

2024年第20届上海国际鞋业展览会/电商运动鞋

产品名称	2024年第20届上海国际鞋业展览会/电商运动鞋
公司名称	上海迈拓展览有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市奉贤区四团镇邵厂社区邵厂路31号2号楼238室（注册地址）
联系电话	17749773853

产品详情

2024年第20届上海国际鞋业展览会

主办单位：上海雅辉展览有限公司

时间：2024年5月6-8（浦东新区龙阳路2345号）

全民运动时代已来！电商运动鞋行业市场现状分析

如果你是个重度球鞋迷，那么5月18号的那个周末你一定在上海，因为Sneaker Con终于首次来到了中国，对于鞋迷来说，这是一次不可错过的“朝圣之旅”。

Sneaker Con被誉为全球最大的球鞋展会，为球鞋供应商和爱好者提供了一个线下交流和交易的场所。自2009年从纽约一个只有200平米的喜剧俱乐部开始，逐步登陆全球超过40个城市，累计吸引数百万人参与。

借着近期火热的中国球鞋市场，在上海开展这一场shijieji的球鞋盛宴也是非常有意义的。现场不仅可以进行球鞋交易，还可以看到众多明星以及潮流icon出席，最重要的是能够亲身接触在众多平日里难得一见的稀有鞋款。

据悉，此次Sneaker Con投入成本在千万级，门票收入达到百万元。Sneaker Con也让我们直观感受到了直男们的强大购买力，男人们对于球鞋的追逐不亚于女人们对化妆品和包包的狂热，毕竟这也是他们最简

单的“showoff资本”和“社交货币”。

近年来，随着全民体育健身被纳入国家战略、公众健康意识的觉醒以及运动配套设施的完善，运动鞋行业进入一个新的增长期，市场竞争激烈，2017年市场规模已达千亿元。那么运动鞋行业线上表现如何？

我们爬取了17、18年，淘宝、天猫平台Nike、Adidas、安踏、李宁、彪马、New Balance、361°、特步、vans、匡威和鬼冢虎这11个运动鞋品牌的销售数据，分析这些运动品牌如何在线上吸金。

一、18年线上运动鞋销售额增长较快，Nike位列第一

18年线上运动鞋品牌销售额整体增长较快，Nike、Adidas和李宁位居销售额前三。增长率方面，鬼冢虎虽然销售额体量较小，但年增长率达57.59%，未来可能是改变市场格局的一匹黑马。匡威年增长率52.76%，PUMA年增长率45.95%，都处于xingyelingxian地位。

作为美国第二dapinpai运动鞋，New Balance线上年销售额减少22.58%，市场表现疲软。长期以来在中国有太多mingpai企业深受山寨之害，New Balance一直是重灾区。满大街150元就可以买到的山寨NB品牌，以及大规模的降价让忠实的消费者对New Balance热情大减。

17、18年淘系平台运动鞋品牌销售额及年增长率

17、18年淘系平台运动鞋品牌销售额柱状图

二、18年线上运动鞋品牌均价普遍上升

与17年相比，18年线上售出的运动鞋品牌均价普遍增长。其中鬼冢虎均价增长22.48%，匡威均价增长14.51%，VANS均价上涨9.83%，Nike和Adidas均价分别上涨3.48%和2.81%。随着球鞋市场的火爆，各种联名款展现出的火爆势头，以及球鞋中越来越多的科技感，都不断降低着消费者对球鞋价格的敏感度。

线上售出的运动鞋品牌17、18年均价对比

并不是所有品牌售出线上商品的均价都在上涨。New Balance线上产品均价下降12.18%，PUMA线上产品均价下降7.85%，降价幅度较大。

三、国货品牌溢价差，价格定位较低端

通过统计各个品牌在不同价格区间销售额的占比，可以发现线上售出的运动鞋，0~500价格区间占主流，>1000元价位的销售额占比较少。而500~1000价位在一定程度上可以代表品牌的价格定位。500~1000价位销售额占比靠前的品牌有VANS、鬼冢虎、匡威等，而安踏、李宁、361、特步这些国货品牌线上90%以上的销售额均来自0~500价格区间，品牌溢价能力较差。

线上售出的运动鞋品牌价格分布对比

四、乒乓球鞋、棒球鞋增长迅猛，足球鞋、羽毛球鞋略有下降从类目上看，18年销售额paimingqian三名的类目是板鞋/休闲鞋、跑步鞋和篮球鞋。可以满足时尚穿搭需求的板鞋/休闲鞋销售额最高，排名第二的跑步鞋已属大众之选，与近年来马拉松热潮的到来不谋而合。

从运动项目上分，篮球鞋、足球鞋、网球鞋销售额体量较大，羽毛球鞋、乒乓球鞋、棒球鞋和排球鞋略显小众。但是可以发现，线上乒乓球鞋销售额同比增长93.04%，棒球鞋同比增长68.08%。说明近年来随着运动爱好者对运动装备专业性要求的增强，这些小众球鞋越来越有发展潜力。

线上运动鞋品牌各类目销售额及同比增长五、国外球鞋主打品牌特色，国货球鞋需增品牌建设

商品标题在一定程度上可以显示出一个品牌的主打卖点和品牌特色。通过对Nike、Adidas、New Balance和匡威这几个国外品牌销售额TOP100单品的商品标题进行分词，可以较明显的感受到这些品牌的调性：Nike突出代言的体育明星，如欧文、乔治、保罗等；Adidas突出鞋子的科技感，如镂空、透气、减震、轻便等；New Balance突出复古、休闲、时尚与慢跑鞋的定位；匡威突出帆布鞋、高帮与复古的特征。

通过361°和特步等国产品牌的商品标题可以发现，国产运动鞋品牌的特征较为普通，仅突出鞋子的功能性，但区别于其他品牌的品牌定位和核心卖点需要进一步加强

线上运动鞋品牌标题分词与词

在市场竞争日趋激烈下，本土运动鞋企业要不断追求技术上的突破，将新材料、新工艺不断引进运动鞋制造中。只有具有高科技含量的产品才能进一步满足和引导消费需求，有效提升产品的信誉和品牌形象。同时不断增加时尚元素，为普通的运动爱好者提供舒适且具有时尚感的运动鞋产品。希望国货运动鞋品牌发展的越来越好！