

中国安踏体育服装产业发展现状与趋势研究

刘萍

罗村镇罗村中学, 山东 淄博 255185

[摘要] 根据中国安踏体育产业的快速发展, 中国安踏体育服装产业方面也获得了飞速的起步, 中国安踏体育服装产业发展规模不断扩大, 逐步衍生为中国安踏体育产业所发展和研究的热门话题, 以此精准定位, 判断和分析中国安踏体育服装产业发展的基本现状及趋势研究。研究主要是分析了中国安踏体育服装产业发展现状以及体育服装产业发展趋势, 为中国安踏体育服装产业发展提供良好的路径与发展方式。

[关键词] 中国安踏; 体育服装产业; 发展现状; 趋势

DOI: 10.33142/jscs.v4i2.12444

中图分类号: F426.86

文献标识码: A

Research on the Current Situation and Trends of the Development of Anta Sports Apparel Industry in China

LIU Ping

Luocun Middle School in Luocun Town, Zibo, Shandong, 255185, China

Abstract: Based on the rapid development of Anta China sports industry, the ANTA sports apparel industry has also made rapid progress. The development scale of Anta China sports apparel industry is constantly expanding, gradually becoming a hot topic for the development and research of Anta China sports industry. This is used to accurately position, judge, and analyze the basic status and trend of the development of Anta China sports apparel industry. The research mainly analyzes the current development status and trends of Anta China sports apparel industry, providing a good path and development mode for the development of Anta China sports apparel industry.

Keywords: Anta China; sports apparel industry; development status; trend

引言

随着中国社会的不断进步和经济的快速发展, 安踏体育运动服饰在人们生活中的地位越来越凸显。体育不仅仅是一项健康的生活方式, 也是国家形象的重要窗口^[1]。在这个背景下, 中国安踏体育服装产业逐渐崭露头角, 成为我国纺织业中备受关注的领域之一。特别是 2008 年我国成功举办奥运会以来, 国产体育服装经历了翻天覆地的变革, 取得了显著的发展成果。就目前而言, 国产体育服装市场正逐步繁荣昌盛, 尤其是在纺织产品市场的态势。无论是国内还是国外所生产的棉布类体育服饰, 还是化纤类体育服饰均拥有良好的发展市场, 其体育服装行业的发展势头势不可挡, 国产体育服装产品的销量和产量都有大幅度提高。这主要表现在我国加入到国际世贸组织以后, 我国进出口纺织行业的迅速发展, 这对纺织技术的要求也有了很大提高, 也得到了诸多国家的期待和关注。中国安踏体育服装产业作为纺织服装领域的重要组成部分, 不仅承载着人们对时尚和舒适的需求, 更在全球范围内展现了中国制造的卓越品质。其体育服装产业的产业链、市场格局和国际竞争力, 揭示中国安踏其中的潜在机遇与挑战。为进一步推动中国安踏体育服装产业的创新发展和国际化提供战略性的建议^[2]。

中国安踏体育服装产业的发展不仅仅关系到纺织业的繁荣, 更涉及到国家体育产业整体经济结构的升级和国

际形象的树立。随着全球体育文化的蓬勃发展, 中国安踏体育服装作为连接体育与时尚的纽带, 承载着人们对健康生活、时尚潮流和国家文化的追求。首先, 中国安踏体育服装产业的壮大为我国创造了大量就业机会, 促进了相关产业链的发展, 推动了经济的稳健增长。其次, 中国安踏体育服装产业的崛起也为中国制造业注入了新的活力, 提高了产品附加值和国际市场竞争力。此外, 通过中国安踏体育服装的国际化推广, 我国有机会在全球塑造更积极、时尚、健康的国家形象, 为国家软实力的提升做出重要贡献^[3]。从而进一步深入研究我国体育服装产业的发展现状和潜在影响, 为决策者提供科学的理论支持, 为产业链各参与方提供战略性的指导, 以推动我国体育服装产业的可持续、健康发展, 实现经济与文化的双丰收。

1 研究对象与方法

1.1 研究对象

本研究是以中国安踏体育服装产业作为主要研究对象进行分析。

1.2 研究方法

1.2.1 文献资料法

通过查阅“中国知网 (CNKI)”“万方”“维普”以及学校图书馆和淄博市图书馆查阅相关中国安踏体育服装产业的相关资料, 作为材料分析的一部分进行分析。

1.2.2 数理统计法

通过对中国安踏官网的相关数据进行整理与统计,分别归类 and 存档,为了方便进一步对官方数据进行统计与分析。

2 中国安踏体育服装产业发展的相关现状

2023 年 10 月,中国安踏集团发布了三年发展规划(2024~2026 年),聚焦于“多品牌协同与价值”核心。保持单聚焦、多品牌、全球化战略,以专业、时尚、户外运动品牌三大增长曲线为重点,构建“多品牌协同管理”“多品牌零售运营”和“全球化运营与资源整合”三大核心竞争力,争取 2025 年中国市场份额第一,2030 年全球领先。流水保持双位数增长,品牌力领先,未来将聚焦大众专业运动,强化产品品质、数字化投入。2016 年起推行“单聚焦、多品牌”战略,通过多品牌协同运营创造独特价值。过去 3 年,成功经受各种不确定性,保持稳健增长,财务回报显著:2019~2022 年,集团营收年复合增长率 16.5%, 股东应占溢利年复合增长率 12.4%, 每股股息年复合增长率 26.0%。面对激烈竞争,安踏提出三大核心竞争力:多品牌协同管理、多品牌零售运营、全球化运营与资源整合。品牌布局、资源共享、管理与服务支持构成多品牌协同管理。具有 30 年零售运营经验,致力于维持和扩大零售运营优势。全球化运营,品牌、渠道、研发、供应链全球化,加速中国品牌海外拓展。根据表 1 和表 2,我们可以明确地看出,其鞋类呈下降趋势,而服装、配饰以及整体均呈现出上升趋势。这进一步明确了中国安踏体育服装产业的发展势头。2023 年中国安踏体育服装产业高于 2022 年的中国安踏体育服装产业,其收益率增加。但其他品类影响了总体收益,导致总体收益放缓。

表 1 中国安踏体育产品分类的财政期内毛利及毛利率

名称	2023 年		2022 年		变幅
	毛利(人民币百万元)	毛利率(百分比)	毛利(人民币百万元)	毛利率(百分比)	
鞋类	7,115	57.7	6,494	58.4	-0.7
服装	11,057	67.8	9,152	65.2	+2.6
配饰	543	58.7	463	56.6	+2.1
整体	18,755	63.3	16,109	62.0	+1.3

注:本数据来自官方数据(截止 2023 年 6 月 30 日)。

表 2 中国安踏体育产品分类的客户收益

名称	2023 年	2022 年
	收益(人民币百万元)	收益(人民币百万元)
鞋类	12,407	11,111
服装	16,313	14,036
配饰	925	818
合计	29,645	25,965

注:本数据来自官方数据(截止 2023 年 6 月 30 日)。

3 中国安踏体育服装产业发展的相关趋势

通过中国安踏体育产业品类划分的财政期内毛利和

毛利率的实际数据可以看出,它包含了鞋类、服装、配饰和整体四部分的数据,服装品类的总毛利率最高,上涨 2.6%,其中 2023 年服装品类毛利率达到了 67.8%,2022 年服装品类毛利率达到了 65.2%,均分别在 2023 年和 2022 年中收益最高。在 2023 年和 2022 年中国安踏体育产品分类的客户收益中,服装品类均占首位,分别是 16,313 百万元和 14,036 百万元。

根据中国安踏集团近三年的发展规划表明了体育服装产业的功能性和时尚性方面,通过对年轻人的发展和喜好增添体育服装的多样性和多元化,如具有中国传统文化的服装图案 logo,或采用科技助力体育服装的全新速干、抗汗且舒适的纤维材料,或增加当下年轻女性体育服装喜爱的多重颜色等,这凸显了消费者对体育服装的需求不仅局限于功能性,也表现在体育服饰的时尚性方面。与此同时,还表现在体育服装设计方面。这就要求企业在开发和发展体育服装的过程中增加创新性,注重融合科技创新与功能性和时尚元素等方面多元元素的发展,以此来促进中国体育服装产业的国际化发展,能够达到与时俱进。随着中国环保和可持续发展理念的普及与增强,中国安踏体育服装产业更加注重环保材料和生产过程的可持续性,从而来满足消费者对环保体育服装产品的基本需求,融合智能科技的发展,采用科技助力智能技术的发展,从而不断在体育服装产业中良好应用,其中包括了智能化的运动服装和服饰,在体育运动和锻炼过程中配备可穿戴式的便携智能设备等方面,从而满足中国客户对服装产品的购买效益,尤其是表现在运动数据监测和分析功能方面,增加青少年群体的个性化定制,尤其是在学生群体当中增加个性化需求,增加多样化和个性化的产品定制,如增添自主图案印刷来增加体验过程,姓名、字符、图片的印刷等方面,以此来满足不同群体和个体差异化的定制需求。与此同时,根据中国安踏体育产品分类的财政期内毛利及毛利率和中国安踏体育产品分类的客户收益状况,增加电子商务和线上销售双主流融合的销售模式,如网络平台直播带货等,站到消费者的权益上思考,满足消费者权益,还要拓宽国内及国外的线上渠道发展,以适应当下我国消费者的购物习惯,增加跨界合作,中国安踏体育服装产业与其他行业的跨界合作也在不断上升,可以增加体育服装产业与科技、娱乐、文化等领域进行更多深度合作,推动产业链的创新逐渐使中国市场国际化。从而使得中国安踏体育服装特色能够在国际市场崭露头角,依托国际化战略或“一带一路”政策来扩大国内体育服装品牌影响力^[7]。

4 推动中国安踏体育服装产业发展的相关路径

4.1 体育服装产业的权衡发展

为了推动中国安踏体育服装产业的权衡发展,主要表现在以下几个方面:一、市场需求与创新平衡^[4]。了解市场需求,制定灵活的生产计划,同时鼓励技术创新。关注消费者趋势,提供多样化的产品,同时关注独特设计和功

能的创新。二、可持续性与生产成本平衡。推动可持续发展,采用环保材料和生产方式。同时,通过提高生产效率、采用新技术和合理定价,努力平衡可持续性和生产成本。三、全球化与本地文化融合。在全球市场中寻求机会,同时尊重本地文化。设计具有国际竞争力的产品,但在市场推广和品牌建设时,考虑到不同文化的差异。四、数字化与人性化平衡。利用数字化技术提高生产效率和客户体验,但也要保持人性化。通过社交媒体和线下活动建立品牌形象,关注与客户的互动,提高消费者忠诚度。五、供应链透明度与知识产权保护平衡。确保供应链透明度,采用可追溯的生产和供应体系。同时,注重知识产权保护,防止技术和设计被非法复制。六、社会责任与企业盈利平衡。关注社会责任,通过采用公平劳动标准、可持续采购和慈善项目等方式回馈社会。同时,保持盈利能力以确保企业的可持续性。七、教育培训与人才储备平衡。投资培训和教育,确保行业内有足够的高素质人才。建立合作关系,促使产业内的知识共享,共同推动整个行业的提升。八、政府支持与自主发展平衡。争取政府支持,但也要保持自主发展的灵活性。积极参与政策制定,确保政府政策有助于产业的健康发展。九、反思与迭代。定期进行产业发展的评估,识别问题并进行调整。灵活调整战略,不断学习和迭代业务模式。

4.2 体育服装产业市场的形成

体育消费行为的实质是社会生产力发展过程中个体在满足基本生理需求后追求更高层次的消费^[5]。这同时也是现代人类消费行为中的关键环节^[5]。从体育消费的现状来看,可分为物质性和精神性两大类。物质性消费包括购买实体、可触摸的体育产品,而精神性消费则涵盖了心理和精神上对体育的满足,如观看体育比赛等。中国安踏体育服装产业正积极引入民间资本,这对扩大体育实体领域的经营范围具有现实意义。体育场所、体育赛事等方面的发展为中国安踏体育服装产业规模扩大和消费市场的发展奠定了基础。在经济全球化和文化多元化的发展下,大众体育服装消费市场的分析研究变得尤为重要。及时分析与预测市场趋势,统计居民的消费能力和消费结构,有助于完善产品架构,推动体育服装多元化发展^[5]。

在中国安踏体育服装产业发展中,服务水平的提升至关重要。提高服务水平有助于吸引更多消费者,增加其购买体育服装产品的意愿,为产业的持续发展提供动力。为此,中国安踏应加强服务管理工作,确保服务质量得到保障^[6]。同时,领导者还需引入西方国家的体育服装产业经验,借鉴其先进之处,减少不必要的努力,为消费者提供全方位的服务。在制定保护机制的同时,中国安踏应激发社会各方面的力量,助力体育服装产业规模的不断壮大^[7]。通过科学合理的管理经验,借鉴先进经验,推动中国安踏体育服装企业提供更全面的服务,为产业的健康发展创造良好条件。

4.3 精准定位中国安踏体育服装市场并实时数字化建设

尽管目前中国安踏体育休闲服装产品的需求相对下降,但整体收益有所提高。因此,中国安踏体育服装企业应致力于创新,精准定位市场,在某一款式或材质方面取得绝对优势。为了避免市场失衡等不稳定现状,投资者可以将首要目标定位在低端产品上,开发具有性价比的体育服装,满足不同薪资群体的多样化需求。同时,随着新兴技术的发展和电商时代的到来,中国安踏体育服装产业正进行数字化建设,人工智能、云计算、大数据等技术也逐渐应用于产业发展。通过这些技术,可以推测大众需求和购买偏好,及时调整产业结构,制定明确的数字化技术融合规划,清晰认识数字化技术在产业发展中的重要性。合理利用大数据技术对中国安踏体育服装产业的设计和客户需求进行统计,为未来的中国安踏体育服装产业发展提供有利条件。

5 结论

通过对中国安踏体育服装产业的相关现状与调查分析,其鞋类呈下降趋势,而服装、配饰以及整体均呈现出上升趋势,体育服装占首位,但其他品类影响了总体收益,导致总体收益放缓。针对实际情况,应增加体育服装的多样性和多元化、体育服装设计、注重环保材料和生产过程的可持续性、科技助力体育服装智能技术发展、增加多样化和个性化的产品定制、增加电子商务和线上销售双主流融合的销售模式等方面发展的相关趋势,以此来推动中国安踏体育服装产业发展,其发展路径表现在体育服装产业的权衡;体育服装产业市场的形成;精准定位中国安踏体育服装市场并实时数字化建设方面,从而进一步推动中国安踏体育服装产业的快速发展。

[参考文献]

[1]马冠楠,刘桂海. 大国崛起背景下的体育准备[J]. 南京体育学院学报(社会科学版),2011,25(4):76-78.
 [2]易芳. 百年红帮,智创未来:智尚国际服装产业园开园[J]. 中国纺织,2018(10):81.
 [3]全光德. 中国元素在竞技体育服装中的运用现状与发展趋势[J]. 化纤与纺织技术,2021,50(10):71-72.
 [4]张嘉伟. 从体育消费现状看当前我国体育产业的发展[J]. 内江科技,2013,34(9):152-153.
 [5]魏星,宋永利. 体育服装产业发展与消费现状分析[J]. 西部皮革,2022,44(24):52-54.
 [6]王晓红,魏永,马彪,等. 基于四川省大学生体育消费现状分析探索高校体育产业发展对策[J]. 当代体育科技,2014,4(35):3-5.
 [7]姜德卫. 烟台市城镇居民体育消费水平与体育产业发展的现状分析[J]. 山东体育科技,2003(2):76-77.
 作者简介:刘萍(1979—),女,汉族,山东淄博人,本科,单位:山东省淄博市淄川区罗村镇罗村中学,研究方向:体育学。