

飞龙在天 头部企业复苏先
晋江体育用品产业发展蓝皮书2021(上篇)

2020年新冠肺炎疫情席卷全球,各行各业均受到不同程度的影响,成为当年最大的“黑天鹅”。

总体而言,全球疫情使体育行业走向多元化,开辟新的收入来源,通过多元合作让整个市场更加流通与务实。

除了新冠肺炎疫情,其他预期外的事件也在深刻影响甚至重塑产业的竞争格局。

从宏观数据来看,中国体育产业的红利还未完全释放。从2020年年初国家体育总局和国家统计局联合发布的2018年

2020年中国的人均GDP突破1万美元,我们有理由去相信,在这个提倡“全民健身”的时代,对体育用品的需求只会是越来越多。

要想在快速扩张的体育产业中占据更大市场份额,创新是绕不开的关键词。未来,体育用品企业发展的趋势将是创新,而创新内容不应局限在产品本身。



01 晋江体育用品业的竞争格局

(一)晋江体育用品态势

2019年,晋江市体育制造业实现规模以上产值2152.75亿元,增长9.1%。

在晋江体育用品业发展过程中,以安踏、特步、361°等为代表的龙头企业的带动作用日益突出。

虽然整个纺织鞋服产业受到新冠肺炎疫情较大影响,但安踏的表现一如以往的强势。

2020年开年后,安踏体育的股价一度持续下滑,但随着2020年一季度

2020年第四季度以来,361°业绩回升趋势明显,主品牌产品及童装产品

人民币33.14亿元),较上年的19.18亿欧元同比下降77.6%。

从时尚运动品牌转型成为“中国跑者的首选品牌”的特步2020年总收入81.72亿元。

年报显示,2020年特步集团主品牌业绩在下半年显著复苏,全年表现稳定。

2020年361°全年营收51.27亿元,实现净利润4.15亿元。

2020年第四季度以来,361°业绩回升趋势明显,主品牌产品及童装产品

相较安踏、特步、361°,另外两家龙头过得并不算顺心。

决乔丹体育公司公开在报纸和网络上向原告美国前美职篮球星迈克尔·乔丹

而贵人鸟去年则陷入重整风波中,股票处于长期停牌状态。

龙头企业表现强劲的同时,在细分领域杀出了一匹黑马——卡尔美,也让人不得不重视。

总体来说,在发展制造业的同时,晋江的体育用品企业开始找寻新的发

展突破口,往服务型方向进发,尝试跨界与其他产业的合作,跟各大IP的合作

(二)晋江体育用品的创新之路

目前,中国经济正处于增长速度的换挡期、结构调整的阵痛期。

纵观世界体育用品一线品牌的发展,创新均是其进一步向前迈进的“催化剂”。

金时代。然而,在经历了快速的外延增长周期后,产品导向的经营模式及粗放式经销批发模式的弊端逐渐显露。

中小型企业的短板,可能是缺乏创新的勇气来突破自己的枷锁。

未来体育用品行业的发展,不仅要针对不同类型消费者开辟专项的运动用品市场,参与各类赛事的运作。

中国品牌之都 领军品牌榜

Advertisement for 'China Brand Capital' featuring logos of various companies including Hengan Group, Anta, Lilanz, Xtep, 361°, SBS, Panpan Foods, Xintai Group, Jinnong, Baal, Shuhua, Fynex Textiles, Yake, Haina, Zhenghan, Jinyi, Guoxing, Kelme, and Maotai Soles.

Advertisement for 'China Brand Capital' featuring logos of various companies including Maotai Soles, Shuhua, Chandra, Xingda, Jilong, RBR, Jianyou, Qichang, and Yanta.