整理

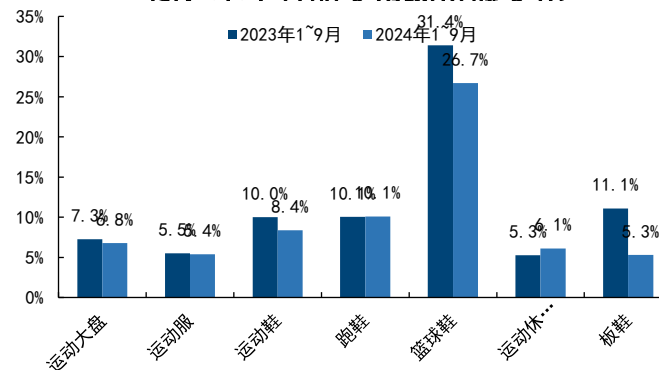
本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

李宁：份额小幅回落，专业跑鞋价格与销售增长出色，篮球经典IP下滑明显，新品反响较好

- 2024年1~9月品类销售趋势：份额和价格相对平稳，跑鞋价格增长好于行业，其他鞋类降价明显。

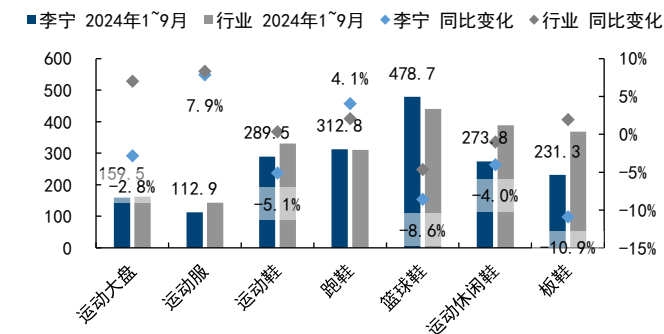
- 各品类市场份额变化：**份额轻微下降，主要受篮球鞋和板鞋拖累。李宁占运动大盘市场份额6.8%，同比有轻微下降，其中运动服基本持平，运动鞋市场份额均轻微下降；运动鞋中，跑步鞋基本持平，篮球鞋下降明显，休闲鞋回升，板鞋回落。
- 各品类均价变化：**价格下降主要受跑鞋以外的鞋类影响。李宁整体价格回落，其中与行业相反，其中运动服提价趋势明显，与行业一致。运动鞋中跑鞋提价出色，篮球鞋价格较高跌价明显，时尚品类也出现降价。
- 品类占比变化：**运动服占比小幅提升，运动鞋中跑鞋和运动休闲鞋占比显著提升，篮球进一步下降。李宁运动服占比相对其他同价位运动品牌较高，且近期仍有小幅提升达到38.0%。运动鞋中，专业运动鞋占比58.1%基本持平，其中跑鞋比例大幅回升而篮球鞋大幅回落；时尚运动鞋占比小幅回落至31.9%，主要由于板鞋占比的回落。

图：李宁各品类市场份额变化



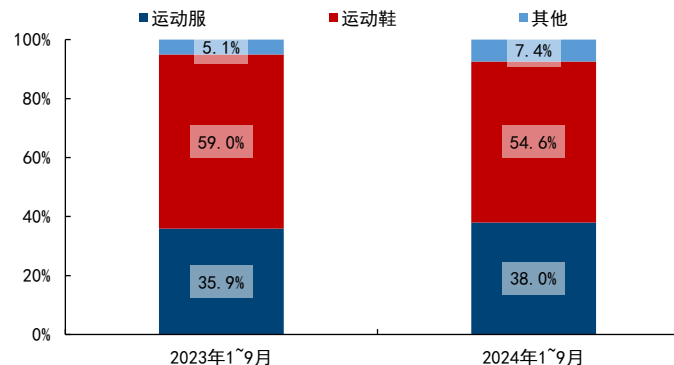
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：李宁各品类均价变化



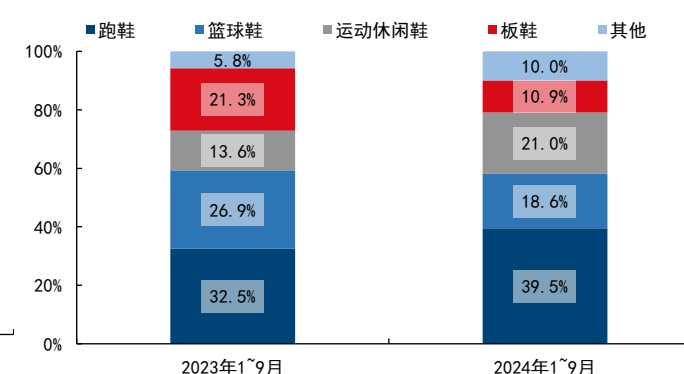
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：李宁鞋服品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：李宁运动鞋子品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

李宁：份额小幅回落，专业跑鞋价格与销售增长出色，篮球经典IP下滑明显，新品反响较好

• 近期重点新品销售表现：

1. 跑步鞋：大单品价格有所提升，飞电、7 Pro 量价表现更加亮眼，性价比跑鞋保持较好增长

• **超轻**：新款21代于24年1月上市，同一时期老款20代下架，逐季价格回落，Q3价格在500元以下，同比去年保持较好的折扣，但今年整体销售比去年同期回落，前三季度销售约2700万。



• **飞电**：新款4C于2024年3月上市，定价799元今年销售额比去年有较好的增长，Q3仍保持600元以上的价格，前三季度销售接近3000万元，超越价格更低的超轻系列。



• **越影**：保持性价比，前两季度销售额同比增长明显，目前价格于去年持平在250-300元，前三季度销售超过4000万元。



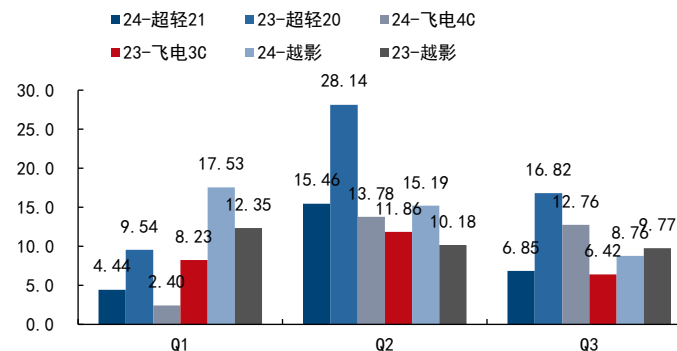
• **赤兔**：新款赤兔7、赤兔7Pro均在24年1月上市，其中7Pro前三季度的销售额、销售均价均比去年同期有较好的增长，赤兔7累计也实现提升。



• **吾适**：性价比跑鞋，23Q2开始放量，今年持续高增长，均价在300元上下，比去年同期回落，前三季度累计销售额超过9000万，同比大幅增长。

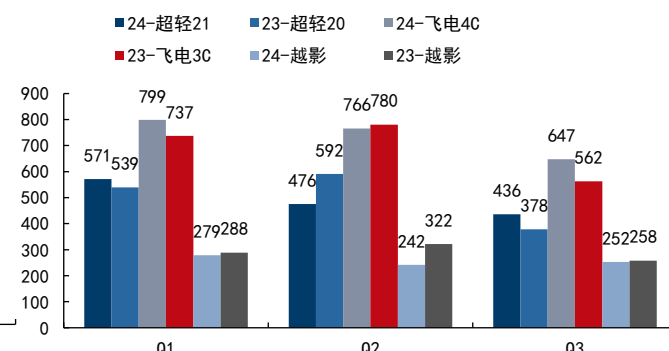


图：李宁跑鞋新品销售额1（百万元）



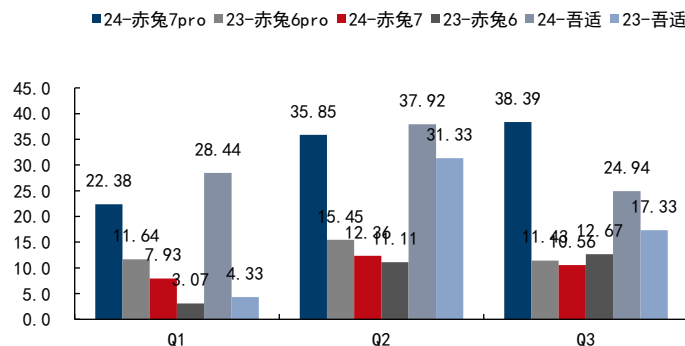
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：李宁跑鞋新品销售均价1（元）



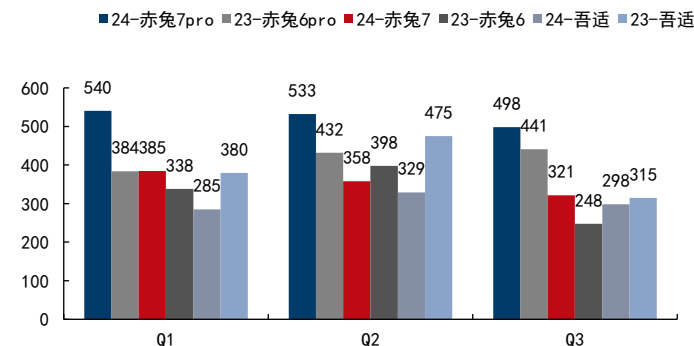
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：李宁跑鞋新品销售额2（百万元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：李宁跑鞋新品销售均价2（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

李宁：份额小幅回落，专业跑鞋价格与销售增长出色，篮球经典IP下滑明显，新品反响较好

• 近期重点新品销售表现：

2. 篮球鞋：多款经典IP销售大幅下滑，性价比外场鞋增长较好，高端新品上市反响较好。

• **利刃**：发售价899，目前价格在600-700之间，Q1比去年同期量价齐升，Q2、Q3销售同比回落，价格回升。



• **闪击**：发售价799-999，目前价格在450-500之间，比去年同期价格回落。销售额在Q2、Q3同比大幅回落。



• **驭帅**：发售价899-1199，目前价格在500元左右之间，销售额比去年同期显著萎缩，价格Q3同比改善。



• **外场鞋**：几款外场鞋销售增长明显，目前价格在400-550元之间，有较高的性价比，今年前三季度合计销售额超过4000万元，去年同期仅100万元。



• **反伍**：发售价899-1299，中高端街头外场篮球鞋，目前均价在400元左右，从Q2开始销售同比额大幅萎缩。



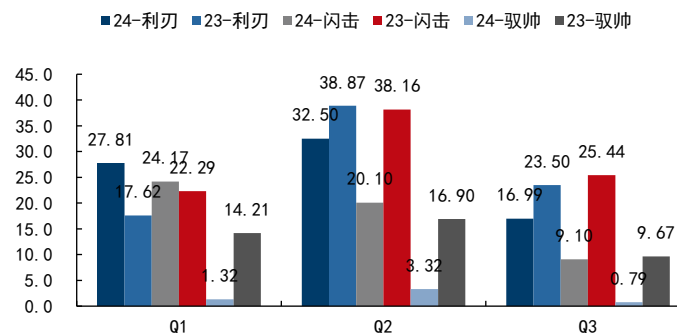
• **全城**：发售价899元，专业实战篮球鞋，目前均价在500-600元，前几年的爆款在今年销售大幅下降，前三季度累计不超过1000万元。



• **伽马**：发售价1199元，主打极速启动的全新旗舰，今年Q3上市第一代销售较好，单季度350万元左右，维持高正价率。

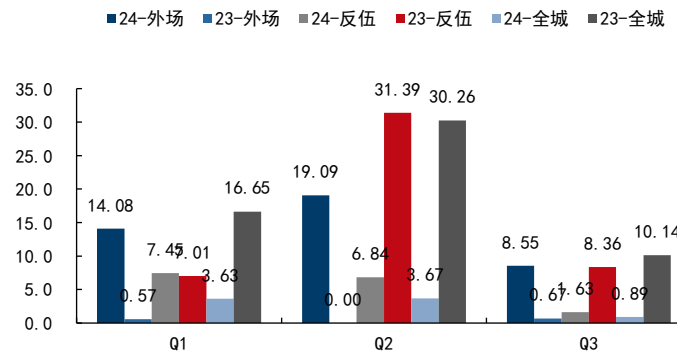


图：李宁篮球鞋新品销售额1（百万元）



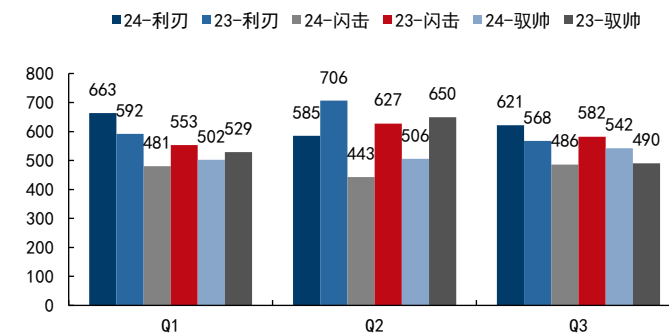
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：李宁篮球鞋新品销售额2（百万元）



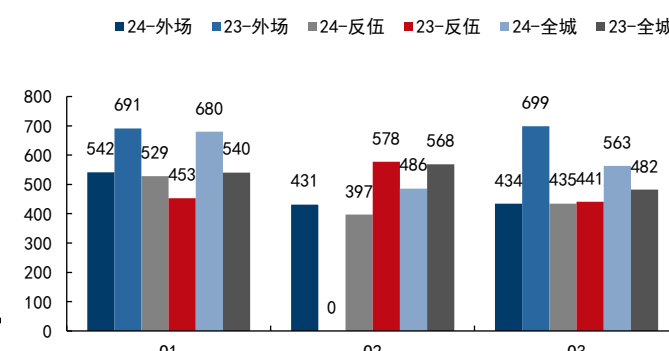
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：李宁篮球鞋新品销售均价1（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：李宁篮球鞋新品销售均价2（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

李宁：份额小幅回落，专业跑鞋价格与销售增长出色，篮球经典IP下滑明显，新品反响较好

• 近期重点新品销售表现：

3. 运动休闲鞋：老爹鞋保持增长，休闲跑鞋新品销售起量。

- **老爹鞋**：多年经典款，包含较多IP，钟楚曦、华晨宇明星加持，今年前三季度销售同比增长明显，均价在300元上下。
- **SOFT**：23年新款，性价比一脚蹬休闲跑鞋，下半年开始起量，今年销售放量价格回落，目前均价在250-300元之间，前三季度销售累计超过2000万元。

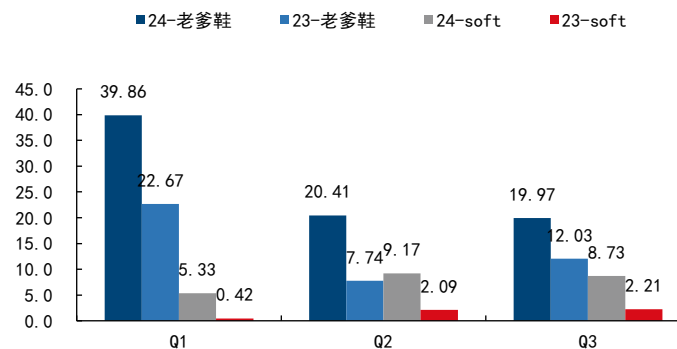


4. 板鞋：性价比经典款式销售下滑，自有IP稳中有升。

- **滑板**：多年款式包含较多IP，22-23年规模放量增长，今年Q2开始季度销售同比下滑，价格在250元左右较高性价比。
- **德训鞋**：22年推出，今年前三季度销售均明显下滑，价格在200-250元之间。
- **征程**：21年推出IP，近期2.0嘭嘭鞋减震柔软款价高且销售较好，Q1同比增长明显，Q2、Q3小幅回落，均价在300元以上。

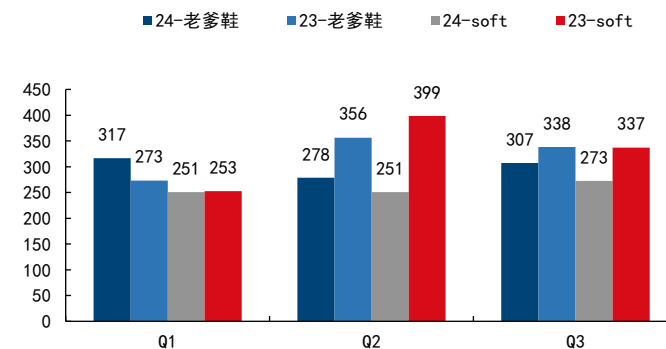


图：李宁运动休闲鞋新品销售额（百万元）



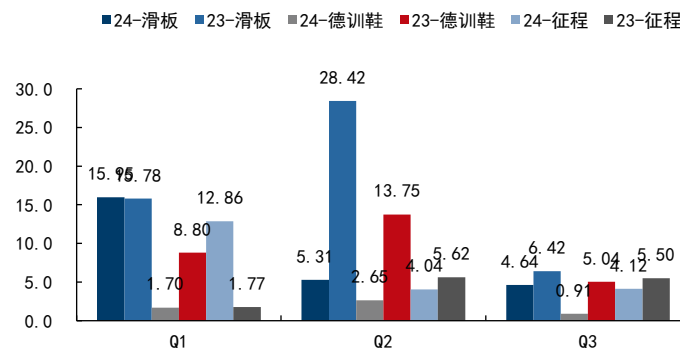
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：李宁运动休闲鞋新品销售均价（元）



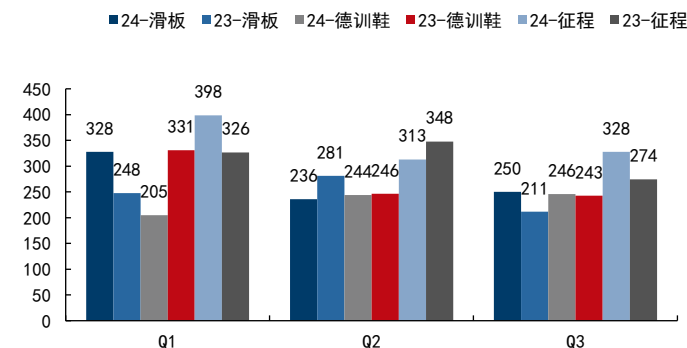
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：李宁板鞋新品销售额（百万元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：李宁板鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

李宁：份额小幅回落，专业跑鞋价格与销售增长出色，篮球经典IP下滑明显，新品反响较好

• 未来重点新品发布计划：

产品信息		产品图片	产品简介
产品名称	万龙甲Breath冲锋衣		采用防暴雨双透纳米科技、防风透湿科技和CORDURA面料，主动散热气和排汗湿，不易闷热，适合长距离徒步。
发布日期	2024/7/23		
产品类型	服装		
产品名称	行野V2		作为复古潮流的轻徒步鞋，使用优质长绒翻毛皮，功能和潮流兼具；采用LIGHT FOAM科技中底，整鞋轻量化，轻质软弹；使用TUFF RB高耐磨橡胶鞋底，不易卡泥；利用WATERSHELL防泼水科技，不易渗水。
发布日期	2024/7/23		
产品类型	户外鞋		
产品名称	韦德808 4 ULTRA “305”		灵感源自足球鞋及自行车锁鞋，配合可抽拉全掌䨻鞋垫。
发布日期	2024/7		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	龙雀		为全程马拉松机制前掌跑法的运动员专门研发的超级竞速跑鞋，配合航空级T1000碳板，大量减轻重量且提高刚性，为超䨻科技的首次应用。
发布日期	2024/8/10		
产品类型	跑鞋		
产品名称	驭帅ULTRA LOW		低帮造型，释放脚踝压力，使用碳核芯助力系统，降低板脚感，更适配大众爱好者；中底轻弹科技采用李宁䨻，可强效减震，充分回弹；采取GCU地面控制系统，止滑耐磨。
发布日期	2024/8/24		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	的卢 Pro V2		作为竞速越野跑鞋，鞋面全新升级为李宁“极限䨻丝”科技，耐磨+2.4倍，强度+7倍，透气提升80%；采用独家GCU地面控制系统，防滑+13%，耐磨+5倍；全掌搭载H型碳板，李宁䨻科技，回弹最高可达80%，单只重量低于270g(男款US9)。
发布日期	2024/8		
产品类型	跑鞋		

资料来源：品牌官方微信公众号，品牌天猫、抖音、京东旗舰店，品牌官方微博，识货，国信证券经济研究所整理

请务必阅读正文之后的免责声明及其项下所有内容

本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

李宁：份额小幅回落，专业跑鞋价格与销售增长出色，篮球经典IP下滑明显，新品反响较好

• 未来重点新品发布计划：

产品信息		产品图片	产品简介
产品名称	荷叶防风风衣		拒水性4级，紫外线阻隔率大于等于99%，叠加远红外保暖科技，可30秒速热升温，持续循环锁温。
发布日期	2024/9		
产品类型	户外服装		
产品名称	韦德幻影6		以韦德生涯巅峰时期高速攻防转换为灵感，采用创新滚动式中大底设计，引导跑动姿态，结合全掌䨻轻弹科技及前叉型TPU板，传输力量到前掌，提供更好的跑动体验；采用球形TPU包绕搭配轻质鞋面，轻盈同时保障鞋身稳定性，发售价699元。
发布日期	2024/9		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	李宁 x 成龙联名功夫系列		以现代潮流设计为外，质感制衣工艺为内，以新中式审美探索中国攻读的神形精髓，采用柔和简约色调，显示东方禅意。
发布日期	2024/9		
产品类型	服装/休闲鞋		
产品名称	利刃5		创新结构升级，采用分离式䨻结构，前掌高爆发，回弹提升7.4%，后掌强缓震，缓震提升6.5%，高低帮同时发售；全新PEBAX弹射抗扭片结构升级，双层抗扭。
发布日期	2024/9/23		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	川山甲GTX冲锋衣		作为专业越野跑冲锋衣，川山甲GTX防暴雨、防强强透湿，全能防护成衣克重仅240g(男款M码).
发布日期	2024/9		
产品类型	服装		
产品名称	烈骏8 PRO		搭载全掌加厚李宁䨻中底，镂空内嵌碳板加持，稳缓综合性能较上代提升9%，强化支撑防护，纺织侧翻与扭伤。采用环抱装置搭载SOA适配系统，升级包裹和舒适体验，全方位紧密贴合；中底宽厚用料梗阻，外展力矩减少11%，增加膝关节稳定性。
发布日期	2024/9		
产品类型	跑鞋		

资料来源：品牌官方微信公众号，品牌天猫、抖音、京东旗舰店，品牌官方微博，识货，国信证券经济研究所整理

本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

李宁：份额小幅回落，专业跑鞋价格与销售增长出色，篮球经典IP下滑明显，新品反响较好

• 未来重点新品发布计划：

产品信息		产品图片	产品简介
产品名称	反伍追猎1 SUPER		作为李宁收款搭载超䨻科技的街篮外场篮球鞋，中底使用全新超䨻科技，更加软弹、轻盈；精细化控制前后掌中底厚度，采用全掌TPU助推板，全掌TUFF 05外底专为外场止滑更耐磨需求打造，发售价899元。
发布日期	2024/10/1		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	健身防护科技拒水运动风衣		采用李宁FYNAMIC SHELL防泼水科技，于外层梭织面料贴合基数相结合形成防护屏障，专门设计南北方双版本，南方版本轻薄贴身，抵御湿冷天气，北方版本内里加绒，保暖锁温，还设计有可一衣三穿的三合一防护科技外套。
发布日期	2024/10		
产品类型	服装		
产品名称	WOW11新配色		韦德之道11新配色“自由”，鞋面采用皮质材料，应用李宁碳核芯主力系统，弹跳高度比非碳核芯结构篮球鞋原地纵跳高度平均提升3.8%，助跑纵跳高度平均提升4.1%，连续纵跳速率平均加快12%，兼顾篮球运动中灵活、爆发、速度的需求。
发布日期	2024/10/19		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	JB3 签名鞋		巴特勒签名鞋系列新配色“咖啡”，应用碳核芯系统，轻质耐磨，抓地止滑，脚踝部位全包围泡沫提升支撑性，采用皮革材质鞋面，带来更强的包裹感和支撑性。
发布日期	2024/10/26		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	利刃5低帮新配色		利刃5新配色“龙虎”，作为全能团队实战篮球鞋，结构创新升级，低帮更灵动。
发布日期	2024/10/31		
产品类型	篮球鞋		

资料来源：品牌官方微信公众号，品牌天猫、抖音、京东旗舰店，品牌官方微博，识货，国信证券经济研究所整理

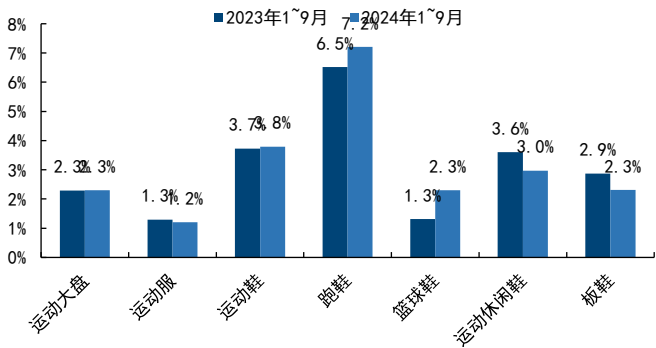
本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

特步：份额持平价格回升，专业跑鞋矩阵引领增长，时尚品类占比下降

• 2024年1~9月品类销售趋势：份额持平价格增长，跑鞋大幅提价，专业品类占比显著提升。

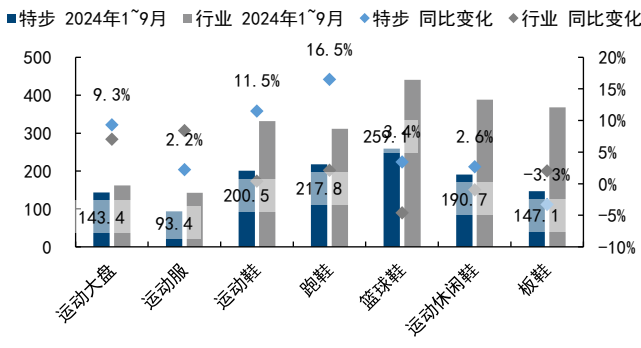
1. 各品类市场份额变化：份额持平，专业品类份额上升，时尚品类份额回落。特步占运动大盘市场份额2.3%，同比持平，其中运动服、鞋基本持平；运动鞋中，运动休闲鞋和板鞋份额下降，跑鞋、篮球鞋份额均上升。
2. 各品类均价变化：价格明显上涨，运动鞋提价显著大于行业。特步整体价格提升主要由占比较大的运动鞋大幅提价带动，而运动鞋多个细分品类均价都同比上升，尤其份额最高的跑鞋价格提升最为明显。
3. 品类占比变化：运动鞋占比上升，运动鞋跑鞋占比最大且明显小幅提升，篮球鞋低基数上有所增长。特步运动鞋占比从59.5%提升到66.1%，其中跑鞋、篮球鞋比例均上升；时尚运动鞋从39.8%下降到33.2%，运动休闲鞋和板鞋占比均下降。

图：特步各品类市场份额变化



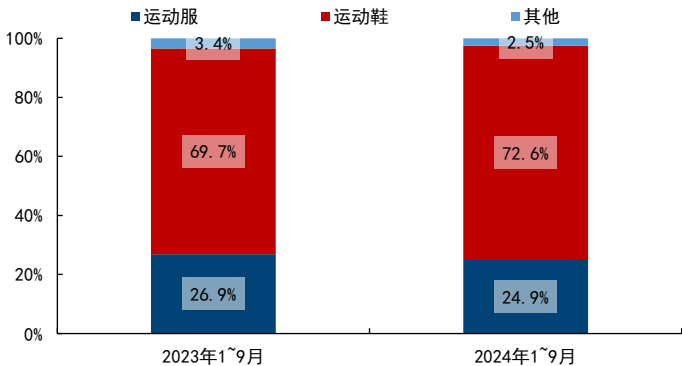
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：特步各品类均价变化



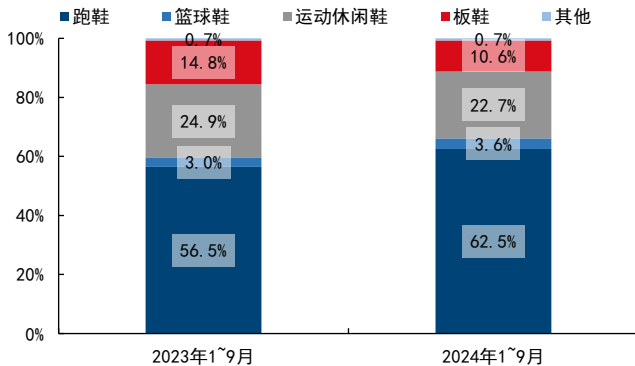
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：特步鞋服品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：特步运动鞋子品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

特步：份额持平价格回升，专业跑鞋矩阵引领增长，时尚品类占比下降

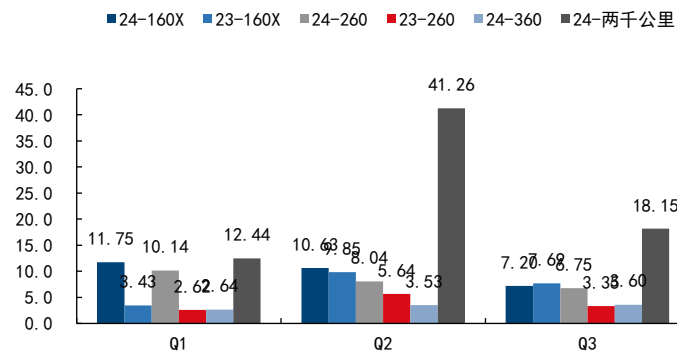
• 近期重点新品销售表现：

1. 跑步鞋：高端专业跑鞋增长明显，性价比新品放量。

- **160X**：24年Q3月上架最新一代6.0，前三季度累计销售接近3000万，同比去年增长明显，同时价格保持较好，目前在接近1000元的水平。
- **260**：2021年推出，今年前三季度累计销售接近2500万，增长明显，目前价格在600以上较好的位置。
- **360**：2022年推出，今年前三季度累计销售接近1000万，均价500-550之间。
- **两千公里**：2023年推出，销售起量较快，今年上架第二代，今年前三季度销售突破7000万，均价300-350元之间。

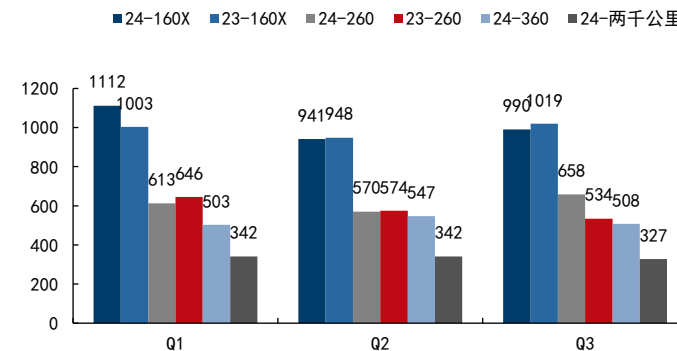


图：特步跑鞋新品销售额（百万元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：特步跑鞋新品销售均价（元）



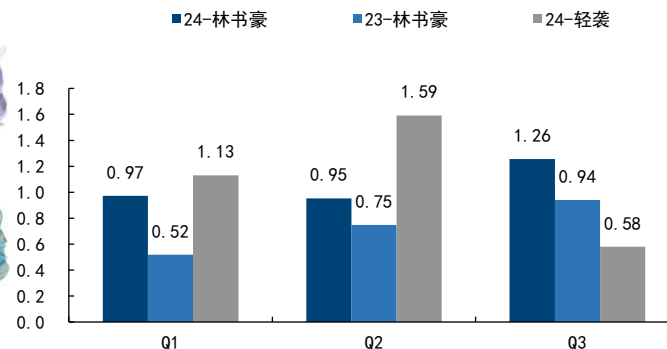
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

2. 篮球鞋：签名鞋销量较低，中高端新品有所表现。

- **林书豪**：2019年推出，今年前三季度销售额在320万，同比有所增长，价格在350-500元左右，具有较高性价比。
- **轻轰**：今年推出第二代，前三季度销售额在330万，均价200-400元之间，性价比篮球鞋。

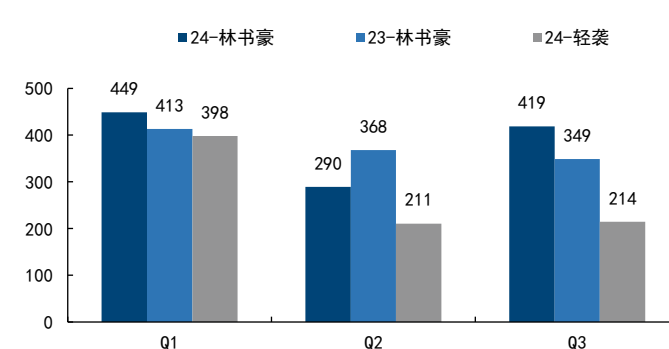


图：特步篮球鞋新品销售额（百万元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：特步篮球鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

特步：份额持平价格回升，专业跑鞋矩阵引领增长，时尚品类占比下降

• 近期重点新品销售表现：

3. 运动休闲鞋：较高性价比，明星同款更迭，新IP起量。

- 王鹤棣同款：2022年推出，今年Q1-Q2增长明显，前三季度累计销售超800万，均价200-300元之间。



- 老爹鞋：经典鞋款，均价200元左右，高性价比鞋款，销售同比略降。



4. 板鞋：明星款增长，低价小白鞋销售下滑。

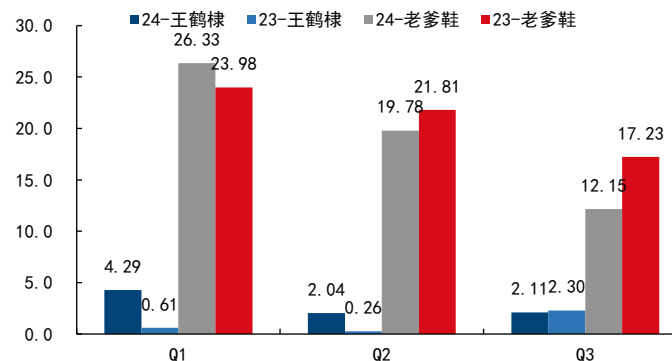
- 王鹤棣同款：2023年1月推出，今年Q1同比增长明显，Q3同比回落，均价200元左右。



- 空军一号：多年销量较高的低价小白鞋，今年前三季度销售额有所回落，累计销售超3000万，均价保持略高于100元水平。

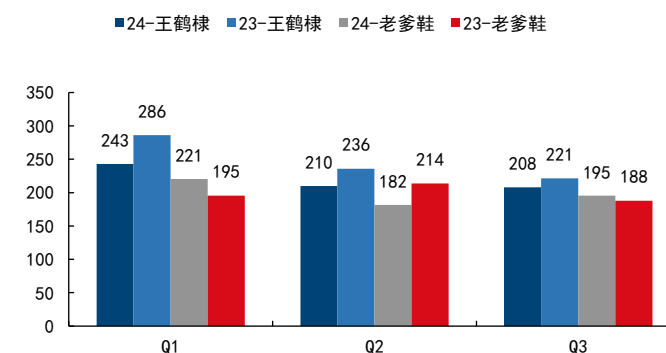


图：特步运动休闲鞋新品销售额（百万元）



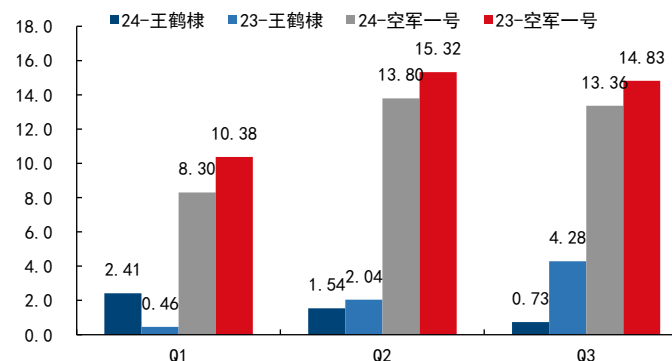
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：特步运动休闲鞋新品销售均价（元）



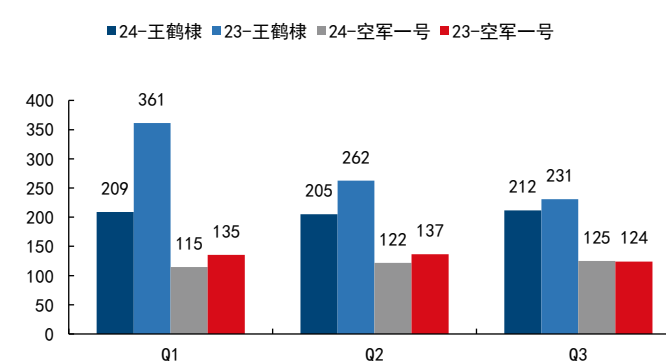
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：特步板鞋新品销售额（百万元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：特步板鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

特步：份额持平价格回升，专业跑鞋矩阵引领增长，时尚品类占比下降

• 未来重点新品发布计划：

产品信息		产品图片	产品简介
产品名称	特步 x 范丞丞联名系列		由范丞丞亲自参与设计，以快乐小狗奔跑的样子为灵感，注入轻松和愉悦，发布范丞丞亲设款轻薄透气肌理外套、快乐小狗圆领T恤、以及亲设款板鞋。
发布日期	2024/5/25		
产品类型	服装/板鞋		
产品名称	林书豪5代		以中国传统文化中的文物官服为灵感，鸳鸯设计融入传统元素装饰，寓意林书豪文能哈佛学霸，武能统治球场；极致科学上翘鞋头配合全掌异构碳板滚动感增强；采用TPU纱编织鞋面加强支撑，贴合感提升；进行轻量化升级，单只鞋重量仅363g。
发布日期	2024/6		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	特步花瓣鞋2.0		花瓣造型设计鞋面，塑造立体效果，提升层次感，聚能弹科技加持，暴走刷街不累脚，采用芳香科技鞋垫，行走间步履留香。
发布日期	2024/8		
产品类型	休闲鞋		
产品名称	160系列		新一代160X系列，包括160X6.0、160XPro、160X6.0 Monster；160X 6.0采用全新射胚发泡XTEP ACE科技中底，回弹高达85%，为历史最轻160X，单只40码轻至178.8g，适用全马430以内进阶跑者；160X 6.0 Pro为业内首款GT700碳板跑鞋，适用于全马330以内精英跑者；160X 6.0 Monster专为前掌落地跑法的精英跑者设计。
发布日期	2024/8/31		
产品类型	跑鞋		
产品名称	张镇麟一代		张镇麟一代篮球鞋采用XTEP ACE中底科技，应用环抱式侧向支撑TPU+X锁定包裹系统。
发布日期	2024/9/7		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	骆吾系列		骆吾Pro作为全地形碳板越野跑鞋，专为职业越野运动员和资深跑者而生，搭载Vibram鞋底科技，超轻科技减轻鞋底重量、湿地止滑配方针对干湿地面进行设计，鲨齿技术将接触面积提升最高可达50%；骆吾为中短距离缓震越野跑鞋，为路野双修的新手跑者打造。
发布日期	2024/10/18		
产品类型	跑鞋		

资料来源：品牌官方微信公众号，品牌天猫、抖音、京东旗舰店，品牌官方微博，识货，国信证券经济研究所整理

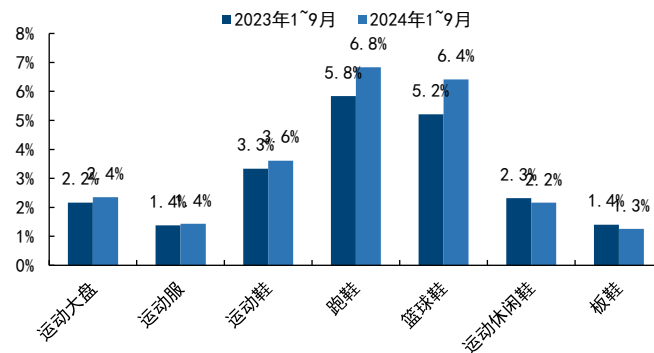
本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

361度：份额小幅增长，专业跑鞋爆款效应持续，篮球鞋降价竞争

- 2024年1~9月品类销售趋势：份额回升，均价整体持平，专业运动鞋带动销售份额增长

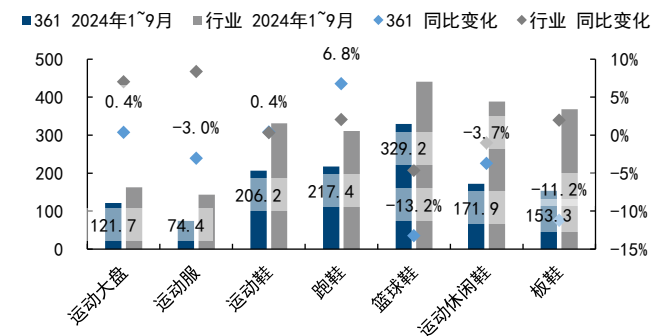
- 各品类市场份额变化：**份额总体上升，专业运动鞋份额上升明显。361度占运动大盘市场份额2.4%，同比小幅提升，其中运动服、运动鞋市场份额均有所提升；运动鞋中，跑步鞋和篮球鞋份额提升，运动休闲鞋和板鞋份额均下降。
- 各品类均价变化：**价格整体持平，运动服降价，运动鞋中跑鞋大幅提价，其他品类降价明显。361度运动服价格是下降，运动鞋持平，其中，跑鞋提价幅度较大，高于行业平均水平，篮球鞋和时尚类运动鞋价格下降明显。
- 品类占比变化：**运动鞋占比小幅提升，运动鞋中专业运动鞋占比进一步上升。361度运动鞋占比较高，进一步提升至67.7%。运动鞋中，专业运动鞋占比从69.9%上升至72.6%，其中跑鞋占比高且进一步提升，篮球鞋占比回落；时尚运动鞋从26%降至23.3%，两类时尚鞋占比均下降。

图:361度各品类市场份额变化



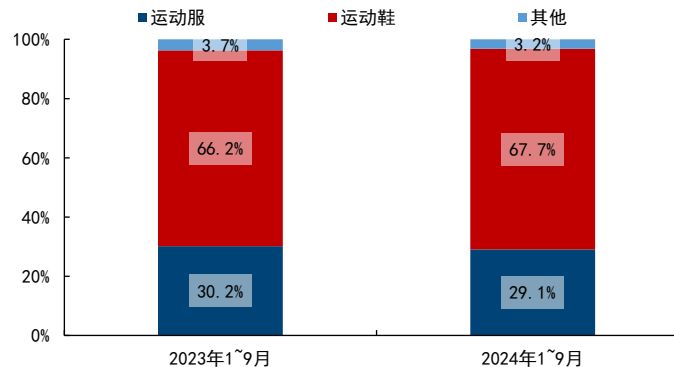
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：361度各品类均价变化



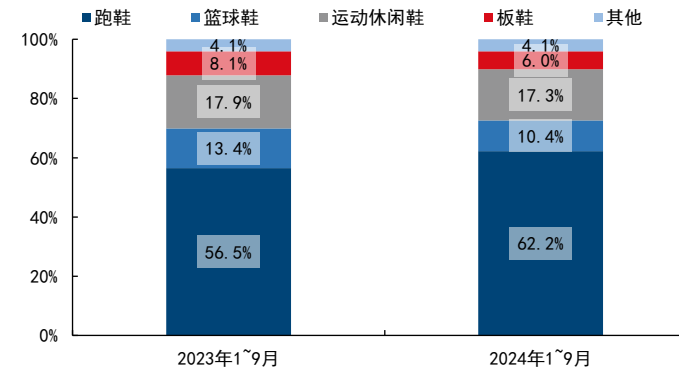
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：361度鞋服品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：361度运动鞋子品类比例变化



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

361度：份额小幅增长，专业跑鞋爆款效应持续，篮球鞋降价竞争

• 近期重点新品销售表现：

1. 跑步鞋：飞燃不断迭代放量，中高端跑鞋有所提升

- **飞燃**：2021年推出，新品飞燃3于2024年1月上架，去年同期飞燃2上架，今年前三季度均价在500-550元间，比去年有所下降，今年前三季度销售近1.2亿，成为爆款。



- **飞飏**：2022年推出，新品飞飏future于2023年10月上架。今年前三季度均价有900元以上下降到800元上下，相比去年同期有所上升，销售额高于100万。



- **飏速**：2023年推出，新品飏速3于2024Q2上架。均价下降在400元上下，销售2000万以上同比提升明显。



- **雨屏**：多年经典款，2019年放量，目前迭代至第七代。均价同比下降至200-250元之间，今年前三季度累计销售不到1000万。



2. 篮球鞋：价格下降明显，销售有波动。

- **BIG3**：2019年推出，新品5.0 PRO 2024Q2上架。前三季度均价300元上下，降价明显，前两季度销售额增长显著，Q3同比下降，累计销售接近4000万。



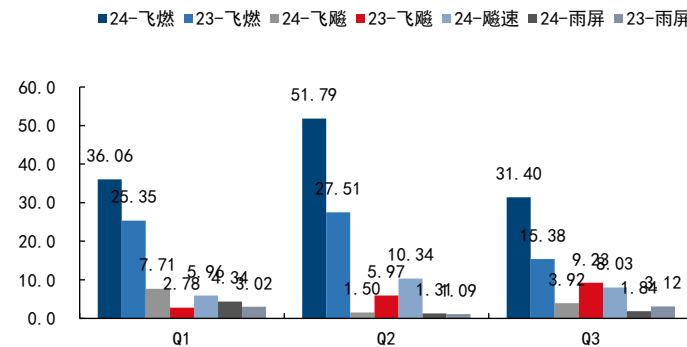
- **丁威迪**：2023年推出，今年上市第二代，均价Q1在500元以上，Q2后迅速下降至250-300元之间，销售额同比略有增长。



- **AG**：2020年底推出，新品第四代2023年9月上架。今年前三季度销售同比大幅下降，均价在300-400元之间。

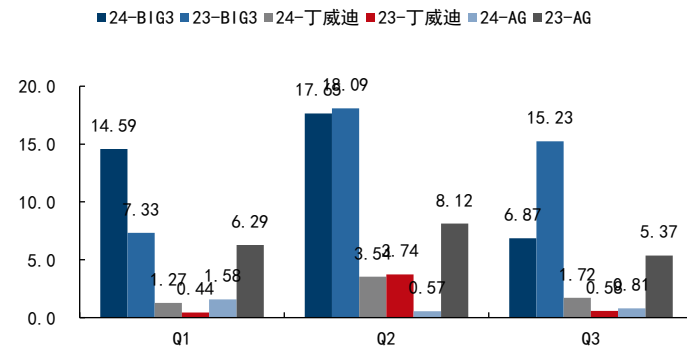


图：361度跑鞋新品销售额（百万元）



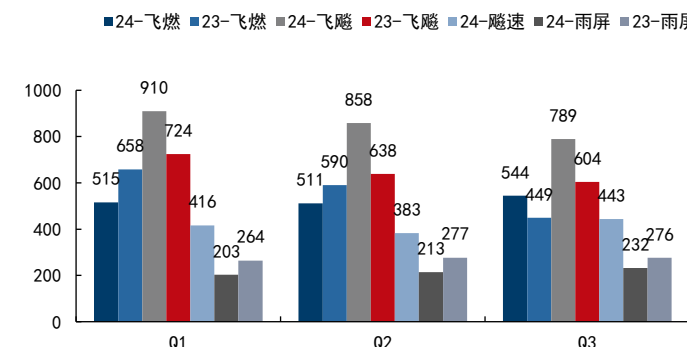
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：361度篮球鞋新品销售额（百万元）



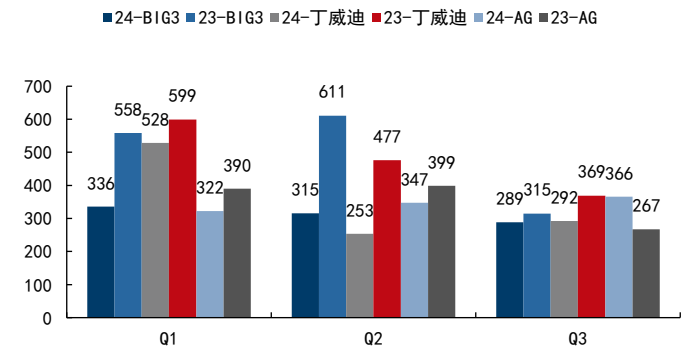
资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：361度跑鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：361度篮球鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

361度：份额小幅增长，专业跑鞋爆款效应持续，篮球鞋降价竞争

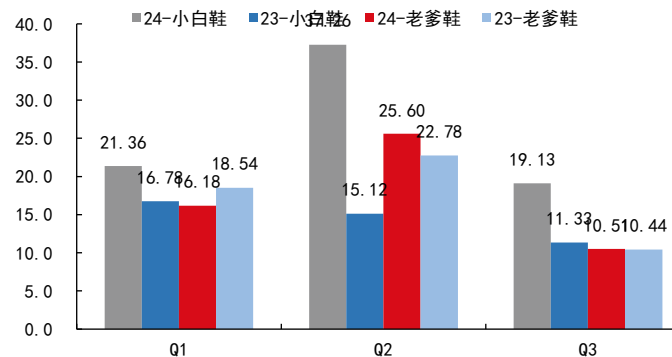
- 近期重点新品销售表现：

3. 时尚运动鞋：性价比产品价格相对稳定。

- 老爹鞋**：经典运动休闲鞋，较高性价比，近两年销售回落，目前价格在150-200元左右，今年前三季度销售额同比增长至接近8000万。
- 小白鞋**：经典运动休闲鞋，较高性价比，近两年销售相对稳定，价格在150-200元左右，今年前三季度销售额超过5000万。

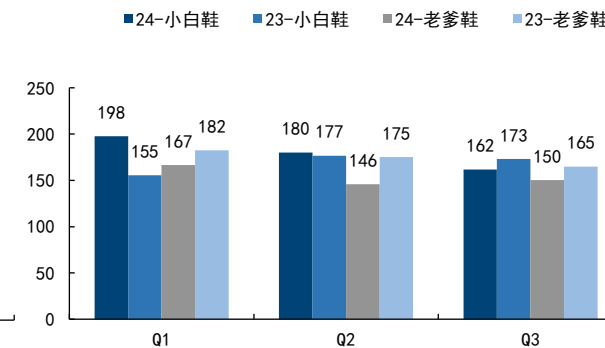


图：361度时尚运动鞋新品销售额（百万元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

图：361度时尚运动鞋新品销售均价（元）



资料来源：阿里第三方数据、国信证券经济研究所整理

本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷



361度：份额小幅增长，专业跑鞋爆款效应持续，篮球鞋降价竞争

• 未来重点新品发布计划：

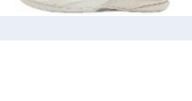
产品信息		产品图片	产品简介
产品名称	泰坦IICQT		跑鞋提供高强度支撑，内置韧带TPU，构建脉冲控制系统，帮助跑者着地时高效稳定跑姿，后跟搭载定型硬质片进行加固。
发布日期	2024/6		
产品类型	跑鞋		
产品名称	Futura S		全掌覆盖专业VIBRAM MEGAGRIP橡胶，搭配户外奇钉凸起咬花设计，提供优越抓地力，耐磨防滑，轻松应对户外各种地形和湿滑路面；采用CQT QUIK科技中底，高性能脂肪族碳临界发泡，舒适缓震，提供强劲回弹。
发布日期	2024/6		
产品类型	跑鞋		
产品名称	大磨王雨屏冲锋衣		强效耐磨，耐磨指数≥30000次；舒适不透湿，久穿不闷热，硬核防水，对暴风雨环境强抵挡；采用可调节扣立体风帽，可调节帽绳增加防风性能；外层采用CORDURA面料，防水耐磨、中层使用防水透气膜，内层亲肤。
发布日期	2024/8		
产品类型	服装		
产品名称	飞燃3.5		鞋面进行升级，采用定制梭织，更轻盈透气，在加强耐磨的同时进一步减轻重量；大底耐磨性能升级，通过填覆RPU镂空，提升耐磨性；采用尼龙弹性体发泡工艺，能量回馈达到88%。
发布日期	2024/8		
产品类型	跑鞋		
产品名称	雨屏8.0		自主研发动态防水科技，升级拒水透湿性能，搭载FLY-TEX防水透气膜，透气舒适不闷脚，长效防水，兼具舒适透气效果。
发布日期	2024/9		
产品类型	跑鞋		
产品名称	灵眸PRO X KIKS联名版老爹鞋		作为充满千禧设计语言的老爹鞋，将复古的网眼材质与当代的聚氨酯材料交织于鞋身，以银色为主调，辅以做旧效果，呈现未来主义之下的未知与混沌。
发布日期	2024/9/5		
产品类型	休闲鞋		

资料来源：品牌官方微信公众号，品牌天猫旗舰店、抖音、京东旗舰店，品牌官方微博，识货，国信证券经济研究所整理

本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷

361度：份额小幅增长，专业跑鞋爆款效应持续，篮球鞋降价竞争

• 未来重点新品发布计划：

产品信息		产品图片	产品简介
产品名称	AG5		配置升级，适配全能型球员，前掌弧形外底构成SOARING AREAR 特殊结构并搭配SOAR PLATE前叉助弹推进板；中底双密E韧科技和后掌填腹全新粗胚科技双引擎助推强效缓震；大面积TPU提升稳定性。
发布日期	2024/9		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	启航		日常10K慢跑稳定支撑训练鞋，适合大体重/入门至经验跑者，上层采用高性能弹性体材料，碳临界粗胚发泡，特调43C,提升穿着舒适度；下层采用轻质科技材料，硬度48C,提供稳定支撑，减轻重量；全掌配置射出橡胶，轻量耐磨，抓地力强。
发布日期	2024/10/14		
产品类型	跑鞋		
产品名称	禅 6.0		发布熊猫、白酒、红酒新配色，灵感分别来源于戈登中国行期间参观大熊猫基地、戈登中国行期间的趣事以及欢庆时刻的喜悦；碳临界科技和E韧科技双重引擎提供舒适回弹，轻盈减震。
发布日期	2024/10/14		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	飞燃3海绵宝宝配色		零门槛碳跑鞋，发布海绵宝宝、派大星、章鱼哥配色。
发布日期	2024/10/21		
产品类型	跑鞋		
产品名称	缘启1		有巾帼、故乡、家缘等多种配色，巾帼为3 STUDIO和女篮运动员李缘共创款；提供快速回弹，全掌QUICK碳临界科技，脚感舒适，后掌环保式TPU托盘，为落地时的稳定支撑提供更好的保护；梭织鞋面，舒适透气，满足多场景穿着需求。
发布日期	2024/10/31		
产品类型	篮球鞋		
产品名称	幼稚一代		有老爷车、蒲公英、BE WATER配色，鞋垫采用碳临界科技，带来轻质、高效回弹的缓震体验；鞋后跟采用立体大稳定式MODEL框架，变向时提供后跟锁定强力支撑；鞋面应用大面积热熔工艺，结合高强度网纱，带来更好包裹、贴合与锁定体验。
发布日期	2024/10/31		
产品类型	篮球鞋		

资料来源：品牌官方微信公众号，品牌天猫旗舰店、抖音、京东旗舰店，品牌官方微博，识货，国信证券经济研究所整理

- 【 01 】 行业大盘：跑鞋引领专业品类增长，时尚品类占比扩大
- 【 02 】 国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争
- 【 03 】 本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷
- 【 04 】 品类总结：跑步品类升级明显，篮球市场内卷，时尚品类热点交替
- 【 05 】 风险提示和投资建议

- 行业总体：今年前三季度行业规模稳定，服装提价明显，鞋类增长更优，跑鞋、运动时尚鞋保持优势，篮球持续低迷，瑜伽品类乏力。鞋服大类中，服装规模平稳额提价趋势明显，与冲锋衣等功能性和户外风格的服饰热销有关，而瑜伽裤等室内健身服饰销售下滑。运动鞋增长由销量驱动，其中跑步鞋保持高景气度，量价齐升的增长，篮球鞋销售规模大幅下滑，同时价格也跌幅较大，时尚类运动鞋总体占比有小幅提升，价格平稳。
- 具体品类竞争格局：
 1. 跑步鞋：延续高景气度，大众跑者专业化，高端市场小众化。本土品牌受益大众跑者专业化需求，国产专业跑鞋销售火爆，500元档李宁赤兔7Pro遥遥领先，安踏马赫增长不错；700元档361度的飞燃3、李宁飞电4C爆款景气度同比大增。800元至千元档，本土品牌份额低，仅特步160X系列畅销且同比增长，而国际专业跑鞋品牌亚瑟士、索康尼、HOKA、昂跑、Salomon等带动增长，而耐克、阿迪的常青款缺乏新意，耐克核心IP新品价格回升销售下滑，阿迪降价销售。
 2. 篮球鞋：市场萎靡，耐克靠性价比款拉回份额，本土品牌篮球鞋降价内卷。耐克千元以上核心IP正价率同比改善但销售明显下滑，推出500元左右高性价比篮球鞋销售放量，800元档新签名鞋反响较好。李宁多款经典IP原价800-1000元档降价至500-600元价位，销售仍明显下滑，性价比外场鞋贡献一定增量，新款高端旗舰伽马反响较好。361度多款IP降价至300元档，销售仍同比下滑。
 3. 时尚运动鞋：耐克大单品回落，阿迪SAMBA一枝独秀，国际品牌自身“平替”款增长明显。国际品牌中耐克对多款经典IP如AF1、AJ1、DUNK进行控制，销售开始出现回落，而价格小幅回升，而相应的鞋款耐克推出400-500元“平替”款销售增长明显。阿迪达斯SAMBA销售持续火爆，成为800元档爆款，同时推出其他价格略低的T头鞋销售表现也相当出色。国际品牌自身推出的性价比“平替”款热销体现了品牌效应，而与之相反本土品牌类似款式在风潮过后有所回落，如200-250元档的T头鞋销售回落，其余150-200元的低价小白鞋、老爹鞋凭借超高性价比，销售表现平稳。

- 【 01 】 行业大盘：跑鞋引领专业品类增长，时尚品类占比扩大
- 【 02 】 国际品牌：时尚驱动下份额普遍回升，专业品类降价竞争
- 【 03 】 本土品牌：专业跑鞋爆款效应强化，篮球品类低价内卷
- 【 04 】 品类总结：跑步品类升级明显，篮球市场内卷，时尚品类热点交替
- 【 05 】 风险提示和投资建议

投资建议：关注品牌价格回升和新品驱动的投资机会



1. 品牌消费方面重点推荐：

- 安踏体育：主品牌表现稳健，高端市场多元化趋势下，多细分品牌拉动增长景气度高；
- 李宁：跑步核心大单品正价率和销售同比增长，经营调整到位后有望带动盈利改善；
- 特步国际：份额提升，均价回升，跑鞋矩阵放量拉动；
- 361度：份额增长，跑鞋核心IP爆款效应，篮球鞋极致性价比；
- 滔搏：受益头部国际品牌份额回升；

2. 代工制造方面重点推荐：

- 申洲国际：头部国际品牌中国市场份额回升和新客户快速增长；
- 华利集团：提升大客户份额，受益专业细分跑鞋品牌高景气成长。

可比公司估值表

公司 代码	公司 名称	投资 评级	收盘价 人民币	EPS 2023A	2024E	2025E	PE 2023A	2024E	2025E
2313.HK	申洲国际	优于大市	55.34	3.03	3.93	4.57	18.3	14.1	12.1
300979.SZ	华利集团	优于大市	70.04	2.74	3.35	3.89	25.6	20.9	18.0
NKE.N	耐克	无评级	562.70	23.16	26.55	20.11	24.3	21.2	28.0
ADS.DF	阿迪达斯	无评级	1661.04	-3.30	27.80	57.23	-503.2	59.7	29.0
LULU.O	露露乐蒙	无评级	2128.57	45.36	100.04	108.01	46.9	21.3	19.7
2020.HK	安踏体育	优于大市	78.34	3.61	4.82	4.76	21.7	16.3	16.5
2331.HK	李宁	优于大市	14.20	1.23	1.22	1.37	11.5	11.7	10.3
1368.HK	特步国际	优于大市	5.02	0.39	0.47	0.54	12.9	10.7	9.3
1361.HK	361度	优于大市	3.63	0.46	0.55	0.64	7.8	6.6	5.7
6110.HK	滔搏	优于大市	2.53	0.30	0.36	0.23	8.4	7.0	11.0

资料来源：wind，国信证券经济研究所整理；注：无评级公司的EPS预测来自彭博一致预期

1. 宏观经济疲软；
2. 消费复苏不及预期；
3. 国际政治经济风险；
4. 汇率与原材料价格大幅波动。

国信证券投资评级			
投资评级标准	类别	级别	说明
报告中投资建议所涉及的评级（如有）分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后6到12个月内的相对市场表现，也即报告发布日后的6到12个月内公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。A股市场以沪深300指数（000300.SH）作为基准；新三板市场以三板成指（899001.CSI）为基准；香港市场以恒生指数（HSI.HI）作为基准；美国市场以标普500指数（SPX.GI）或纳斯达克指数（IXIC.GI）为基准。	股票投资评级	优于大市	股价表现优于市场代表性指数10%以上
		中性	股价表现介于市场代表性指数±10%之间
		弱于大市	股价表现弱于市场代表性指数10%以上
		无评级	股价与市场代表性指数相比无明确观点
	行业投资评级	优于大市	行业指数表现优于市场代表性指数10%以上
		中性	行业指数表现介于市场代表性指数±10%之间
		弱于大市	行业指数表现弱于市场代表性指数10%以上

分析师承诺

作者保证报告所采用的数据均来自合规渠道；分析逻辑基于作者的职业理解，通过合理判断并得出结论，力求独立、客观、公正，结论不受任何第三方的授意或影响；作者在过去、现在或未来未就其研究报告所提供的具体建议或所表述的意见直接或间接收取任何报酬，特此声明。

重要声明

本报告由国信证券股份有限公司（已具备中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）制作；报告版权归国信证券股份有限公司（以下简称“我公司”）所有。 ， 本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。 未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式使用、复制或传播。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以我公司向客户发布的本报告完整版本为准。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但我公司不保证该资料及信息的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映我公司于本报告公开发布当日的判断，在不同时期，我公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。我公司不保证本报告所含信息及资料处于最新状态；我公司可能随时补充、更新和修订有关信息及资料，投资者应当自行关注相关更新和修订内容。我公司或关联机构可能会持有本报告中所提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或金融产品等相关服务。本公司的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告意见或建议不一致的投资决策。

本报告仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的的要约或邀请。在任何情况下，本报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。投资者应结合自己的投资目标和财务状况自行判断是否采用本报告所载内容和信息并自行承担风险，我公司及雇员对投资者使用本报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。

证券投资咨询业务的说明

本公司具备中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。证券投资咨询，是指从事证券投资咨询业务的机构及其投资咨询人员以下列形式为证券投资人或者客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或者间接有偿咨询服务的活动：接受投资人或者客户委托，提供证券投资咨询服务；举办有关证券投资咨询的讲座、报告会、分析会等；在报刊上发表证券投资咨询的文章、评论、报告，以及通过电台、电视台等公众传播媒体提供证券投资咨询服务；通过电话、传真、电脑网络等电信设备系统，提供证券投资咨询服务；中国证监会认定的其他形式。

发布证券研究报告是证券投资咨询业务的一种基本形式，指证券公司、证券投资咨询机构对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向客户发布的行为。



国信证券
GUOSEN SECURITIES

国信证券经济研究所

深圳

深圳市罗湖区红岭中路1012号国信证券大厦18层

邮编：518001 总机：0755-82130833

上海

上海浦东民生路1199弄证大五道口广场1号楼12楼

邮编：200135

北京

北京西城区金融大街兴盛街6号国信证券9层

邮编：100032