

中国运动内衣市场发展态势分析与投资战略调研报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国运动内衣市场发展态势分析与投资战略调研报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202304/631920.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、运动内衣行业概述

运动内衣强调运动场景，需要提供保护、更加舒适。运动内衣是内衣的细分类别，可穿于公共场所进行体育锻炼、跳舞或其他运动活动。与普通内衣有别的是，运动内衣设计宗旨是在运动活动中为消费者带来舒适及提供保护。

运动内衣的销售具有季节性，一般情况下，冬季运动人数减少，运动内衣需求降低。进入春季后，运动内衣销售随运动人群增长而复苏。此外，随着运动次数增加，运动内衣耗损增加，消费者年均消费频次在2-4次。随着更多女性多频次参与运动刺激消费，我国运动内衣市场发展潜力巨大。

二、需求端驱动因素

1) 女性受教育程度提高，可支配收入&时间增加

随着我国经济发展，近年来女性受教育程度不断提高。国家统计局发布的2023年《中国妇女发展纲要（2011-2023年）》显示，2023年，中国高等教育在校生中女研究生人数为144.8万人，占全部研究生比重的50.6%。与此同时，男女薪酬差距也呈现逐年缩窄趋势，2023年，女性的平均薪酬为8689元/月，与男性的9942元/月相差1253元，这不仅在一定程度上说明女性的职场价值日益得到更多认可，更重要的是，收入水平的提高给“她消费”增添了更多底气。

资料来源：BOSS直聘、智联招聘、观研天下整理

另外，相比较近十五年的数据，女性的个人自由支配时间也在增多。与此同时，女性在锻炼健身投入的时间变得更多，2023年有31.2%的女性用业余时间锻炼，占比高于2022年的22%，占可支配时间约15%，但渗透率仍较低，存在进一步发展空间。

资料来源：观研天下整理

2) 女性压力疏解方式变革&健康意识增强

新时代的女性承受的压力并不亚于男性，不仅要求女性经济独立，还要承担着哺乳和教育下一代的重任，尤其是因追求美丽外表而倍感焦虑是全球女性面临的共同问题。过去女性依托自我消化或对外倾诉的压力模式演变成以运动健身为主的疗愈消费。数据显示，2022年起六成Z世代女性投入到运动健身大军中，为了保持健康、提升形象及减肥减脂是她们运动的主要目的。

资料来源：《2022年“Z世代”女性洞察报告》、观研天下整理

值得一提的是，2021年以来，中国首位女航天员进入太空、中国女足亚洲杯夺冠和冬奥赛场上女性运动员“巾帼不让须眉”的英姿等，给了更多女性追逐梦想的勇气，“她力量”备受关

注。随着女子体育的关注度陡然上升，大有成为主流的趋势，这也让各大国内外品牌争相抢占女性体育价值洼地，以谷爱凌为例，据不完全统计，其商业合作品牌至少20个，从LV、Tiffany、雅诗兰黛等国际品牌，到中国银行、中国移动、瑞幸、夸克App等中国品牌，横跨运动、时尚、家电、护肤等多个领域，比肩一线娱乐明星。

三、供给端驱动因素：健身领域KOL内容影响女性健身知识与积极性

由于B站、抖音、小红书等社交内容平台攫取了用户的大量时间，促进健身领域KOL对用户实现高频触达。与此同时，女性更注重人际关系和社交网络，以及彼此之间的互相分享和推荐，这种互动反馈也使得KOL的内容有更大的传播和影响力。因此，当前健身领域KOL已成为女性获取健身锻炼知识重要渠道与积极性影响路径之一。

资料来源：观研天下整理

在健身领域KOL的呼吁下，女性更易产生追随的想法，更易被种草。据新抖数据统计（2022年4月30日），刘畊宏直播间女粉占比74.2%，31-40岁粉丝占比59.4%。由于女性群体健身塑形需求的日益增加，各大网络平台上“刘畊宏女孩”和“帕梅拉女孩”层出不穷，她们不断引领运动健身的新风向。

观研天下分析师观点：女性是运动内衣的主要消费人群，而运动又是穿着运动内衣的主要场景，因此无论从需求端还是供给端来看，都是在促进更多女性多频次参与运动刺激消费，这也导致国内运动内衣的市场规模在不断增长，未来市场发展潜力巨大。

四、中外品牌差距逐渐拉大，新锐品牌冲击，运动内衣市场被瓜分

过去国内运动内衣市场几乎被阿迪、耐克等国外知名品牌和本土传统运动服饰品牌完全霸占。而近年来，一些国外知名品牌因“新疆棉”事件后在国内表现不佳，与此同时，国产运动内衣品牌产品力不断提升，在价格、创新和品质上优势日渐明显。数据显示，中外企业在中国市场的业绩表现差距逐渐拉大，耐克、阿迪达斯大中华区营收继续下滑，安踏等国产品牌业绩则继续增长。

此外，在全民健身浪潮狂卷下，市场上还涌现出众多以运动内衣为主的新兴品牌，包括Mia Active、粒子狂热、暴走的萝莉、焦玛等。新兴内衣品牌通过差异化定位，顺应消费群体需求升级，“自信”、“随性”、“独立”等品牌关键词频频击中女性消费者内心，将品牌形象与女性自我意识崛起深度绑定，新兴品牌的涌现在一定程度上瓜分了传统运动内衣品牌的市场份额。

主要运动内衣品牌介绍 品牌 运动内衣相关产品及业务介绍 阿迪 与领先的胸部生物力学研究机构朴茨茅斯大学密切合作。2022年针对亚洲女性的身材曲线，设计了能够兼顾普通运动爱好者对日常运动的需求和专业运动员对内衣助力运动表现的多款运动内衣。同时，对于那些无法到店的消费者，阿迪达斯推出了“运动内衣个性化推荐”线上新功能。 耐克 其运动内衣就运动强度做了很好的区分，设计延续了一直以来的品牌风格，简约而富有动感。Nike 运动内衣提供 XS 到 3X 的尺码，一应俱全。 lululemon 目标消费群体为新中产，因此其产

品定价较高，运动内衣价格从200-900元不等，部分款式接近千元，与传统运动品牌相比，性价比不算突出。在运动内衣方面，Lululemon推出了不少特色鲜明的产品系列，像Free to be和Flow Y这些系列就比较适合瑜伽、散步以及台球等轻量运动，引领了一波轻运动风潮。安踏其2023年中高强度运动内衣产品采用线雕黑科技，专为亚洲女性身型设计。Particle Fever粒子狂热是国内第一个设计师运动穿着品牌，也是唯一一个Lane Crawford连卡佛主推的新兴消费品牌，更是创立仅6年就成为国家队服装指定赞助商的新一代中国运动品牌。其运动内衣面料柔软亲肤，在提供了足够舒适度和支撑度的基础上，款式也很有设计感。让女性在运动中可以活力与美貌兼顾。Under Armour安德玛 安德玛是美国著名的高级功能运动品牌，最初的服务对象是专业运动员，支撑性高且透气排汗好的运动内衣产品占绝大多数。安德玛的运动内衣采用自己的专利Heatgear面料，透气性好，在24度以上的天气进行运动训练也能使身体轻松干燥。Lorna Jane 澳洲比较有名的女性运动品牌，以色彩鲜艳，设计大胆而闻名，美感和功能性兼具，深受阳光少女的喜爱。Lorna Jane的运动内衣样式很多，既有适合瑜伽运动的背心式内衣，又有适合高强度运动的胸罩它的运动型文胸采用独家研发的LJExcel面料，不但透气排汗，而且具有良好的拉伸延展性。Maia Active作为专为亚洲女性设计的运动服品牌，从创立之初始终致力于亚洲女性身体特点的研究。2023年2月重磅推出全新高强防震运动内衣——风洞杯。由MAIA ACTIVE运动科技研发实验室MAIA LAB根据亚洲女性胸型特点特别研发，沿用了经典的前拉链“瞬间穿脱”设计和“不插垫BRA”的一体式罩杯。暴走的萝莉在运动内衣方面，暴走的萝莉推出了多个特色鲜明的系列，产品设计普遍新颖时尚。其中就有复购率较好的无尺码系列。但总体来看，其产品更强调外观设计，相关的运动科技面料较少，材质多为运动内衣常见的锦纶与氨纶，因此产品专业性不强。

资料来源：观研天下数据中心整理

观研天下分析师观点：从国外品牌的发展历程可以看到，运动内衣除了要在保持美观的同时，强化与人体的附和度、舒适度等性能，确保运动时的安全性，更重要的是为产品附加文化价值，或许能够使一件成本极低的产品附加值增加十几倍甚至几十倍，更加受到用户的青睐。

五、运动内衣的需求从功能性向舒适性、美观性拓展

如果没有运动内衣，在运动过程中会造成乳房的不可逆伤害，因此运动内衣已经成为女子运动装备市场的主要品类之一。值得注意的趋势是，当前消费者对运动内衣的需求已从功能性向舒适性、美观性拓展。数据显示，购买运动内衣的消费者中，除了55%的单纯运动场景外，46%的消费者会在休闲场景穿着运动内衣，其中还有31%的消费者表示会直接穿着运动内衣出门。可以看出，人们现在越来越喜欢在运动以及非运动时间穿着专业的运动内衣，市场正逐渐形成刚性需求。

资料来源：观研天下整理

这主要得益于现代女性的生活方式和运动的界线逐渐融合，运动时间和次数变得零散而高频。与此同时，运动休闲风的浪潮之下，运动内衣已不单单适用于运动和健身场景，越来越多的女性消费者抛弃普通胸罩，转而选择舒适又百搭的运动内衣作为日常穿搭，在国内一线城市，瑜伽裤、运动Bra搭配大码西装外套，也已成为都市运动女性的日常穿搭之一。这两个原因共同拓展了运动内衣的穿着使用机会，因此使得女性在对运动内衣的抗震性和功能性要求变高的同时，也对于内衣的舒适与“颜值”拥有了更多元的需求，希望将运动与日常生活场景更好地融合。当前以Ubras、蕉内、内外、奶糖派等为代表的新锐运动内衣品牌，均致力于打造“舒适”、“简单”、“时尚”为主的运动内衣产品，以期深度满足消费者“舒适悦己”的需求。

资料来源：观研天下整理

观研天下分析师观点：从中短期来看，国产运动内衣品牌想要持续性突围主要在于时尚感和性价比的普及，但由于运动内衣主要还是被视为运动装备，所以其舒适性、吸汗性、排湿性和快感效果非常关键，因此长期来看，面料改进、技术创新仍是关键。（LZC）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国运动内衣行业发展深度调研与未来投资研究报告(2023-2030年)》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国运动内衣行业发展概述

第一节 运动内衣行业发展情况概述

- 一、运动内衣行业相关定义
- 二、运动内衣特点分析
- 三、运动内衣行业基本情况介绍
- 四、运动内衣行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、运动内衣行业需求主体分析

第二节 中国运动内衣行业生命周期分析

- 一、运动内衣行业生命周期理论概述
- 二、运动内衣行业所属的生命周期分析

第三节 运动内衣行业经济指标分析

- 一、运动内衣行业的赢利性分析
- 二、运动内衣行业的经济周期分析
- 三、运动内衣行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球运动内衣行业市场发展现状分析

第一节 全球运动内衣行业发展历程回顾

第二节 全球运动内衣行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲运动内衣行业地区市场分析

- 一、亚洲运动内衣行业市场现状分析
- 二、亚洲运动内衣行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲运动内衣行业市场前景分析

第四节 北美运动内衣行业地区市场分析

- 一、北美运动内衣行业市场现状分析
- 二、北美运动内衣行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美运动内衣行业市场前景分析

第五节 欧洲运动内衣行业地区市场分析

- 一、欧洲运动内衣行业市场现状分析
- 二、欧洲运动内衣行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲运动内衣行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界运动内衣行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球运动内衣行业市场规模预测

第三章 中国运动内衣行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对运动内衣行业的影响分析

第三节 中国运动内衣行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对运动内衣行业的影响分析

第五节 中国运动内衣行业产业社会环境分析

第四章 中国运动内衣行业运行情况

第一节 中国运动内衣行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国运动内衣行业市场规模分析

一、影响中国运动内衣行业市场规模的因素

二、中国运动内衣行业市场规模

三、中国运动内衣行业市场规模解析

第三节 中国运动内衣行业供应情况分析

一、中国运动内衣行业供应规模

二、中国运动内衣行业供应特点

第四节 中国运动内衣行业需求情况分析

一、中国运动内衣行业需求规模

二、中国运动内衣行业需求特点

第五节 中国运动内衣行业供需平衡分析

第五章 中国运动内衣行业产业链和细分市场分析

第一节 中国运动内衣行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、运动内衣行业产业链图解

第二节 中国运动内衣行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对运动内衣行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对运动内衣行业的影响分析

第三节 我国运动内衣行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国运动内衣行业市场竞争分析

第一节 中国运动内衣行业竞争现状分析

一、中国运动内衣行业竞争格局分析

二、中国运动内衣行业主要品牌分析

第二节 中国运动内衣行业集中度分析

一、中国运动内衣行业市场集中度影响因素分析

二、中国运动内衣行业市场集中度分析

第三节 中国运动内衣行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国运动内衣行业模型分析

第一节 中国运动内衣行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国运动内衣行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国运动内衣行业SWOT分析结论

第三节 中国运动内衣行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国运动内衣行业需求特点与动态分析

第一节 中国运动内衣行业市场动态情况

第二节 中国运动内衣行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 运动内衣行业成本结构分析

第四节 运动内衣行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国运动内衣行业价格现状分析

第六节 中国运动内衣行业平均价格走势预测

一、中国运动内衣行业平均价格趋势分析

二、中国运动内衣行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国运动内衣行业所属行业运行数据监测

第一节 中国运动内衣行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国运动内衣行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国运动内衣行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国运动内衣行业区域市场现状分析

第一节 中国运动内衣行业区域市场规模分析

一、影响运动内衣行业区域市场分布的因素

二、中国运动内衣行业区域市场分布

第二节 中国华东地区运动内衣行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区运动内衣行业市场分析

(1) 华东地区运动内衣行业市场规模

(2) 华东地区运动内衣行业市场现状

(3) 华东地区运动内衣行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区运动内衣行业市场分析

(1) 华中地区运动内衣行业市场规模

(2) 华中地区运动内衣行业市场现状

(3) 华中地区运动内衣行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区运动内衣行业市场分析

(1) 华南地区运动内衣行业市场规模

(2) 华南地区运动内衣行业市场现状

(3) 华南地区运动内衣行业市场规模预测

第五节 华北地区运动内衣行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区运动内衣行业市场分析

(1) 华北地区运动内衣行业市场规模

(2) 华北地区运动内衣行业市场现状

(3) 华北地区运动内衣行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区运动内衣行业市场分析

(1) 东北地区运动内衣行业市场规模

(2) 东北地区运动内衣行业市场现状

(3) 东北地区运动内衣行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区运动内衣行业市场分析

(1) 西南地区运动内衣行业市场规模

(2) 西南地区运动内衣行业市场现状

(3) 西南地区运动内衣行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区运动内衣行业市场分析

(1) 西北地区运动内衣行业市场规模

(2) 西北地区运动内衣行业市场现状

(3) 西北地区运动内衣行业市场规模预测

第十一章 运动内衣行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国运动内衣行业发展前景分析与预测

第一节 中国运动内衣行业未来发展前景分析

一、运动内衣行业国内投资环境分析

二、中国运动内衣行业市场机会分析

三、中国运动内衣行业投资增速预测

第二节 中国运动内衣行业未来发展趋势预测

第三节 中国运动内衣行业规模发展预测

一、中国运动内衣行业市场规模预测

二、中国运动内衣行业市场规模增速预测

三、中国运动内衣行业产值规模预测

四、中国运动内衣行业产值增速预测

五、中国运动内衣行业供需情况预测

第四节 中国运动内衣行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国运动内衣行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国运动内衣行业进入壁垒分析

一、运动内衣行业资金壁垒分析

二、运动内衣行业技术壁垒分析

三、运动内衣行业人才壁垒分析

四、运动内衣行业品牌壁垒分析

五、运动内衣行业其他壁垒分析

第二节 运动内衣行业风险分析

一、运动内衣行业宏观环境风险

二、运动内衣行业技术风险

三、运动内衣行业竞争风险

四、运动内衣行业其他风险

第三节 中国运动内衣行业存在的问题

第四节 中国运动内衣行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国运动内衣行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国运动内衣行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国运动内衣行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 运动内衣行业营销策略分析

一、运动内衣行业产品策略

二、运动内衣行业定价策略

三、运动内衣行业渠道策略

四、运动内衣行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202304/631920.html>