



2024 运动鞋市场与消费趋势洞察

@艺恩出品 2024

CONTENTS

Part1 运动鞋市场现状及趋势

Part2 运动鞋行业细分品类赛道洞察

Part3 运动鞋行业品牌案例解读





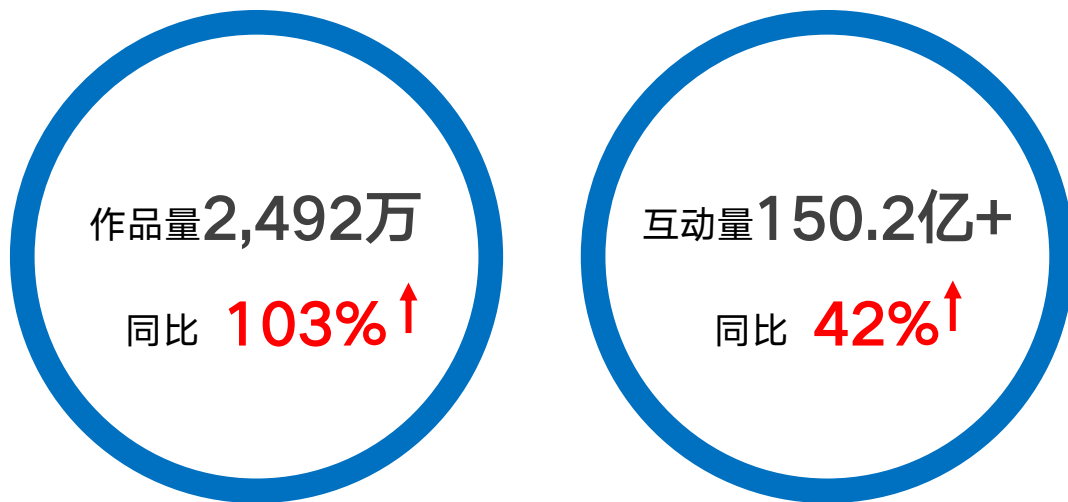
Part1

运动鞋市场现状及趋势

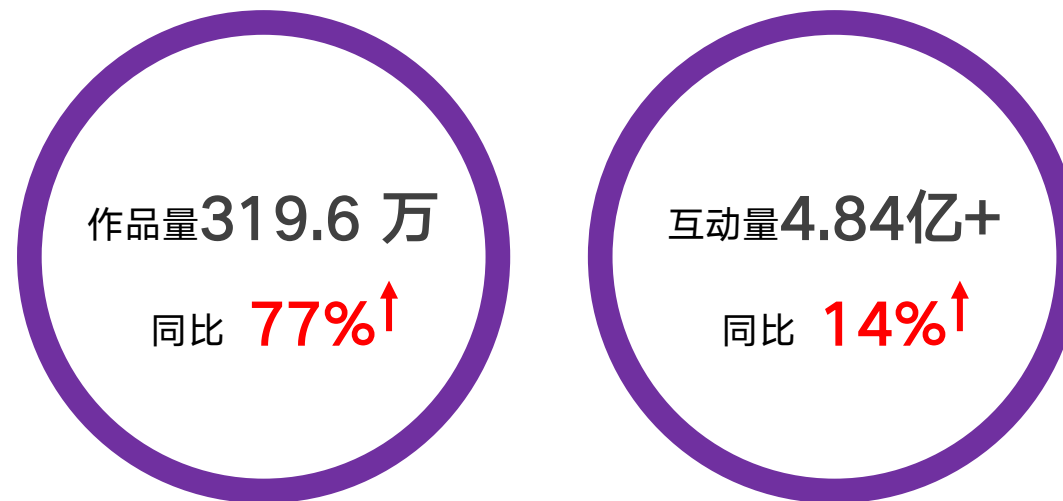
体育赛事催生全民运动热情，促进运动装备需求与热度高涨

- 用户健康意识增强叠加奥运赛事举办，运动相关社媒声量增长显著，相关作品数量同比增长103%，互动量同比增长42%。
- 运动热带动运动鞋社媒声量显著增长，作品量同比提升77%，互动量同比增长14%；

「运动」近一年相关内容社媒讨论热度



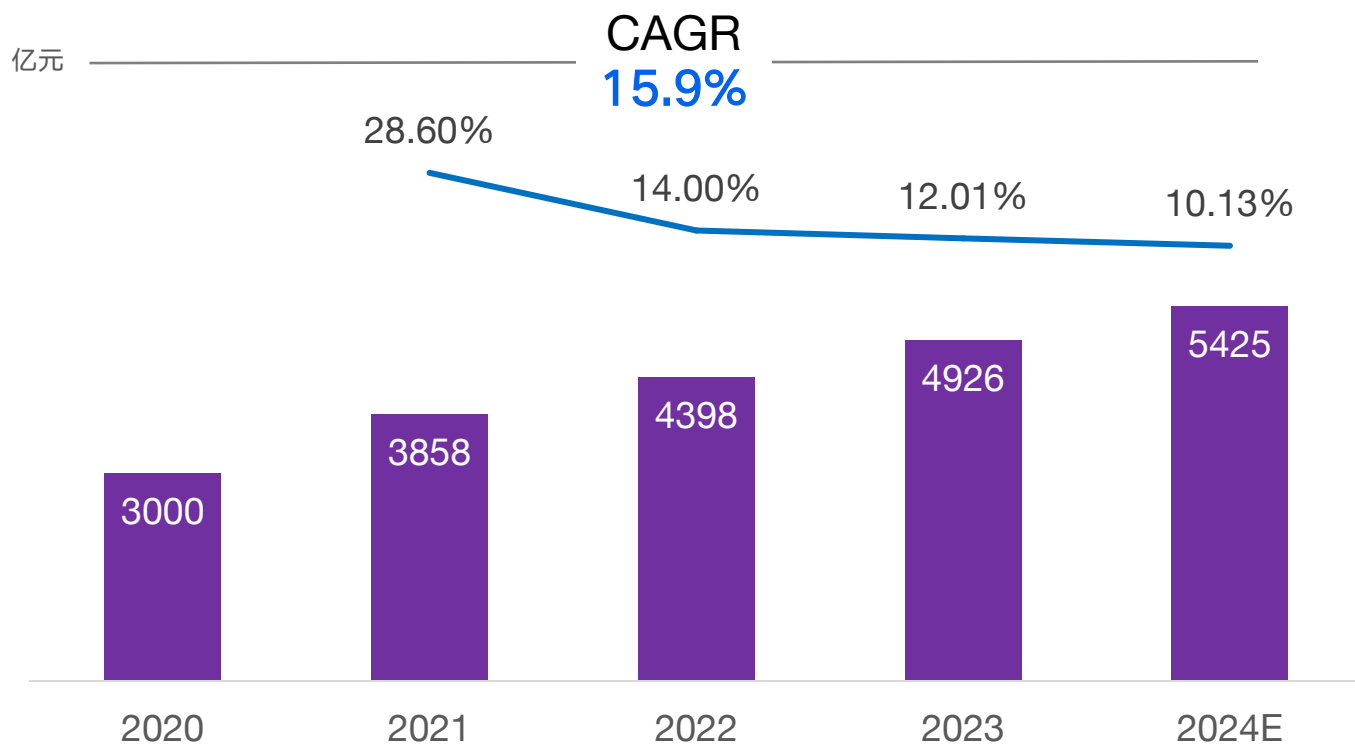
「运动鞋」近一年相关内容社媒讨论热度



运动鞋服市场规模持续扩张，消费渗透率仍有提升空间

- 2024年中国运动鞋服市场规模预计5425亿元，近4年复合增长率15.9%。
- 2022年中国运动鞋服行业渗透率比2015年有了显著增长，但相比其他国家和地区仍有较大的提升空间。

运动鞋服市场规模及增速走势



2022年中国运动鞋服消费行业渗透率



线上销售持续提升, 300元是线上购买门槛

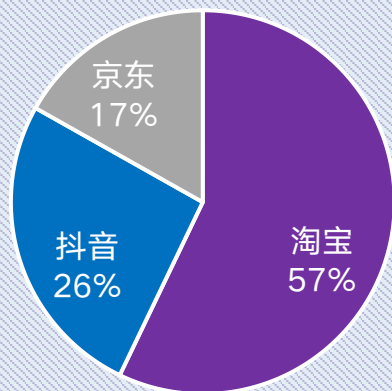
- 运动鞋服线上销售渠道持续提升, 淘宝、抖音市场份额占比高, 300元以下是主要销售款。



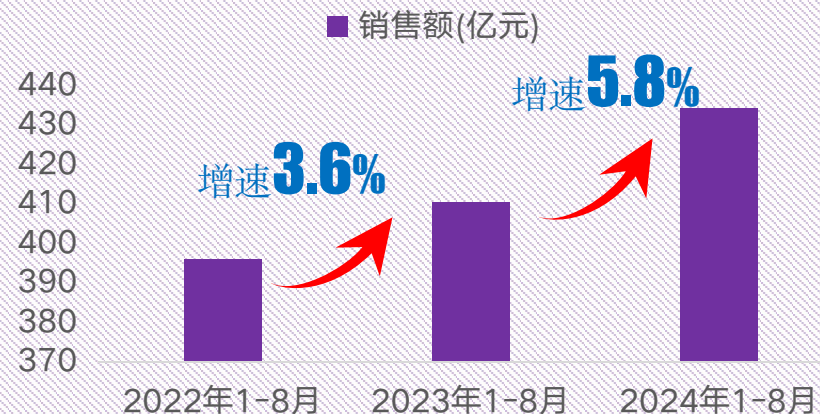
Y23
运动鞋服
线上销售占比

38%

近一年三大电商平台运动鞋销售额分布

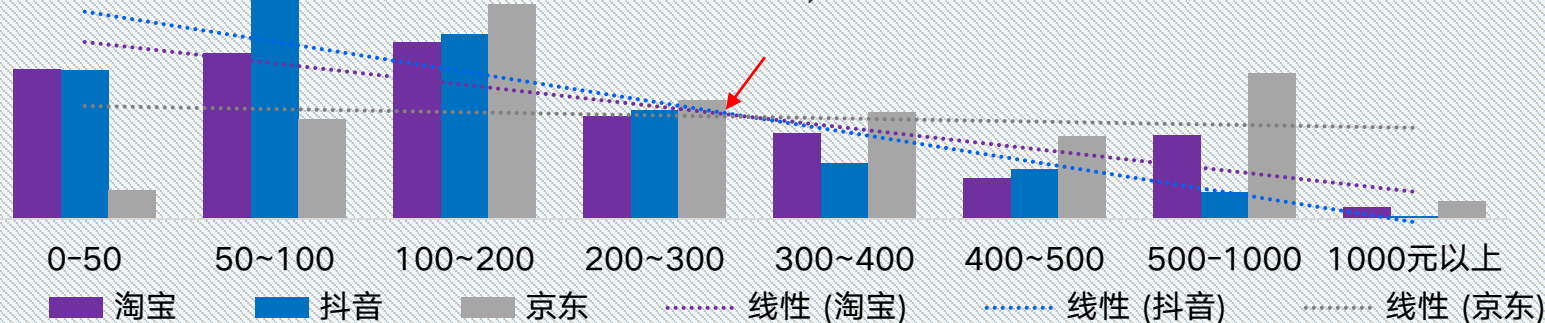


2022-2024年运动鞋淘系销售额及同比变化



2024年8月三大平台不同价格运动鞋销量分布

淘宝、抖音运动鞋销量集中在50-300元, 京东500-1000元运动鞋销量占比高

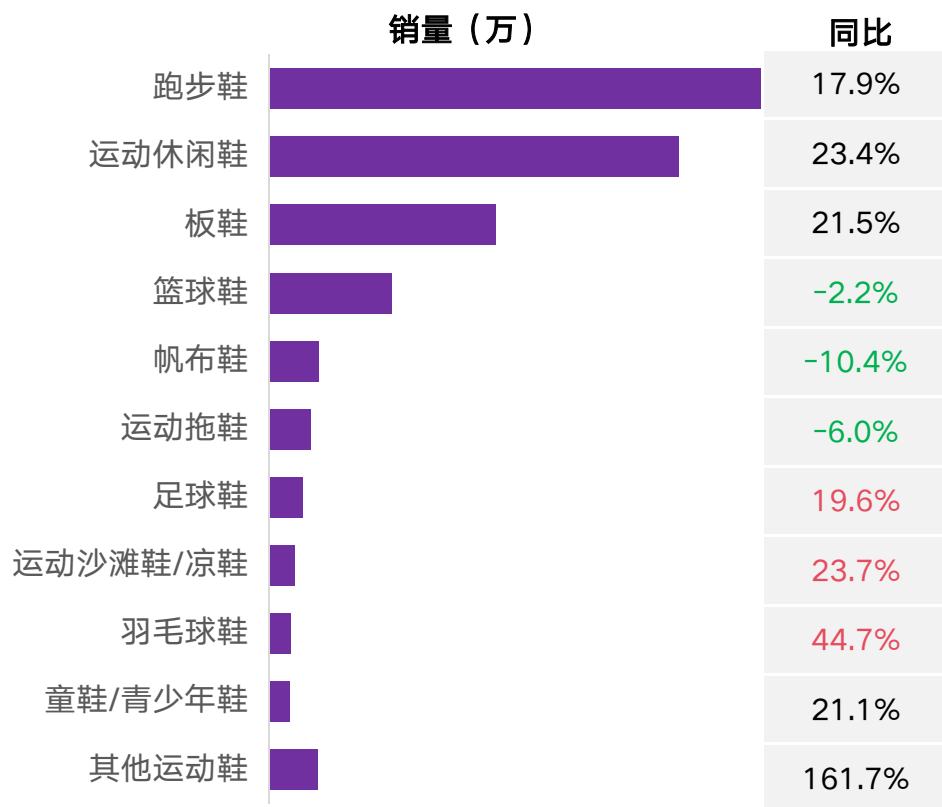


运动休闲、跑步鞋市场是必争之地，羽毛球鞋等细分市场潜力大

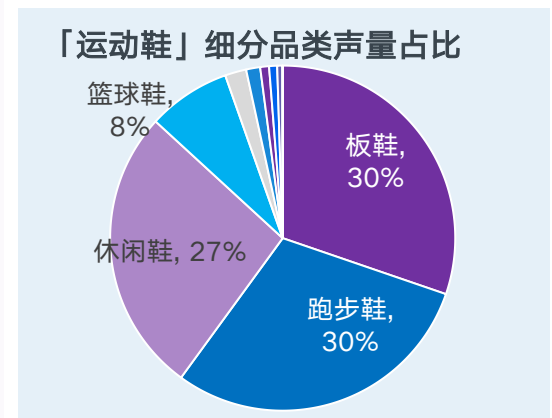
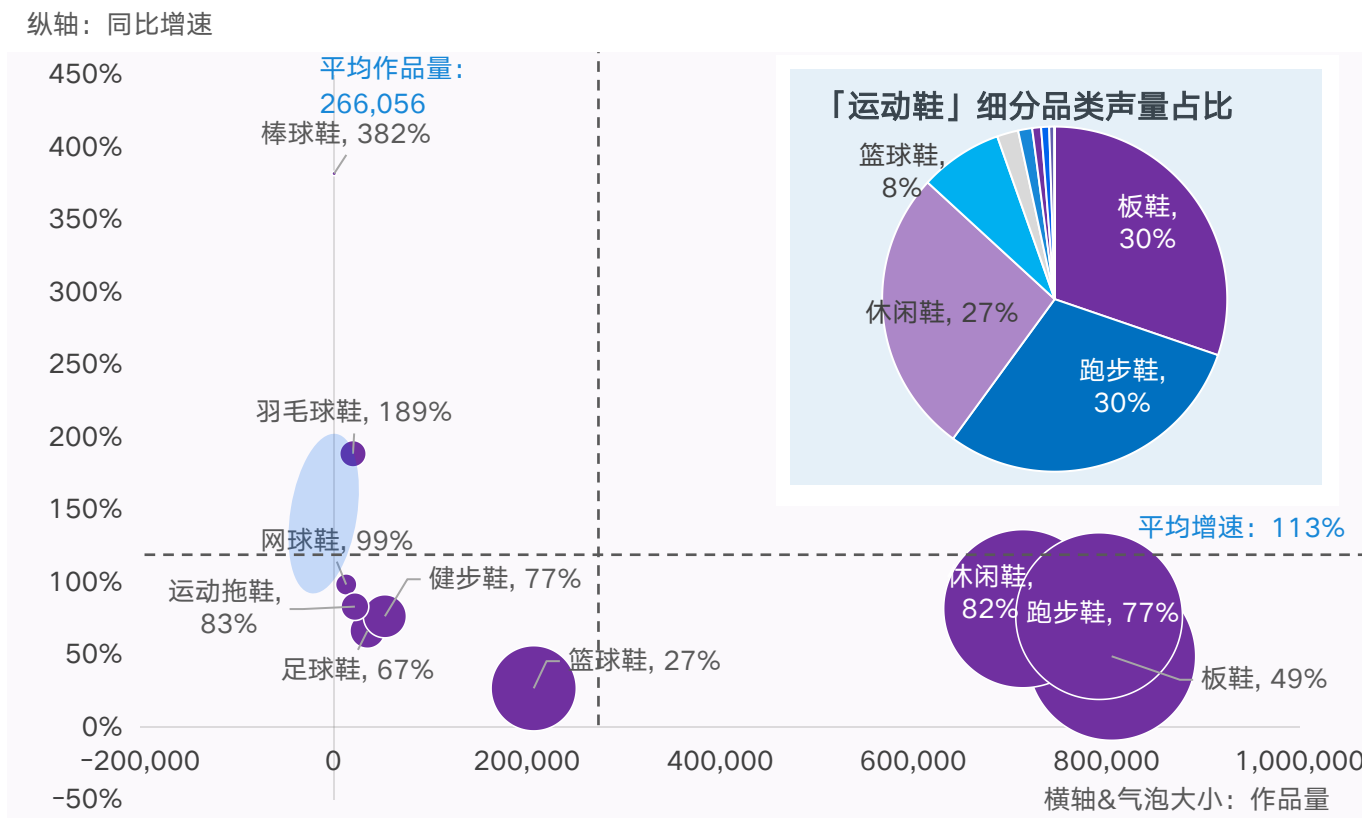


- 日常化单品跑鞋、板鞋、休闲鞋，销量和认知高居第一梯队；
- 运动竞技鞋类增速快。随着羽毛球运动、网球运动及棒球运动等的发展，相关运动鞋品类增速领先，为潜力品类；
- 篮球鞋销量和声量规模仅次于三大热门品类，但是增速较缓。

2024年1-8月「运动鞋」细分品类销量及同比增长



「运动鞋」细分品类声量规模及同比增长



时尚运动品牌占据运动鞋主流市场，老爹鞋训练鞋健步鞋增长快

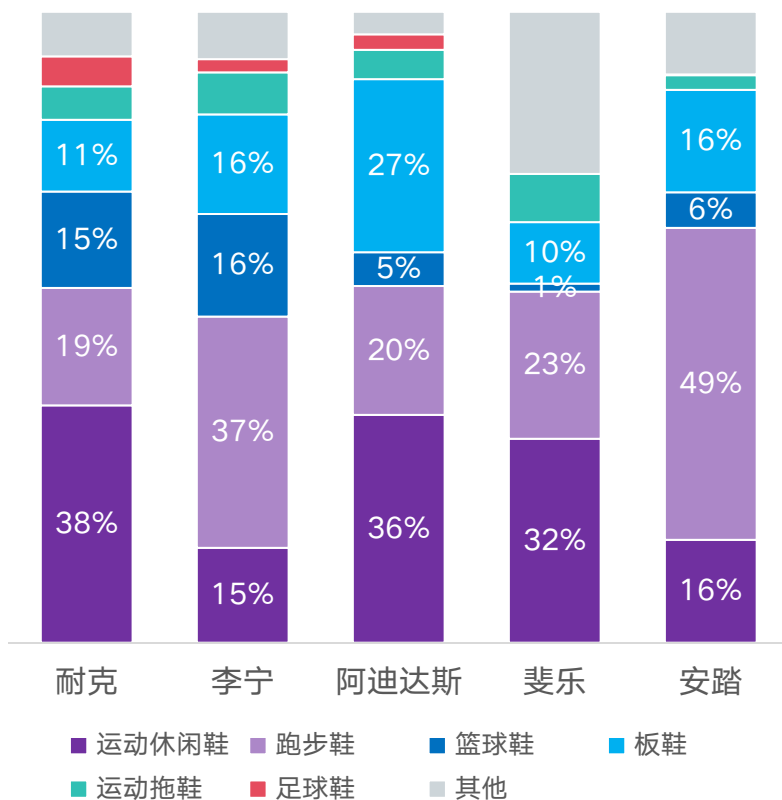


- 耐克和安踏的健步鞋、李宁和安踏的其他品类运动鞋、阿迪达斯的综合训练鞋、斐乐的老爹鞋、安踏的羽毛球鞋增速快。

近3个月运动鞋销售额TOP5品牌



近3个月典型运动鞋品牌各类目占比



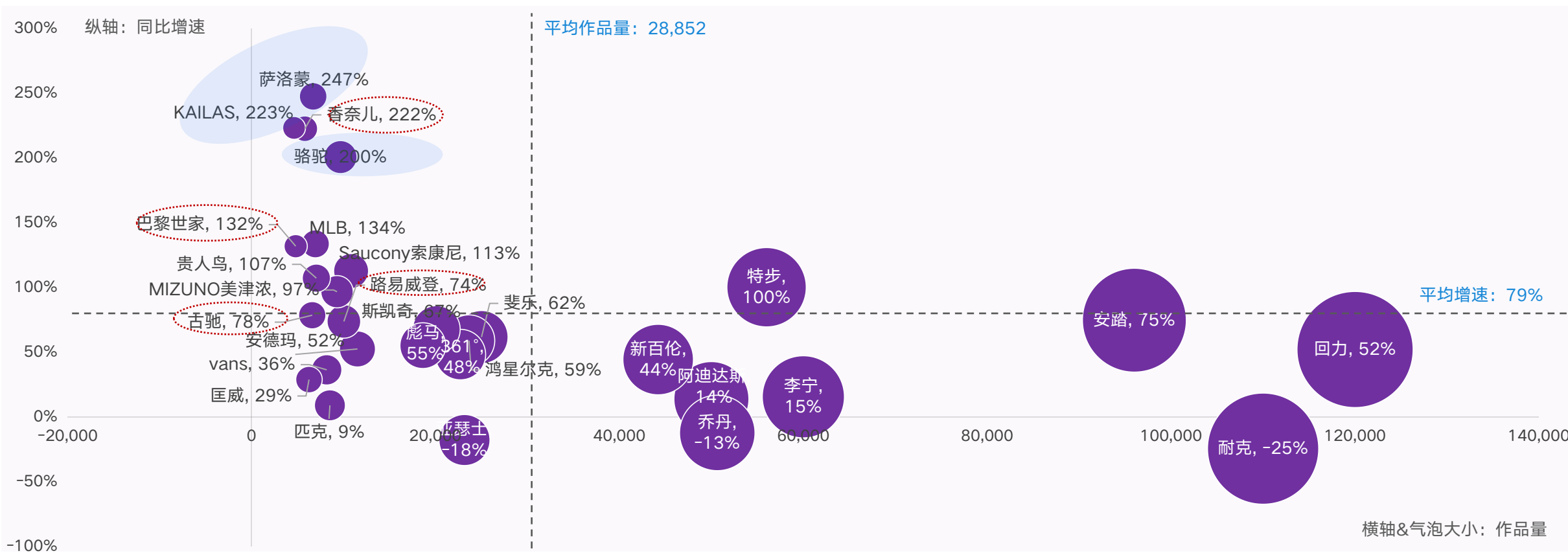
近3个月典型运动鞋品牌各类目同比增速

子品类	耐克	李宁	阿迪达斯	斐乐	安踏
运动休闲鞋	-25%	6%	27%	56%	12%
跑步鞋	-26%	-1%	8%	28%	11%
篮球鞋	1%	-35%	78%	21%	-27%
板鞋	-3%	12%	245%	99%	21%
运动拖鞋	-3%	30%	-34%	50%	26%
足球鞋	52%	42%	35%	0%	-38%
网球鞋	85%	1%	-63%	322%	61%
综合训练鞋	-14%	-2%	949%	-30%	148%
童鞋/青少年鞋	10%	-1%	-9%	44%	1065%
运动沙滩鞋/凉鞋	-15%	38%	26%	50%	66%
其它运动鞋	365%	558%	-47%	-60%	1571%
老爹鞋	1383%	-8%	46%	1186%	281%
棒球鞋	99%	新增	-75%	0%	0%
帆布鞋	-85%	-73%	-49%	14%	-85%
健步鞋	4100%	-82%	0%	0%	1160%
排球鞋	-28%	-34%	71%	0%	0%
羽毛球鞋	新增	45%	-10%	0%	1745%
乒乓球鞋	0%	91%	120%	0%	0%
德训鞋	0%	-86%	255%	0%	-15%

户外品牌、奢侈品牌在运动鞋布局潜力上升

- 在时尚运动品牌中，国货品牌声量规模大，引领运动鞋市场，回力、安踏、特步等国产品牌声量领先并持续增长；
- 户外运动风起，带动户外运动鞋品牌强势增长，萨洛蒙、KAILAS及骆驼展现强大市场潜力；
- 奢侈品牌发展运动鞋品类，运动鞋时尚基因唤醒，成为时尚单品。

「运动鞋」品牌声量规模及同比增长

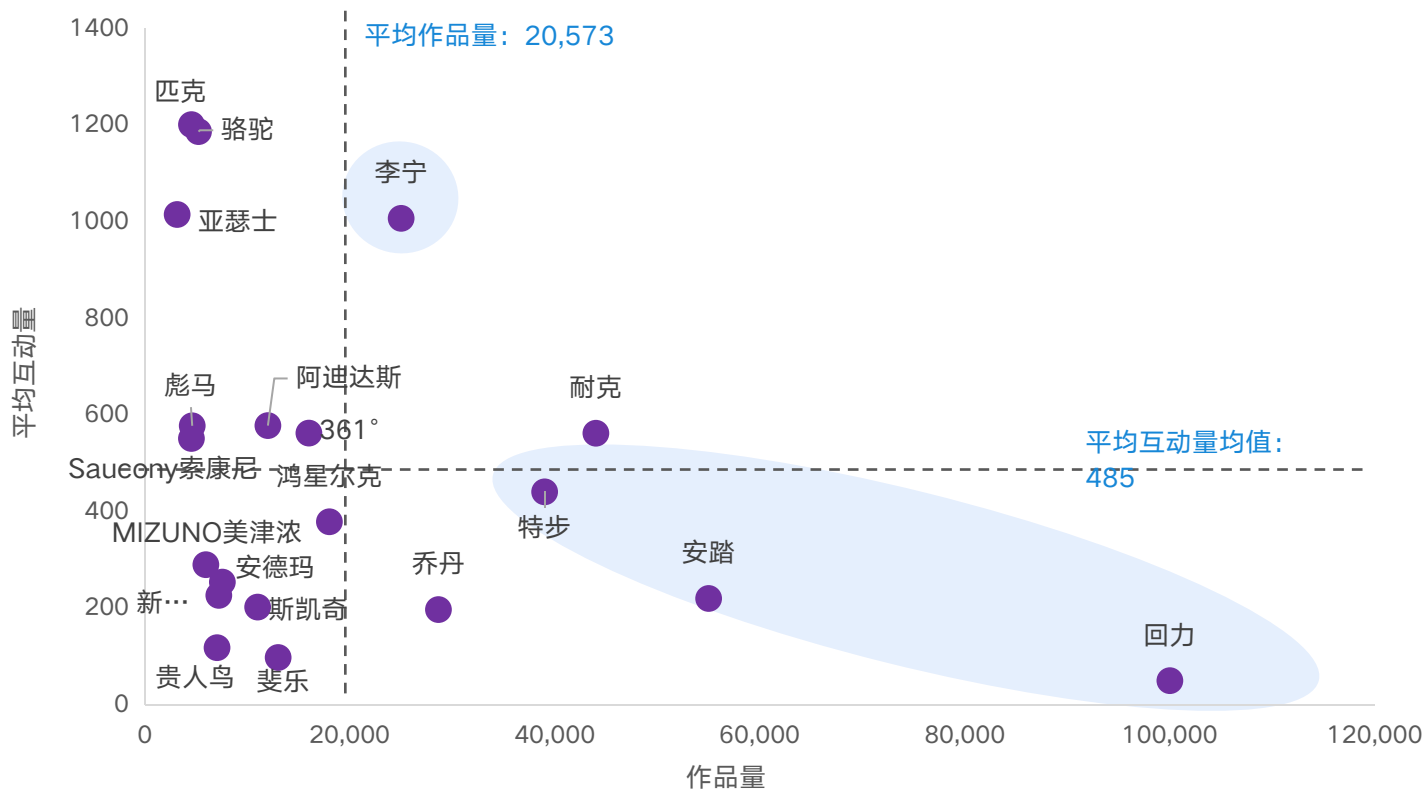


抖音国产运动鞋表现突出，回力声量遥遥领先，匹克为潜力黑马



- 回力、安踏及特步作为国产运动鞋代表品牌，在抖音平台声量遥遥领先；
- 耐克、李宁互动能力突出，是抖音平台明星运动鞋品牌；
- 匹克、骆驼平均互动领先，是抖音国产运动鞋种草黑马。

Y24抖音「运动鞋」品牌社媒热度



抖音「运动鞋」高互动单品

标题: 花200个小时去美国追龙卷风, 我们拍到了.....#耐克蓝图系列 #WinOnAir

@亿点点不一样

互动量: 428.4w

提及品牌: 耐克

提及产品: 耐克蓝图系列Pegasus41

标题: 车轮战大战学员#zooparty#李宁 #利刃4V2

@柯冉

互动量: 38.7w

提及品牌: 李宁

提及产品: 李宁利刃4V2

标题: 记住, 摆烂太久天赋可能会被收回#吴磊同款#焦安静同款#匹克24小时跑鞋

@四喜丸子

互动量: 14.4w

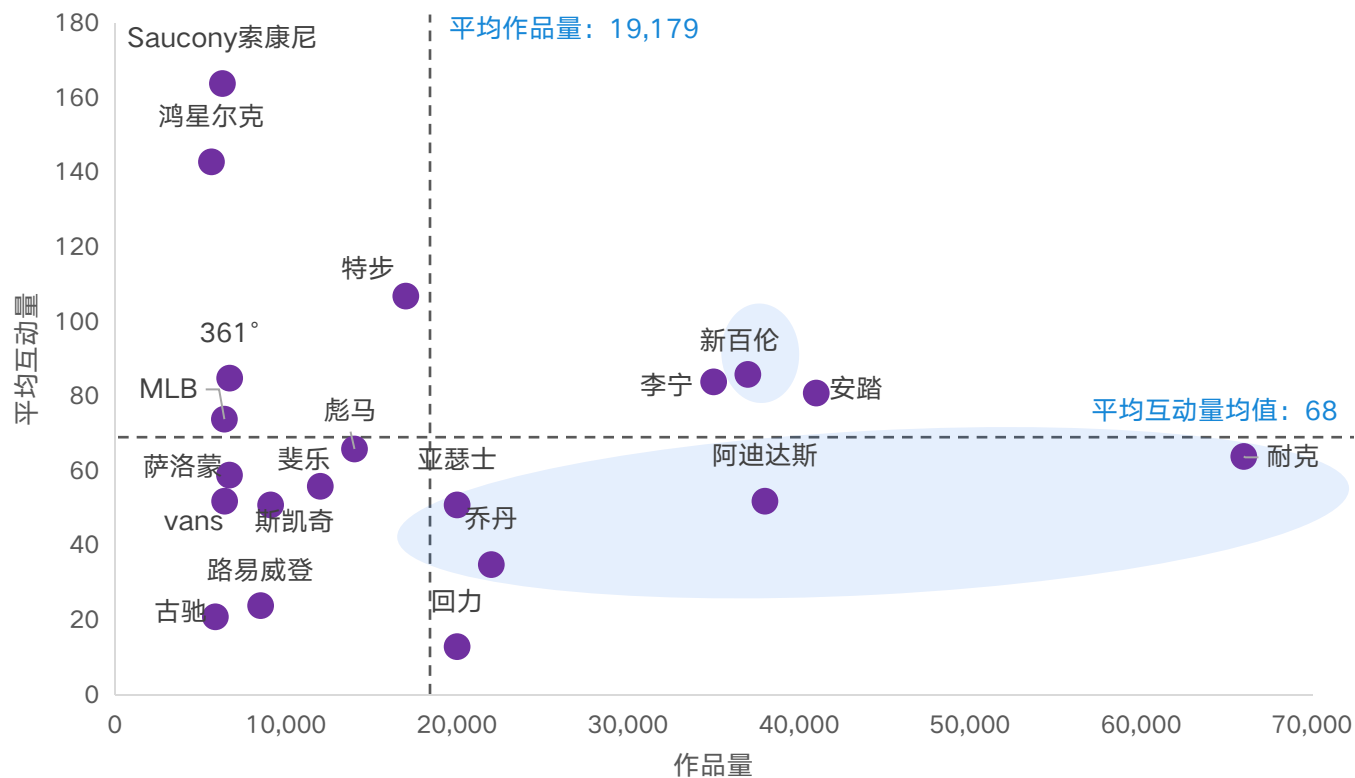
提及品牌: 匹克

提及产品: 匹克24小时跑鞋

小红书平台更偏好国际运动鞋品牌，运动鞋融入日常穿搭

- 国际品牌在小红书平台声量表现更为突出，耐克声量引领运动鞋行业，索康尼平均互动突出；
- 运动鞋融入日常穿搭，运动鞋百搭日常、穿搭合集是主要内容。

小红书「运动鞋」品牌社媒热度



小红书「运动鞋」高互动单品



标题: 今日“美食”~NB725上菜
~#newbalance#nb725#鞋狗的日
常#鞋子分享

@寇克船长
互动量: 1.2w
提及品牌: 新百伦
提及产品: 新百伦NB725



标题: 体测跑步必看 3个动作测试你
会不会用腕!

@爱跑步的李老师
互动量: 6.1w
提及品牌: 耐克
提及产品: 耐克电掣系列马拉松跑鞋



标题: ins百搭球鞋合集|利用率超高,
百搭不出错

@Bling贝玲
互动量: 3.0w
提及品牌: 亚瑟士
提及产品: Asics Jog 100 S



运动鞋穿搭潮流趋势



风格与穿搭趋势：风格不断裂变、细分，并重新组合

运动鞋

运动+复古风

球衣

短裙

T恤、牛仔裤、短裙，将运动单品与日常单品混搭，打造运动复古风



运动+少女风

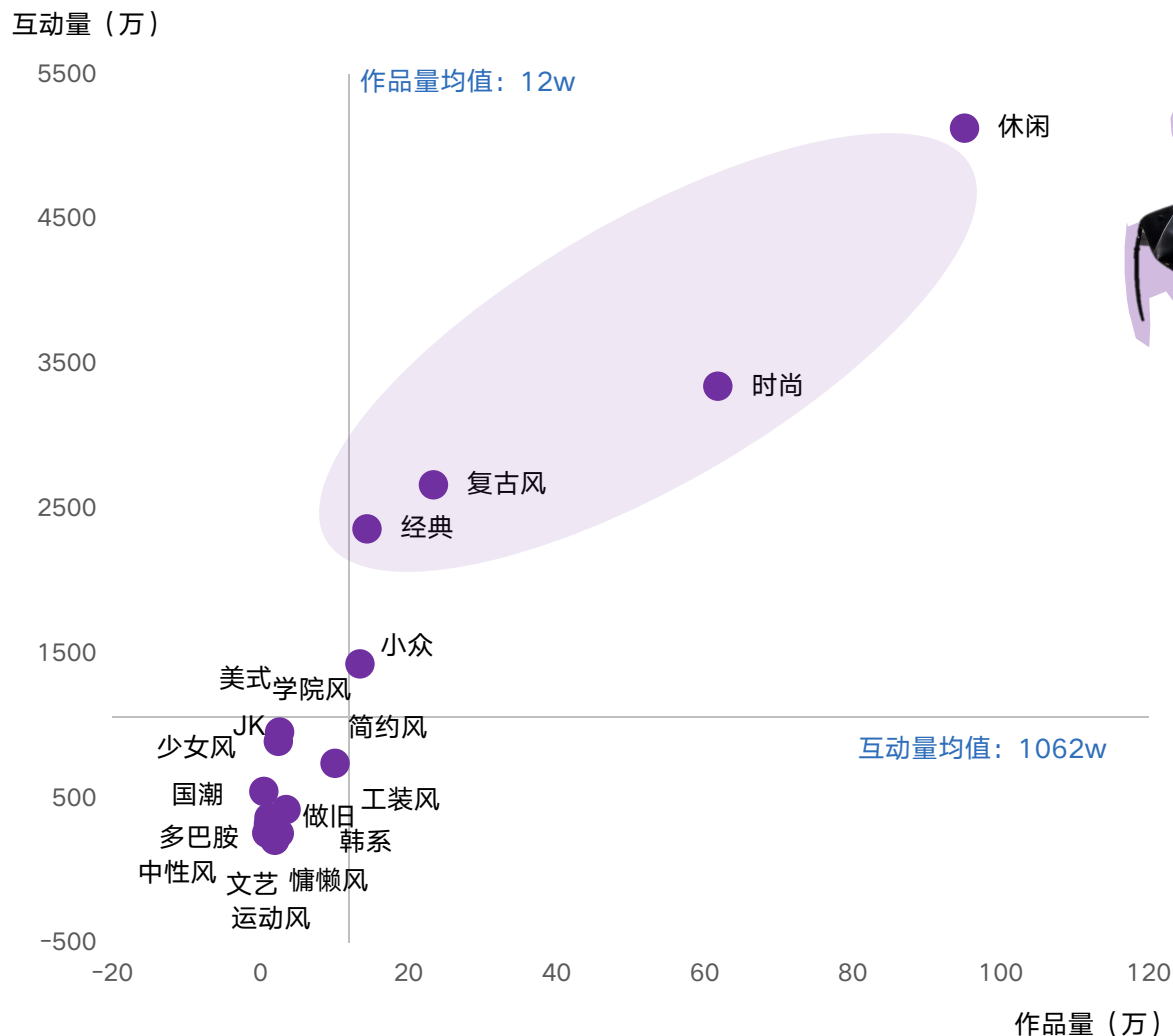
运动鞋

球衣

蕾丝裙

硬朗的运动球衣与甜美的蕾丝、丝带等元素相融合，散发着别样的青春活力

「运动鞋 X 风格穿搭」社媒热度分布



运动+职场风

运动鞋

西装

长裙



以职场风为基础，糅合运动元素，在沉稳干练的基础上又兼顾了舒适得体

休闲松弛感穿搭

礼服/婚纱+运动鞋



运动鞋和裙袍太配啦! 杨幂礼服推运动鞋

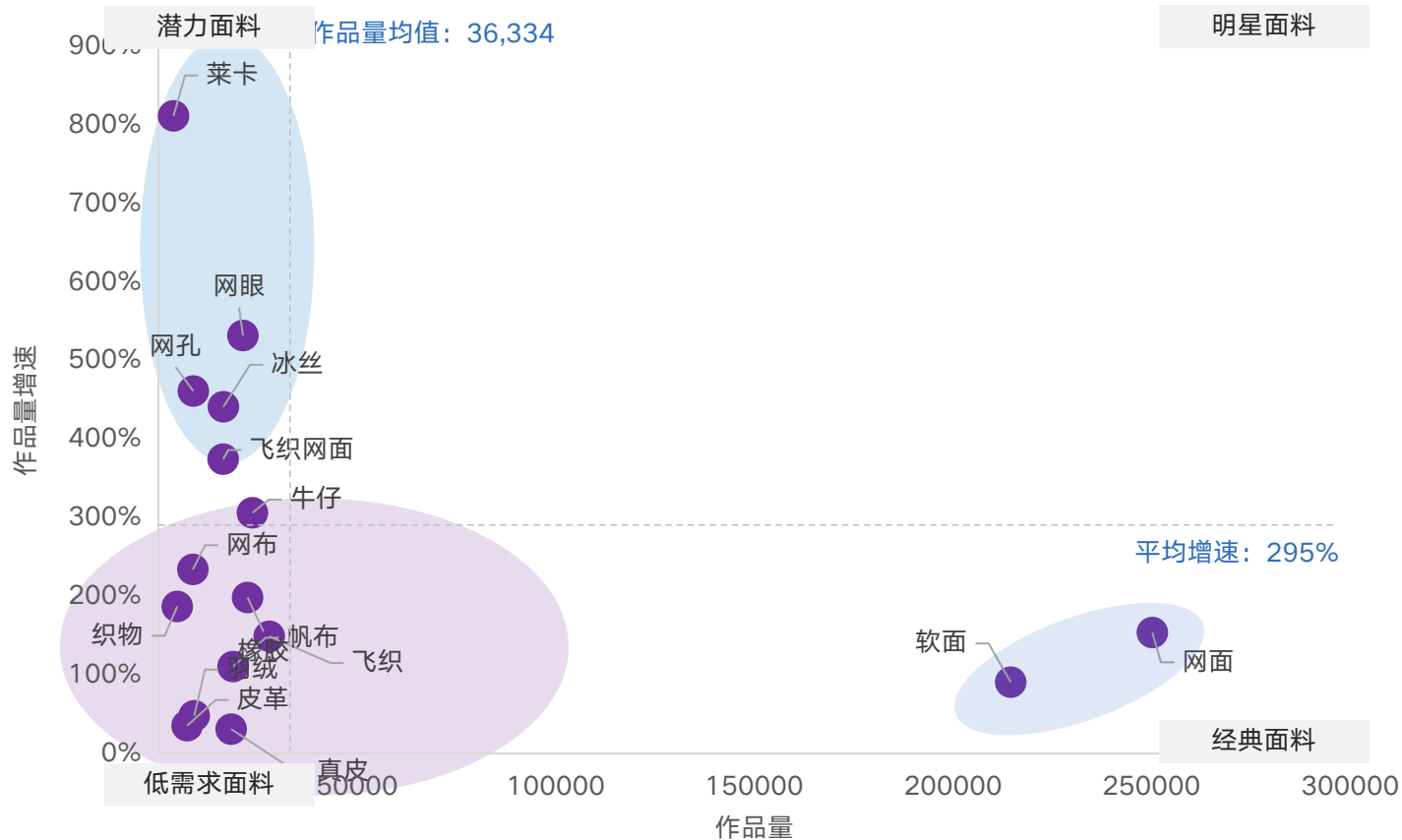
新中式/禅意风+运动鞋



面料趋势：透气舒适的网面、软面仍是经典，莱卡、冰丝潜力较大

- 运动鞋注重透气和舒适度，网面、柔软面料材质占主导，Y24莱卡、冰丝、飞织等面料崛起，进一步提升运动鞋的实用性能。

「运动鞋 X 面料」相关社媒热度分布



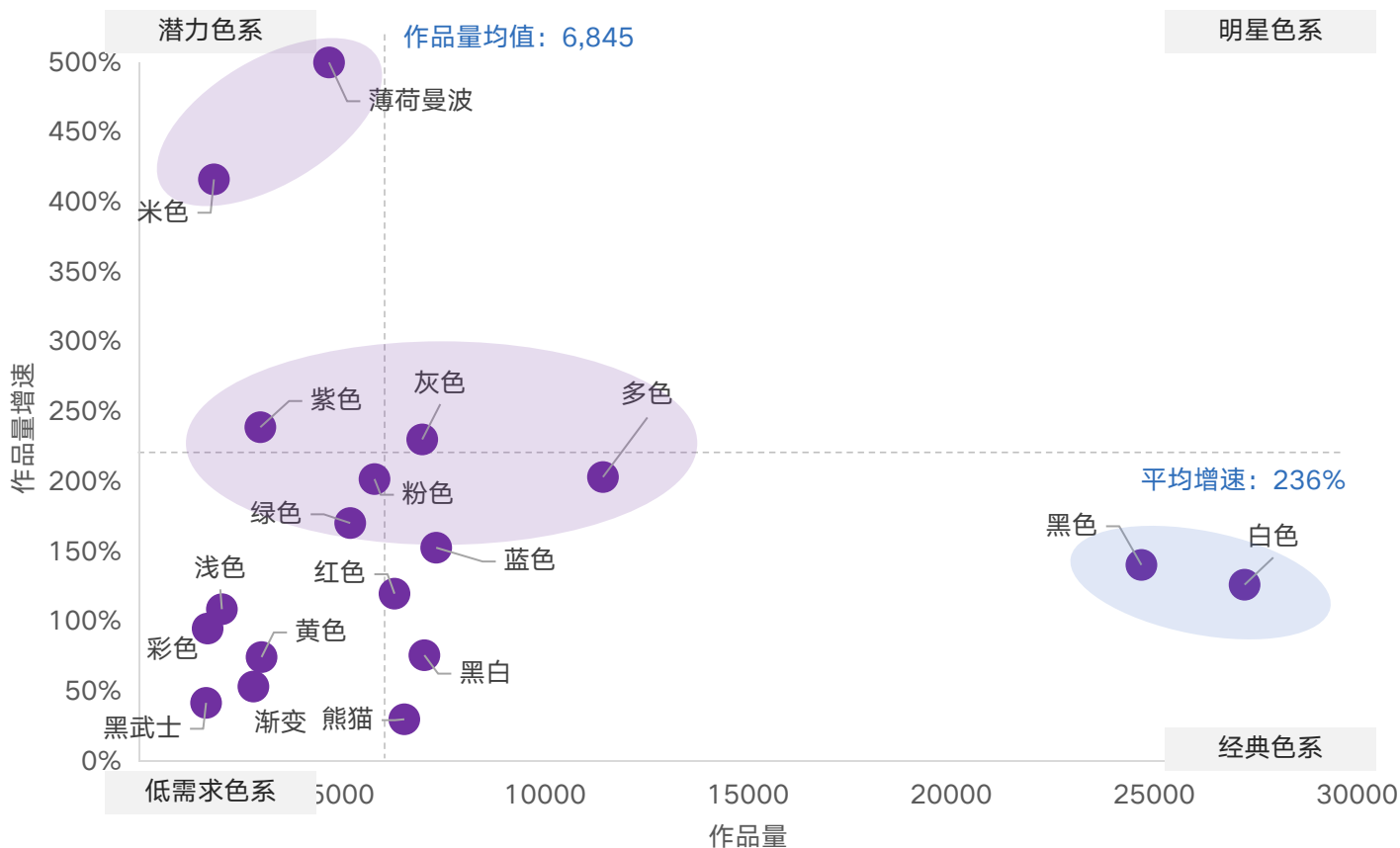
Y24「运动鞋面料」趋势



色系趋势：黑白经典主流，轻量感缤纷彩色系席卷运动鞋赛道

- 黑、白经典色仍占主导；运动鞋作为不可或缺的穿搭单品，顺应时尚潮流趋势，品牌携薄荷曼波色产品层层出圈。

「运动鞋 X 色彩」相关社媒热度分布



薄荷曼波色系代表产品



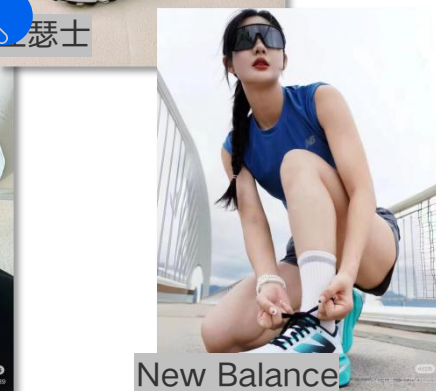
#春天就要薄荷曼波 🔍

互动量: 6w



#薄荷曼波穿搭 🔍

互动量: 8.2w



元素趋势：鞋带/舌创新空间持续高升，凸显个性特色的重要细节



- 品牌及消费者对于鞋带的关注同比去年增加了179%，鞋带成为彰显运动鞋时髦感及个人特色重要细节，材质、颜色组合或者直接取消鞋带是鞋带创作的主要趋势；在鞋舌上的发挥主要通过增加鞋舌的长度以丰富鞋舌的表现力并将痛点转化成设计灵感。

「缎面鞋带」

芭蕾风、公主风席卷时尚界，运动鞋也通过鞋带响应这一风潮，缎面鞋带就是这一风格的代表。



「双鞋带」

鞋带作为运动鞋表达个性的新形势，消费者纷纷利用双色鞋带来展现自己的风格与潮流风范，完成专属个人特色。



「无鞋带」

无鞋带设计让整个鞋面看起来更简洁，同时满足“一脚蹬”爱好者及不喜欢包裹性太强消费者需求。



「运动鞋 X 元素」趋势

鞋带



鞋舌



「翻转鞋舌」



鞋舌加长式设计，丰富了运动鞋穿法，为消费者提供了立鞋舌或者翻转鞋舌的选择，同时也让整个鞋面质感更加丰满，增强了视觉冲击感。

「歪鞋舌」

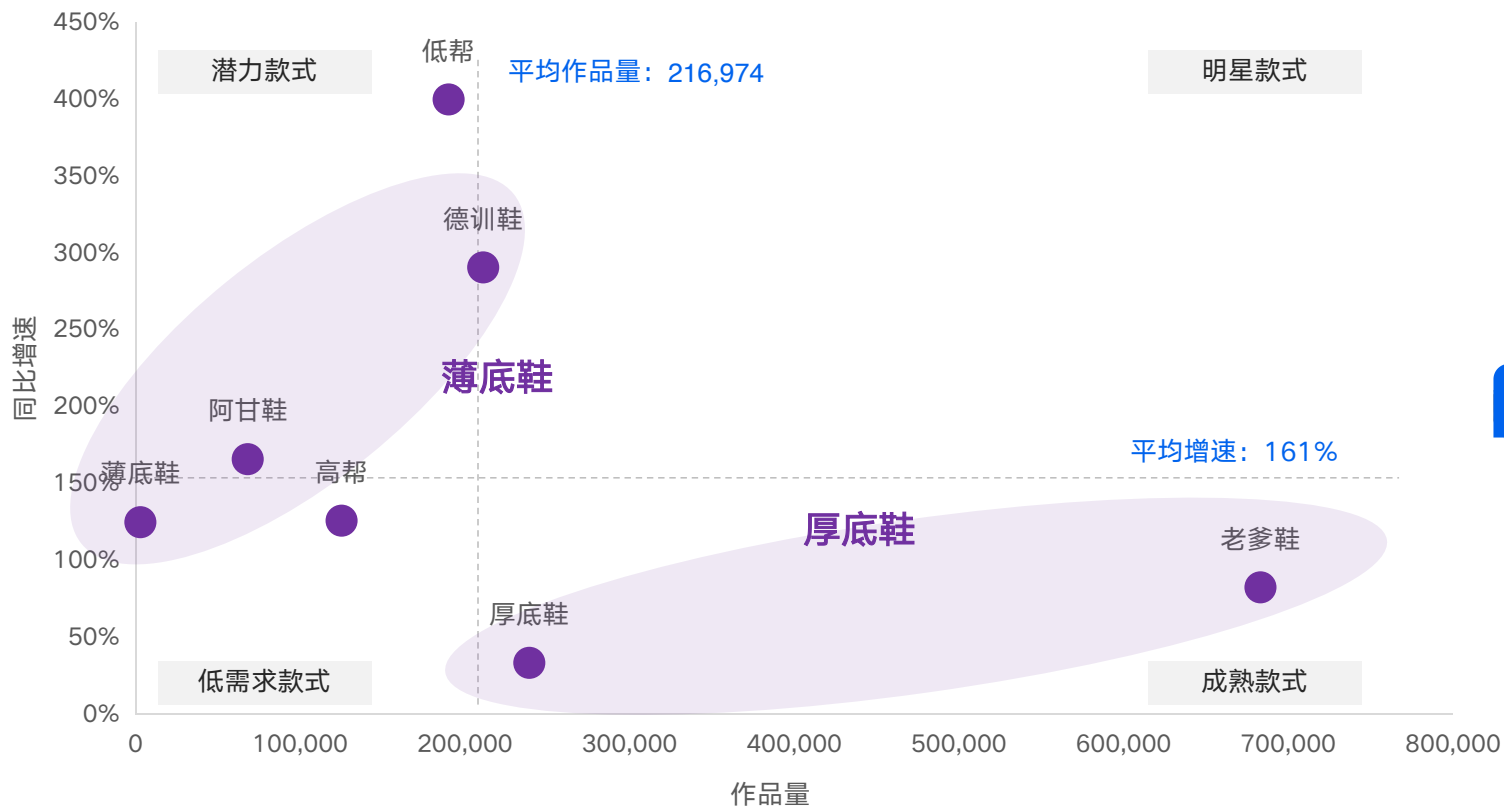


活动过程中运动鞋鞋舌经常跑偏成为许多消费者穿运动鞋的痛点，品牌“将错就错”推出了歪鞋舌设计，不仅直接解决了鞋舌跑偏的苦恼同时也增加了鞋面的设计感。

鞋型趋势：厚底鞋持续创新热度不减，薄底鞋回潮

- 厚底鞋风潮愈演愈烈，老爹鞋作为代表鞋型持续在鞋底、鞋头做出新变化，引领时尚潮流；
- 薄底鞋席卷潮流圈，鞋底薄到next level，小众运动成灵感库，色彩选择更加丰富多元。

「运动鞋 X 鞋型」社媒热度分布



老爹鞋趋势



轮胎底



涡轮底



超大鞋头

德训鞋趋势



1.越来越薄的鞋底

2.植入赛车、拳击等小众运动灵感



3.色系丰富多元



Part2

运动鞋行业细分品类赛道洞察



01

Nike Pegasus 41

跑步鞋



02

篮球鞋



kawasaki®

03

羽毛球鞋

跑步装备要求提升，跑鞋近一年声量同比增长84%，跑鞋声量主要在春夏季节爆发



- 同比去年，跑鞋同比增长84%，用户对于跑步兴趣提升带动跑鞋需求；
- 春季跑鞋声量开始回温，24年在4月份声量爆发，夏季跑鞋声量有所回落。

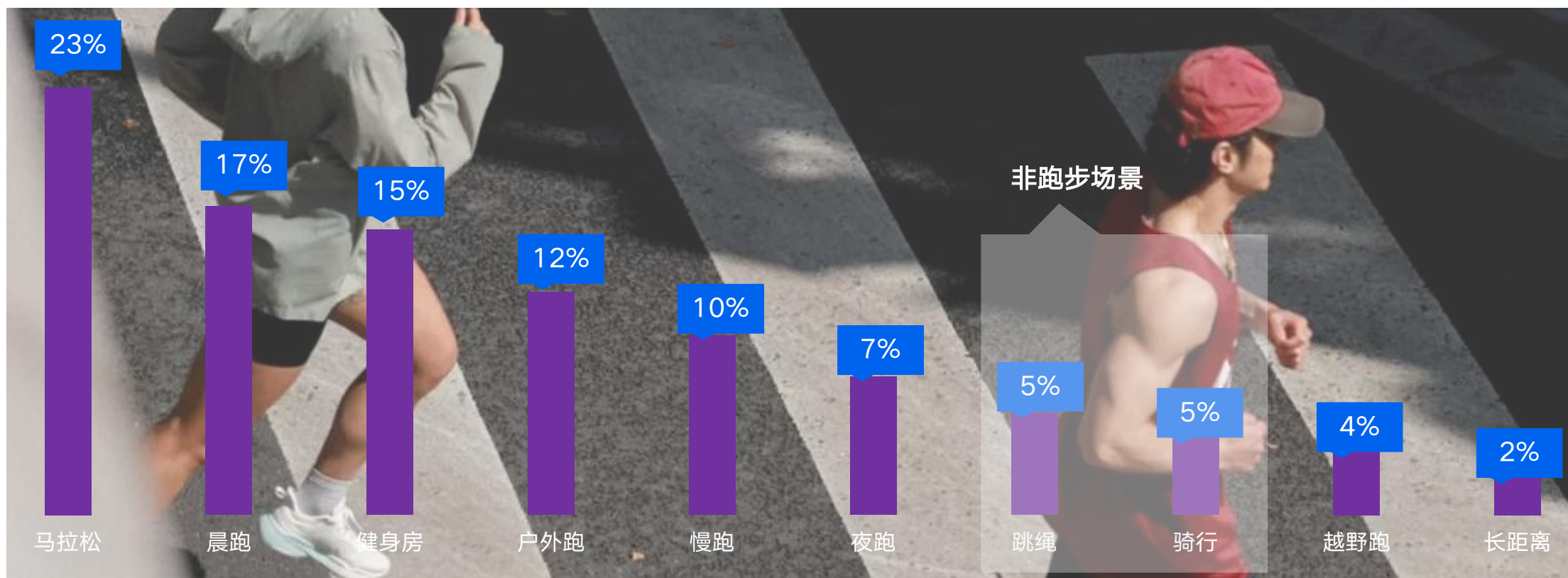
「跑步鞋」相关内容社媒讨论热度趋势



马拉松场景对于跑步鞋的需求程度最高，其次为晨跑、健身房等日常运动场景，跑步鞋功能渗透进跳绳、骑行等非跑步场景

- 马拉松、越野跑等专业跑步场景对于跑鞋的需求程度高，马拉松场景对于跑鞋的关注达到23%；
- 日常跑步场景如晨/夜跑、慢跑等对于跑步装备需求日益增长，跑步鞋也被应用与跳绳、骑行等非跑步场景。

「跑步鞋」主要使用场景



功能性与百搭是跑鞋的主要关注点，透气性及缓震是功能痛点；跑鞋的穿搭属性提升，面料、配色塑造时尚基因

- 透气、缓震是最被需求的功能特点，品牌也在功能性上植入科技，打造高科技跑鞋；
- 外观好看，百搭是时尚穿搭人群的重点诉求，面料、配色为穿搭增加亮点。

「跑步鞋」主要关注点

高科技天花板 安踏PG7

采用了新科技PG7中低科技，给人跑步过程中带来很明显的缓震效果；ai外底设计及海纳鞋楦，设计都比较符合人体工学，特别是加上sorona纤维鞋面，整体上脚很舒服。



碳板

科技
8%

高科技

缓震

功能性
44%

透气



透气代表产品
Nike Pegasus 41 PQ

鞋面采用工程网眼设计，有助减轻鞋身重量，带来出众透气性。

防滑

耐磨

轻盈

跑步鞋

外观/百搭
26%

百搭



百搭代表产品
ASICS Kahana V4

ASICS复古跑鞋，鞋型及颜色复古百搭，轻松打造复古风格。

面料

配色

舒适

舒适性
22%

脚感

...

舒适代表产品 骆驼慢跑鞋追光

脚踝处包裹性也不错鞋底足弓部支撑力很强。



健康养生人群、跑步爱好者、专业跑者及时尚人群是跑鞋主要需求人群

「跑步鞋」主要需求人群

轻松健体人群

【人群侧写】

男女比例差异小
30-50岁
城市相对均衡

【跑鞋需求】

为了自身健康而投入运动，运动强度适中，对于跑鞋有需求，对舒适性要求高，对于跑鞋的价格、科技性、外观关注程度角度，跑鞋换新频率较低。

跑步爱好者人群

【人群侧写】

男
30-40岁
三线及以下

【跑鞋需求】

热爱跑步运动，跑步的强度及频率高，对于跑步鞋的舒适性、功能性及科技都有高要求。对于跑步鞋品牌的忠诚度高，换新频率高。

寻乐运动人群

【人群侧写】

女
25-33岁
一线、新一线

【跑鞋需求】

意识到自身的亚健康状态而投身运动，选择跑步是因为对于场地及技术的要求低。开始运动前认真挑选跑步鞋，对于跑步鞋的品牌、外观更为关注。

专业跑步人群

【人群侧写】

女
30岁以下
一线、新一线

【跑鞋需求】

对于跑鞋的专业性及科技性要求高，跑鞋的换新频率高，根据不同的跑步场景选择不同特性的跑鞋。

时尚生活人群

【人群侧写】

女
18-25岁
一线、新一线

【跑鞋需求】

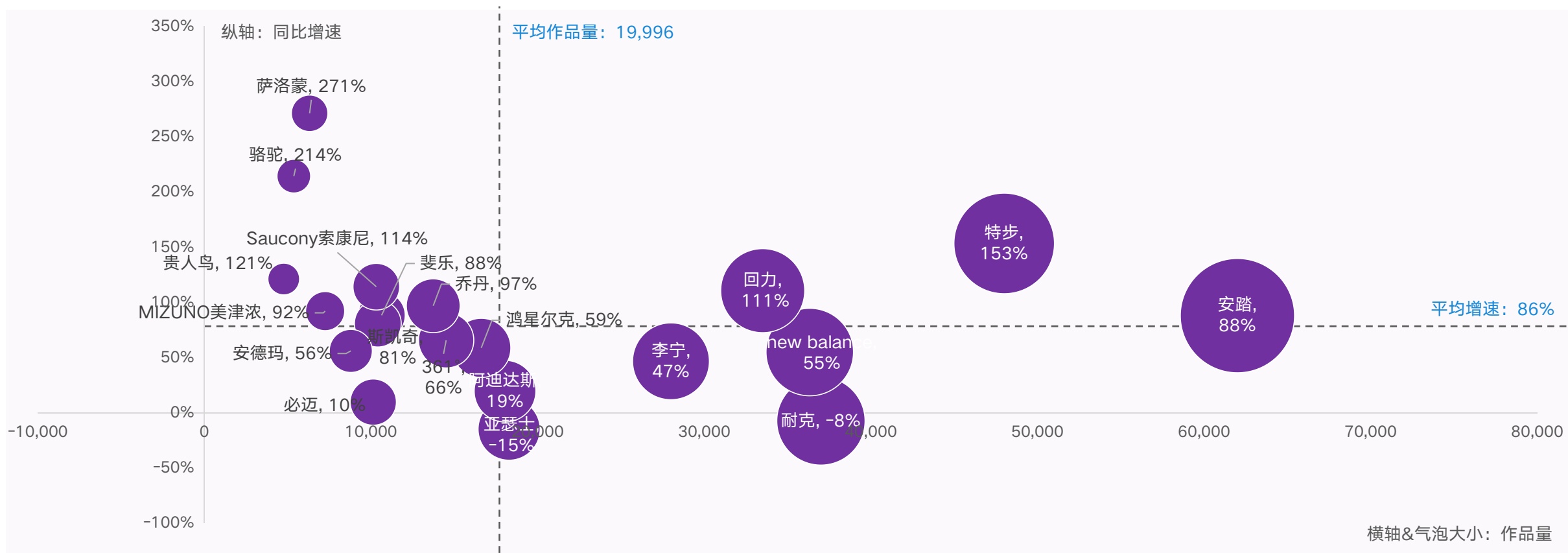
购买跑鞋主要是针对外观特性，将跑鞋融入日常穿搭中，打造运动风穿搭。跑鞋的配色、面料、设计极大影响跑鞋选购决策。

安踏社媒认知度高，市场潜力持续攀升，户外运动品牌开始发力



- 跑鞋品牌除亚瑟士、耐克之外，声量均实现正向增长，安踏、特步声量表现突出，领先跑鞋市场；
- 国货品牌优势明显，安踏、特步、回力及李宁声量规模及增速均领先行业水平；
- 户外运动品牌发力跑鞋赛道，萨罗蒙、骆驼声量增速快，市场潜力持续增大。

「跑步鞋」TOP20品牌声量规模及同比增长



抖音：跑鞋种草内容以跑鞋展示/跑鞋测评/跑鞋推荐类内容为主，功能性展示与讲解是种草内容的重点

抖音-「跑步鞋」种草内容偏好

跑鞋实地展示



跑鞋上身展示



跑鞋测评



跑鞋推荐



小红书：跑鞋种草内容以运动教学/穿搭分享/好物推荐及干货讲解类内容为主，功能性与外观是主要种草因素



小红书-「跑步鞋」种草内容偏好

健身教学

穿搭分享

好物推荐

干货讲解



跑鞋产品向更多元色系、更创新的工艺及更创造性的元素发展，提供良好的舒适性及个性外观是目标方向

「跑步鞋」产品趋势

趋势一：

多元色系解法

跑鞋有更加多元的色彩选择，除基础款及已有的荧光色系之外，跑鞋的颜色开发走向更广阔的领域

Newbalance 610t 粉绿



HOKA Mafate Speed2 果汁色



趋势二：

科技跑鞋

科技跑鞋成为大势所趋，更加注重减震及轻量化，品牌探索新的材料及制作工艺以及智能化的应用。

Adidas 轻机甲鞋



趋势三：

创造性元素

品牌在鞋底、鞋面及系带方式上玩出新花样，镂空橡胶鞋底成为新趋势，独特的系带方式提供更好的包裹性，鞋面装饰上更具有科技元素。

李宁绝影-中空鞋底



Aries x PUMA Mostro -弹力抽绳系带






篮球鞋声量同比增长55%，夏秋季节是声量高峰，24年篮球鞋声量爆发前置，春夏季节创造23年以来声量高点

- 同比去年，篮球鞋声量增长55%，互动量有所降低；
- 今年4、5月篮球鞋声量达到23年来声量高点，篮球鞋需求前置。

「篮球鞋」相关内容社媒讨论热度趋势

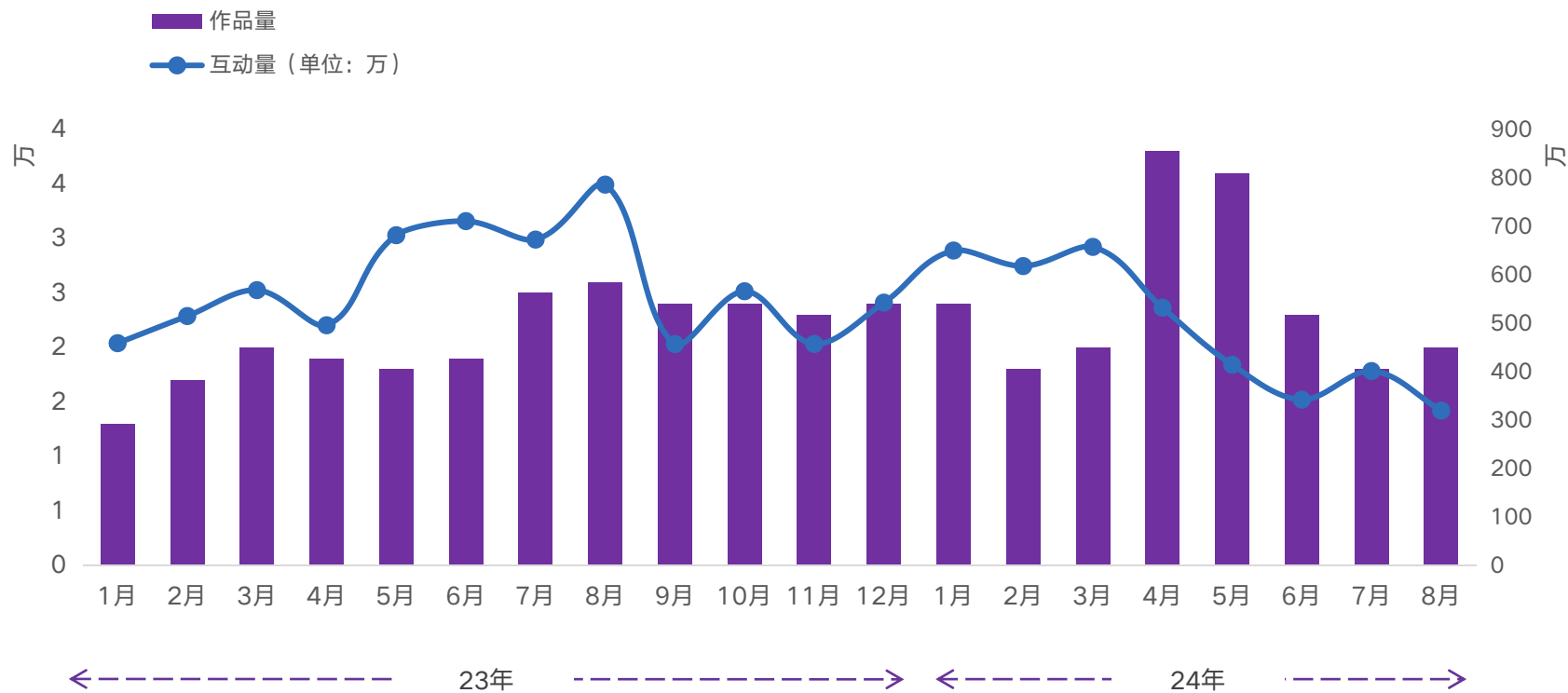


30.6w
近一年「篮球鞋」相关作品量

+55%
近一年「篮球鞋」相关作品量
同比

7,078w
近一年「篮球鞋」相关互动量

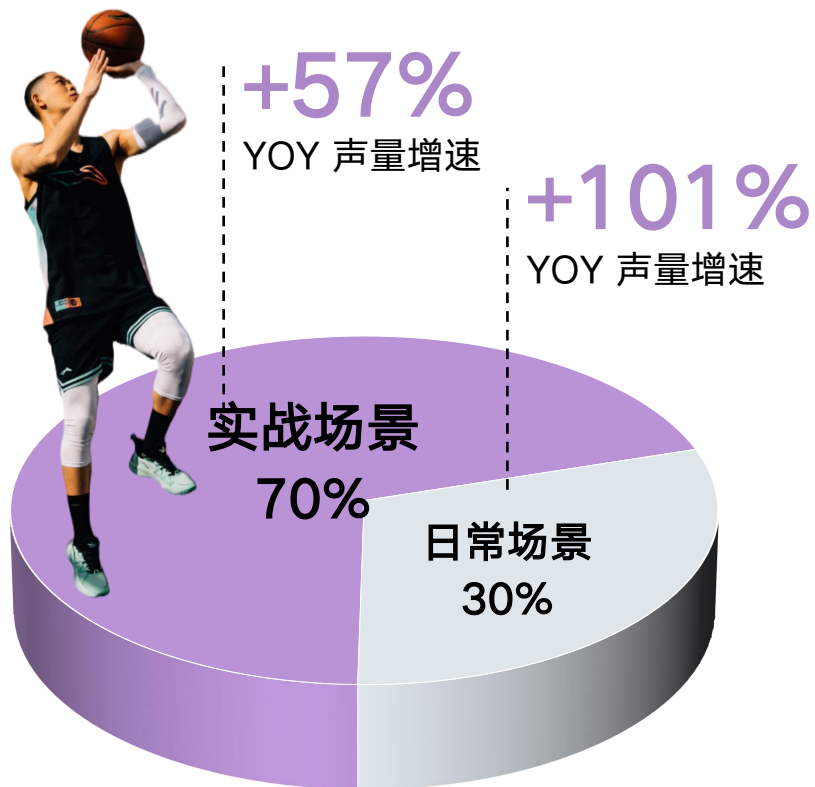
-15%
近一年「篮球鞋」相关互动量
同比



实战及日常场景是篮球鞋主要使用场景，日常场景渗透程度加深； 场景需求差异大，实战关注功能，日常关注外观及搭配

- 实战场景是篮球鞋重点使用场景，声量同比去年增长57%；日常场景声量增速快；
- 实战场景对于篮球鞋的关注点主要在功能性上，缓震、耐磨是主要关注；日常场景主要关注产品外观及穿搭适配性。

「篮球鞋」使用场景



实战场景需求关注点TOP10



日常场景需求关注点TOP10



篮球鞋需求人群主要为专业篮球运动员、篮球爱好者及时尚穿搭人群



「跑步鞋」主要需求人群

灌篮高手

【人群侧写】

男
18-28岁
城市相对均衡

【篮球鞋需求】

多为校队、省队的专业篮球人士，对于篮球鞋的材质、性能、功能要求高，篮球鞋的换新频率快。

球场守护人

【人群侧写】

男
20-44岁
三线及以下

【篮球鞋需求】

篮球爱好者，篮球是日常生活的消遣及健康生活的首选，流连于校园、小区的篮球场，是篮球赛事的忠实观众，追求篮球明星同款，对于品牌上新关注度高。

健体追高少年

【人群侧写】

男
10-18岁
城市线级均衡

【篮球鞋需求】

青少年们为了追高、健体及体育成绩积极参与篮球运动。对于篮球鞋，明星效应影响较大，对于品牌上新关注度高。

运动时髦精

【人群侧写】

女
20-30岁
一线、新一线

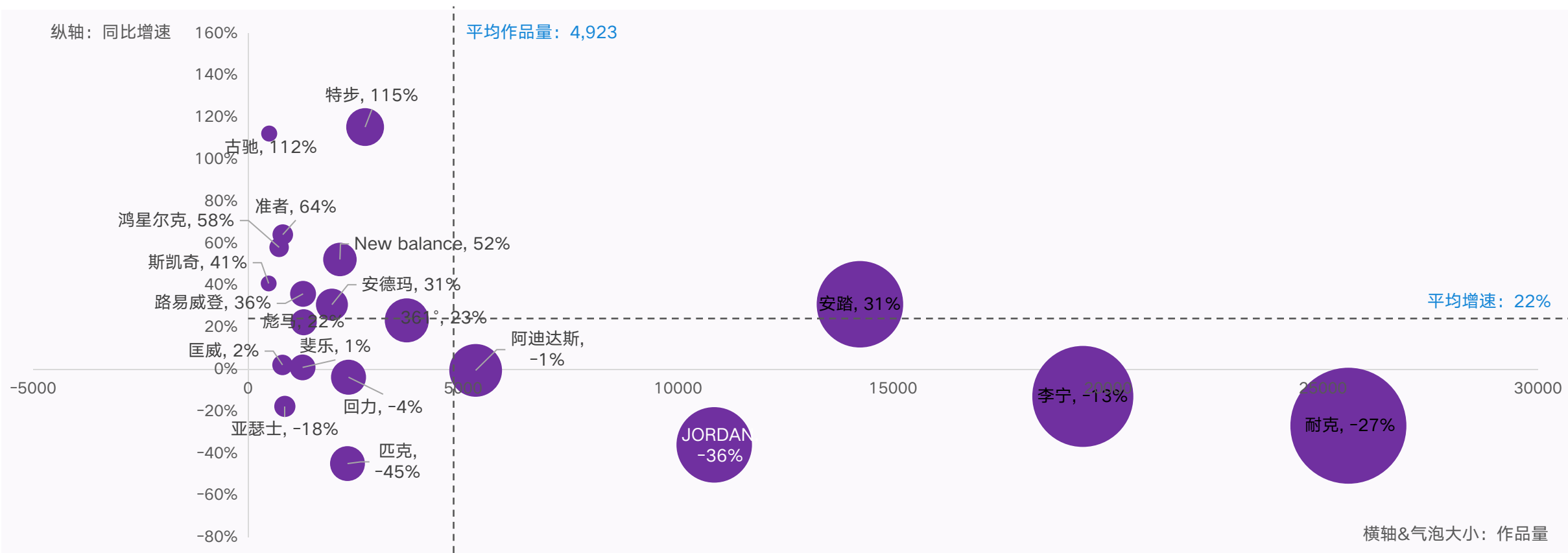
【篮球鞋需求】

穿搭造诣高，轻松将篮球鞋融入日常穿搭，对于篮球鞋的配色、设计及品牌的联名活动关注度高。

耐克引领篮球鞋市场，安踏增速领先头部品牌，品类潜力突出；古驰篮球鞋品类声量呈现高速增长

- 耐克、李宁、安踏、JORDAN是篮球鞋市场头部品牌，安踏是头部品牌中唯一声量正向增长的品牌；
- 特步声量增速最快，市场潜力突出，古驰增速次之，潮酷球鞋风热度持续

「篮球鞋」TOP20品牌声量规模及同比增长



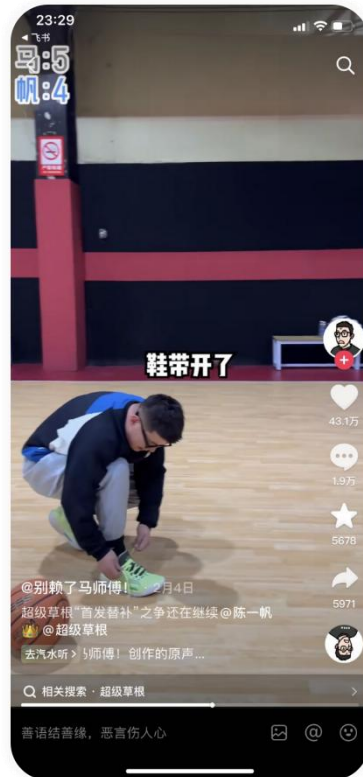
抖音：抖音篮球鞋种草内容以剧情演绎/推荐/测评及展示为主，突出功能性是重点，剧情演绎彰显种草趣味性

抖音-「篮球鞋」种草内容偏好

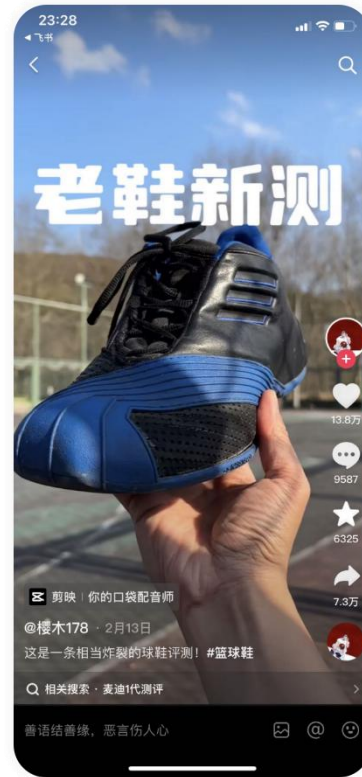
剧情演绎



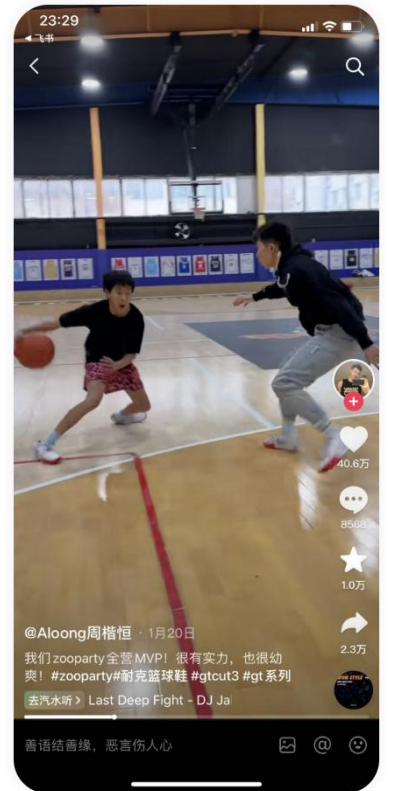
篮球鞋推荐



篮球鞋测评



篮球鞋展示



小红书：小红书种草内容以推荐/分享/展示为主，利他性内容是篮球鞋种草优势内容

小红书-「篮球鞋」种草内容偏好

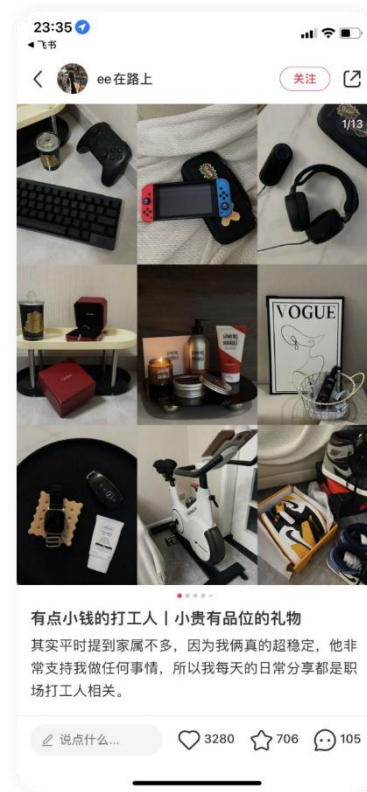
篮球鞋推荐



技巧教学



礼物分享



篮球鞋展示



轻量化是篮球鞋永恒目标，复古回潮席卷篮球鞋品类，环保议题带动材料新尝试

「篮球鞋」产品趋势

趋势一：

轻量化

轻量化是球鞋的永恒主题，给球鞋减重，让球员们更加敏捷与灵敏，品牌们做出了很多努力，分别在鞋面、鞋底等下功夫。

NIKE GT Hustle Academy

277g



ASICS V15

330g



趋势二：

复古回潮

复古风回潮让许多消费者开始追求品牌球鞋经典款，品牌通过材质、元素、色彩搭配及复合结构创造出千禧年代的篮球风格。

Drake-x-NIKE-Nocta-Glide



趋势三：

环保材料

环保成为大趋势，品牌都在追求可持续的生产方式，通过升级技术实现可降解、可再生材料进行环保产品的生产。

安利瞬息1代-ESG鞋面



Nike Cosmic Unity-再生材料





01

Nike Pegasus 41

跑步鞋



02

篮球鞋



kawasaki®

03

羽毛球鞋

老少皆宜的羽毛球运动正当红，带动羽毛球鞋为代表的相关运动装备声量爆发，内容同比增长182%

- 同比去年，羽毛球鞋作品量同比增长182%，互动量同比增长215%，羽毛球运动风兴起带动羽毛球鞋需求；
- 月度波动较平稳，24年在3月份声量爆发并持续上涨。



3.2w

近一年「羽毛球鞋」相关作品量

+182%

近一年「羽毛球鞋」相关作品量
同比

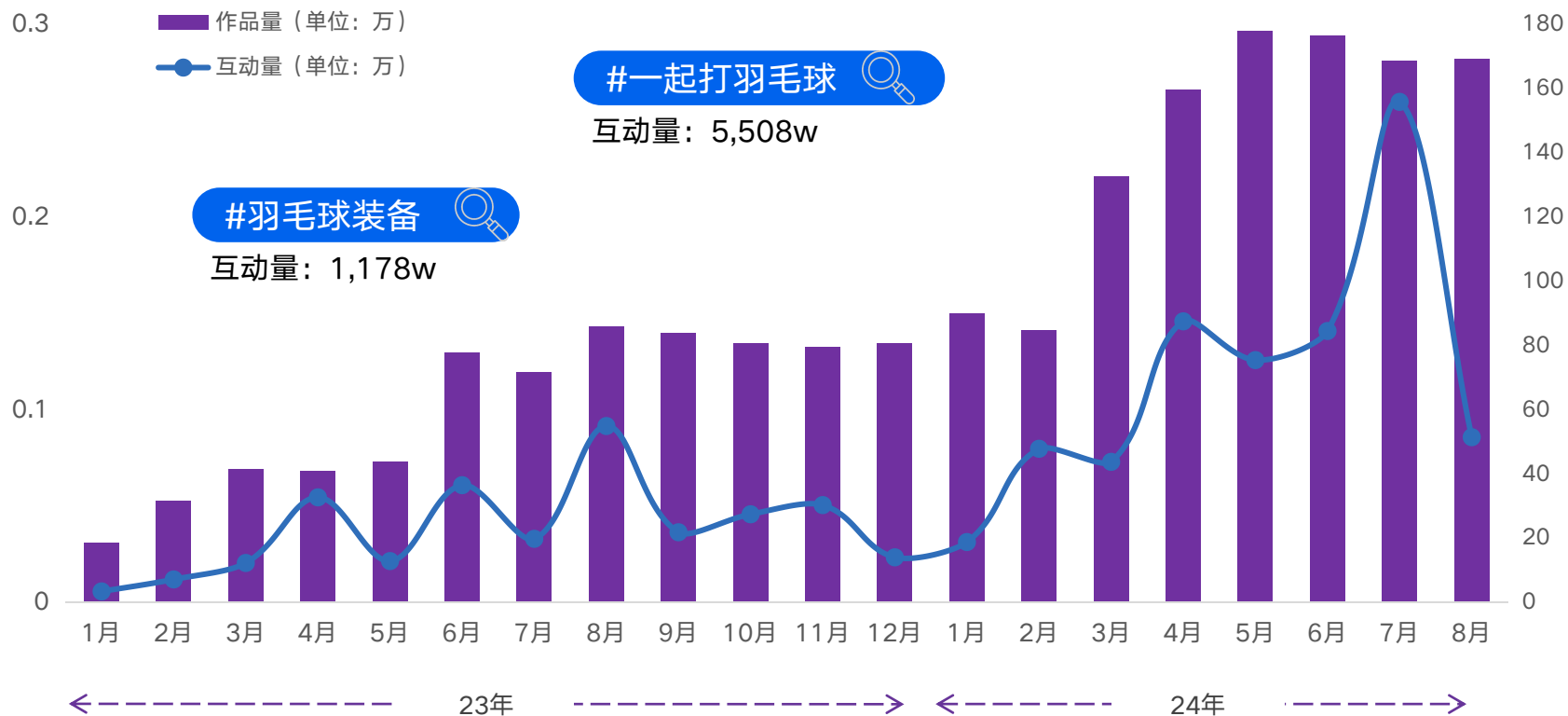
919.3w

近一年「羽毛球鞋」相关互动量

+215%

近一年「羽毛球鞋」相关互动量
同比

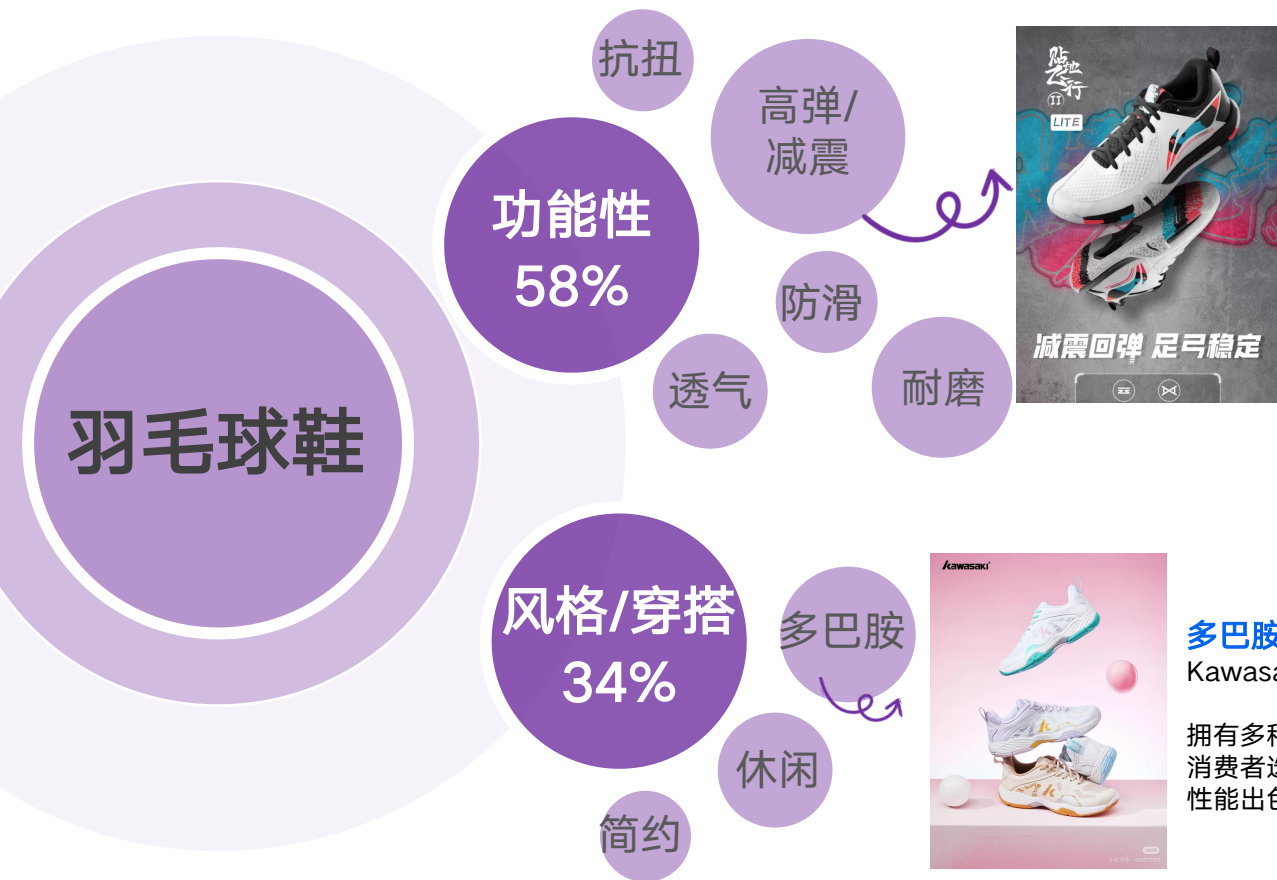
「羽毛球鞋」相关内容社媒讨论热度趋势



功能性和外观风格是羽毛球鞋核心关注点，高弹减震功能受关注，多巴胺配色加持穿搭时尚度，避免运动时崴脚是核心驱动

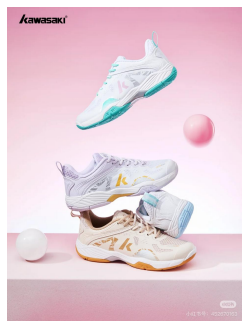


「羽毛球鞋」主要关注点



高回弹代表产品
李宁贴地飞行 LITE

采用云中底材料科技
转冲击力为回弹力，
配合足弓稳定系统



多巴胺代表产品
Kawasaki 缤果系列

拥有多种款式和配色供
消费者选择，设计新颖，
性能出色、外观时尚

「羽毛球」人群运动主要痛点



专业运动人群、全能健体人群是羽毛球鞋核心需求人群，好动尝鲜派、亲子互动、时尚穿搭人群具备潜在拓展空间



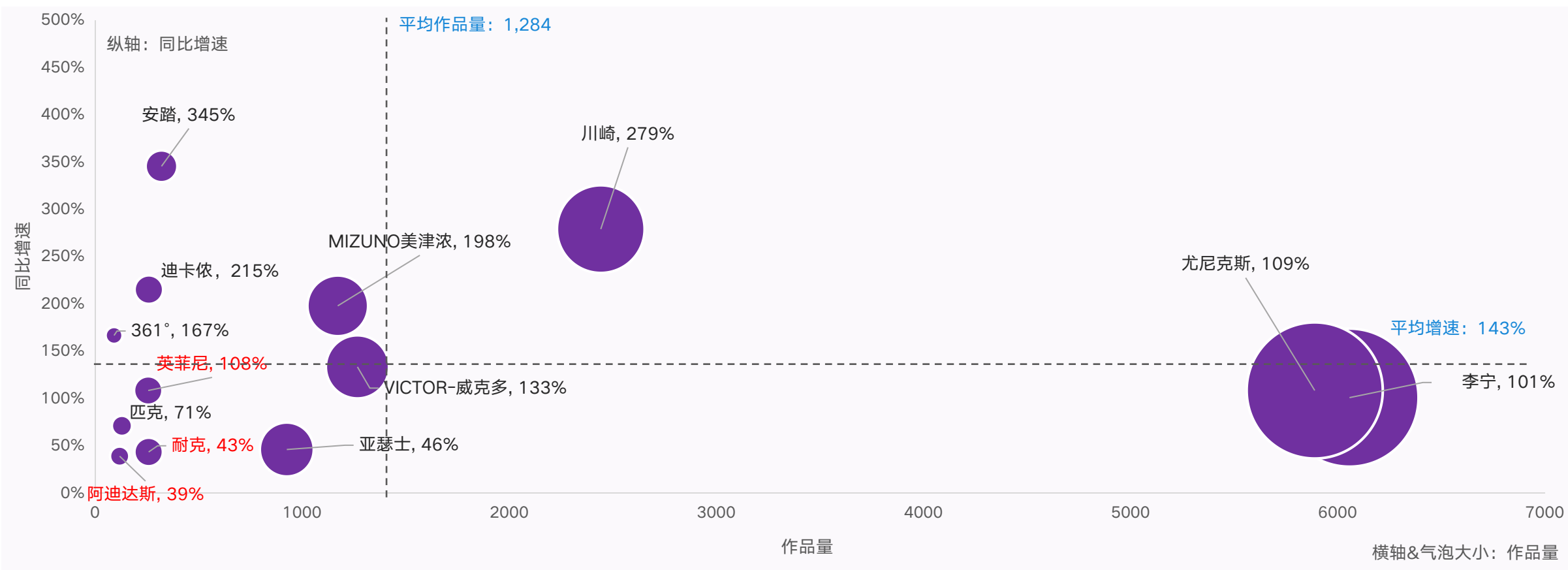
「羽毛球鞋」主要需求人群

专业羽球人群	全能健体人群	新晋尝鲜人群	运动交友人群	时尚穿搭人群
【人群侧写】 男性为主 30-40岁 一、二线城市	【人群侧写】 男女均衡 30-45岁 一、二、三线城市	【人群侧写】 女 18-25岁 一线、新一线	【人群侧写】 男女均衡 25-30岁 一线、新一线	【人群侧写】 女 25-35岁 一线、新一线
【羽毛球鞋需求】 需求全面且细致，更注重羽毛球鞋的实用性和性能，包括缓震性能、抓地性、透气性、耐磨性、轻便性、包裹性和防扭伤设计等多个方面。	【羽毛球鞋需求】 广泛涉猎各种运动，具有较高的运动热情和活力，愿意尝试和挑战不同的运动项目。注重品质，也具有较强的消费理性，注重产品性能。	【羽毛球鞋需求】 日常喜欢追逐时兴热门，羽毛球运动崛起后跻身该运动行列。作为新手小白，在众多热门款式中挑选，综合考量价格、性能、外观等多方面因素。	【羽毛球鞋需求】 生活节奏较快，在繁忙工作学习之余，通过运动结识有共同爱好的朋友，愿意为高品质的运动装备和体验买单。	【羽毛球鞋需求】 购买羽毛球鞋主要是针对外观特性，将羽毛球鞋视为潮流穿搭的一种方式，打造羽球风穿搭。注重羽毛球鞋的外观设计和个性化元素。

羽毛球鞋品牌全面发力增长，其中李宁、尤尼克斯社媒声量高，川崎、安踏、迪卡侬等品牌发展迅猛

- 李宁、尤尼克斯、川崎全网作品量积累高于行业平均水平，其中李宁、尤尼克斯居高位情况下依然保持飞速增长；
- 安踏、美津依、迪卡侬等运动品牌入局羽毛球鞋赛道，Y24增长显著，具备爆发潜力。

「羽毛球鞋」TOP20品牌声量规模及同比增长



抖音：羽毛球鞋种草内容以科普/实战体验/好物推荐/横向测评类内容为主，羽毛球鞋核心功能及单品卖点被反复提及

抖音-「羽毛球鞋」种草内容偏好

羽毛球鞋必要科普



爆款单品实战体验



入门羽毛球鞋推荐



热门品牌横向测评



小红书：羽毛球鞋种草内容以穿搭ootd/运动装备/奥运同款/日常运动记录内容为主，更强调实用性和时尚度的统一



小红书-「羽毛球鞋」种草内容偏好

羽毛球运动穿搭

新手羽毛球装备

奥运运动员同款

日常运动vlog



羽毛球鞋产品持续革新核心缓震技术，并注入更贴合人体工学的形态，同时借运动穿搭之风打造新晋时尚单品



「羽毛球鞋」产品及营销趋势

趋势一：

缓震技术革新

新一代羽毛球鞋采用先进的缓震科技，如高弹性缓震胶、智能气囊系统等，有效减少脚踝等关键部位的负担。

李宁 贴地飞行 II LITE



YONEX尤尼克斯 SHB系列



稳定支撑

足弓通过PROBAR LOC装置提供稳定抗扭转功能 迈步更稳妥



趋势二：

人体工学设计

从鞋底的抓地纹路到鞋面的包裹结构，通过科学的结构布局和材质，完美融合科技与人体自然运动规律。

李宁 战戟系列



亚瑟士BLAST FF系列



趋势三：

运动+穿搭一体

随着运动休闲风的盛行，品牌将产品线条、色彩和材质，轻松融入各种运动穿搭之中，让羽毛球鞋时尚单品。

Kawasaki 川崎 在小红书掀起「城市羽球风」

城市羽球风

Kawasaki川崎穿搭助手 正式入驻小红书





Part3

运动鞋行业品牌案例解读



踏氮科技
家队装备科技
轻 更弹 更持久



C202 6代



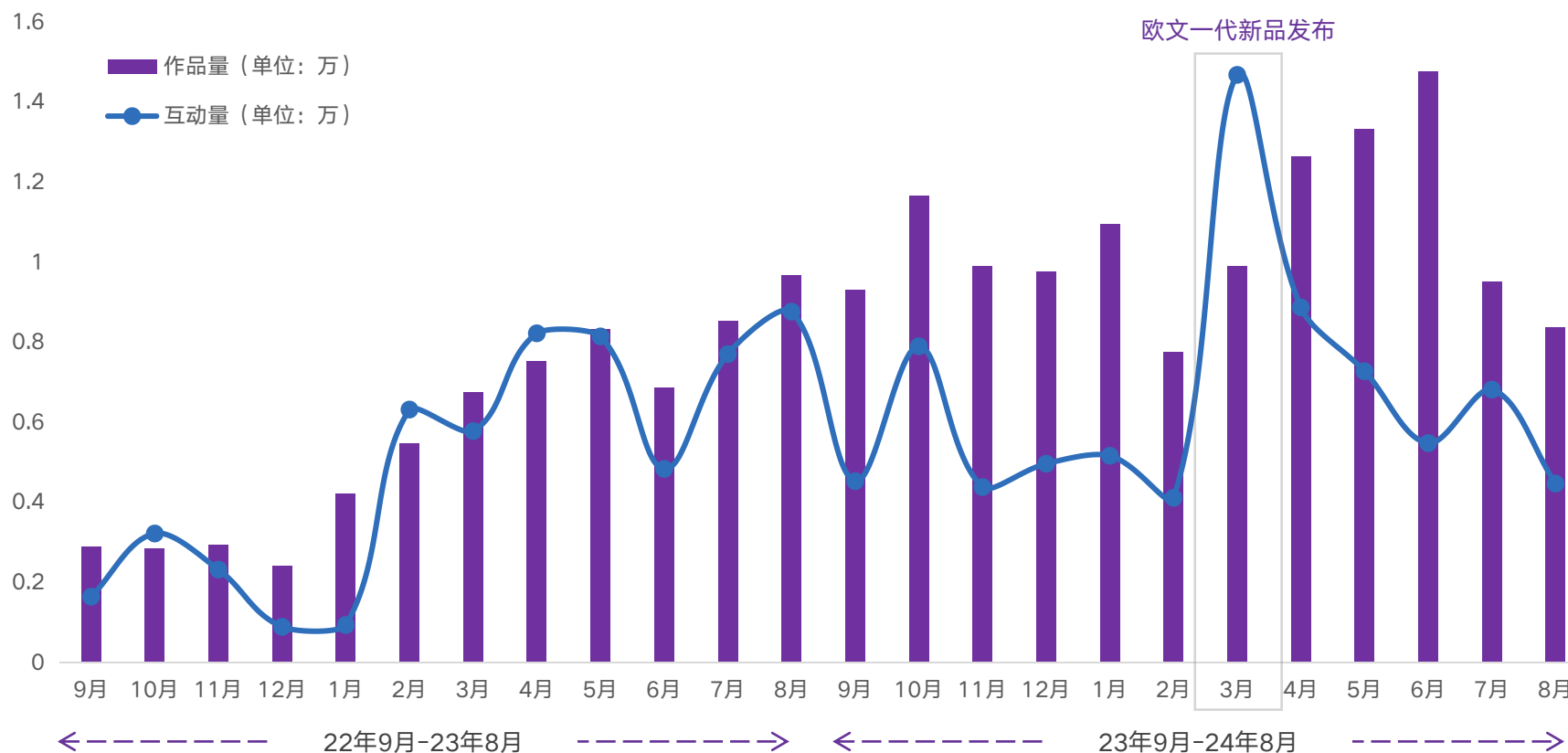
品牌1:
安踏

近2年安踏运动鞋社媒热度持续波动增长，欧文一代篮球鞋出圈



- 安踏运动鞋的社媒声量全年波动，4-6月、10月、1月为品类需求旺季。24年3月欧文一代新品发布，强势带动品牌互动热度；
- 安踏运动鞋过去一年作品量增长86%+，互动量增长33%+，影响力及讨论度显著提升。

「安踏 X 运动鞋」社媒声量趋势

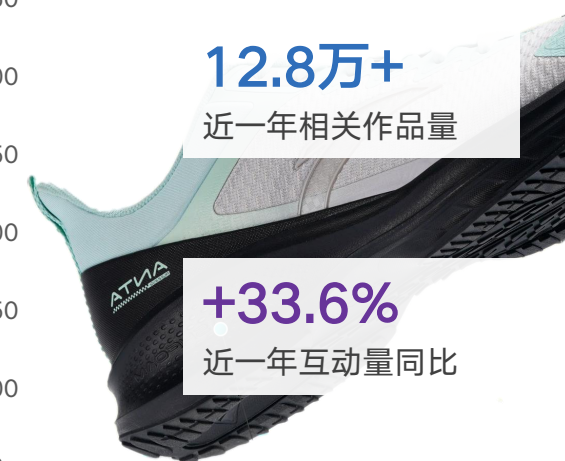


+86.7%
近一年作品量同比

12.8万+
近一年相关作品量

+33.6%
近一年互动量同比

2,213万+
近一年相关互动量



热门品类及产品：

板鞋/休闲鞋款式占主导，C37跑鞋、欧文一代篮球鞋讨论热度高

「安踏 X 运动鞋」分品类社媒声量排名



抖音-营销数据表现： 抖音平台为种草主阵地，运动鞋透气、舒适、软底等卖点突出

抖音平台安踏运动鞋声量表现

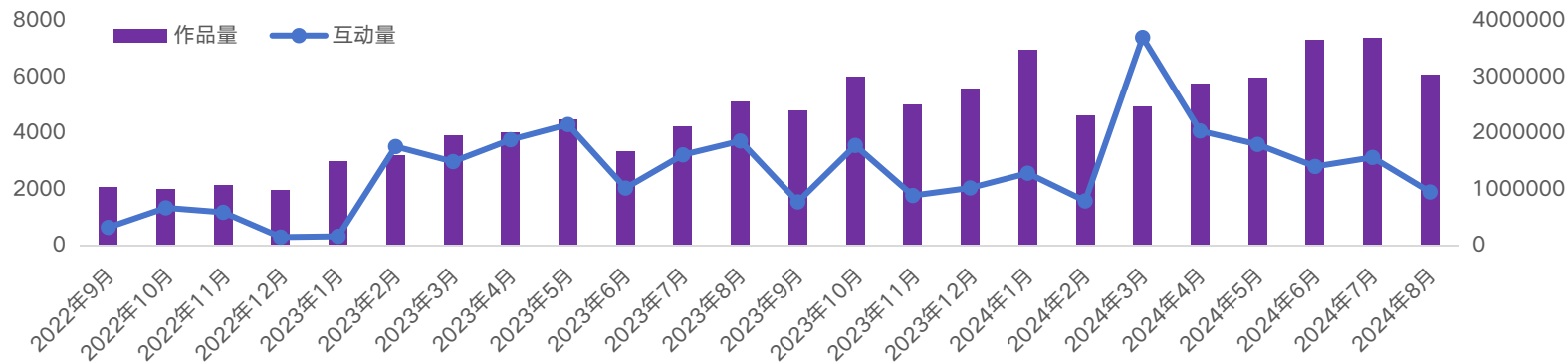
安踏 X 运动鞋
相关内容数 **70,258**

安踏 X 运动鞋
内容总互动量 **1,792万**

安踏 X 运动鞋
Y24内容数同比 **78%**



抖音平台「安踏 X 运动鞋」声量趋势



「安踏 X 运动鞋」相关热门话题

#哎呦喂你鞋真好看

互动量：107.5w

#软底软面穿上超舒服

互动量：23.4w

#好穿又好搭

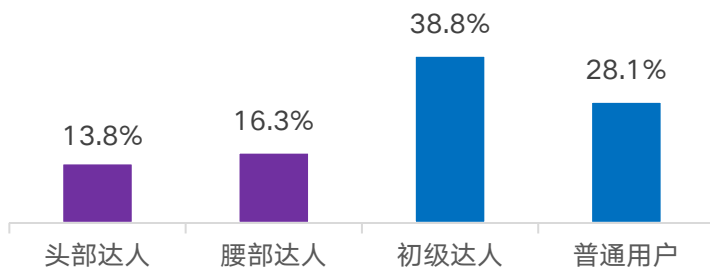
互动量：46.0w

「安踏 X 运动鞋」相关内容提及词



抖音-沟通策略： 达人层级分布相对均衡，通过趣味+专业向测评挑战等吸引关注

抖音平台「安踏 X 运动鞋」相关内容
商业投放KOL类型分布情况



抖音平台「安踏 X 运动鞋」相关内容
商业投放KOL示例

 @陈大猪LUSON妈 类型：美食、母婴 粉丝量：94.0w	 @熊猫研究森 类型：健身、穿搭 粉丝量：4.0w
 @赵安迪Andy 类型：运动、穿搭 粉丝量：104.0w	 @小鹿妈妈 类型：穿搭、亲子 粉丝量：42.2w

「安踏 X 运动鞋」热门内容

时髦穿搭好物	户外趣味挑战	专业实战测评	恋爱/旅游日常
<p>标题： 呆在没有天花板的地方 人都不emo了 #人人都是 探路博主 #安踏探野pro</p> <p>互动量： 36.3w</p>	<p>标题： 我觉得我躲得更稳更好！ #跑酷躲猫猫#安踏CC跑 鞋#安踏letmecc有多稳# 在玩一种很新的户外</p> <p>互动量： 33.4w</p>	<p>标题： 欧文一代实战测评：作为 安踏CCO的第一代签名 鞋究竟成色如何？#球鞋 测评#安踏欧文一代</p> <p>互动量： 9.6w</p>	<p>标题： 结婚有一个好处陪老公出 差可以顺便旅游！！看到 了大熊猫和老薛演唱会！ #安踏老爹鞋 #情侣日常</p> <p>互动量： 7.2w</p>

小红书-营销数据表现： 凭借日常百搭、舒适等优势，捕获小红书站内大量鞋控的喜爱

小红书平台安踏运动鞋声量表现

安踏 X 运动鞋
相关内容数

51,487

安踏 X 运动鞋
内容总互动量

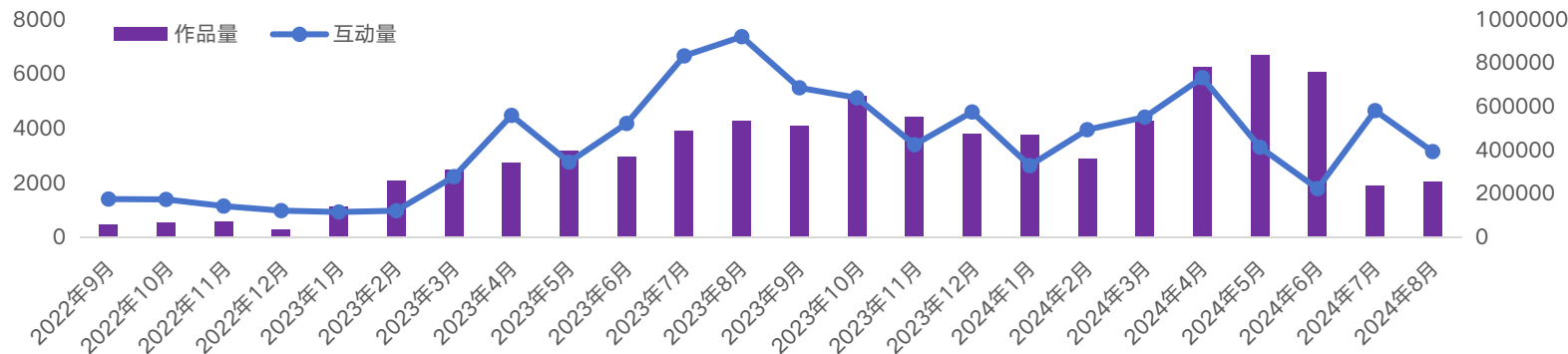
605万

安踏 X 运动鞋
Y24内容数同比

107%



小红书平台「安踏 X 运动鞋」声量趋势



「安踏 X 运动鞋」相关热门话题

#鞋控的日常

互动量：103.8w

#最百搭的鞋

互动量：123.6w

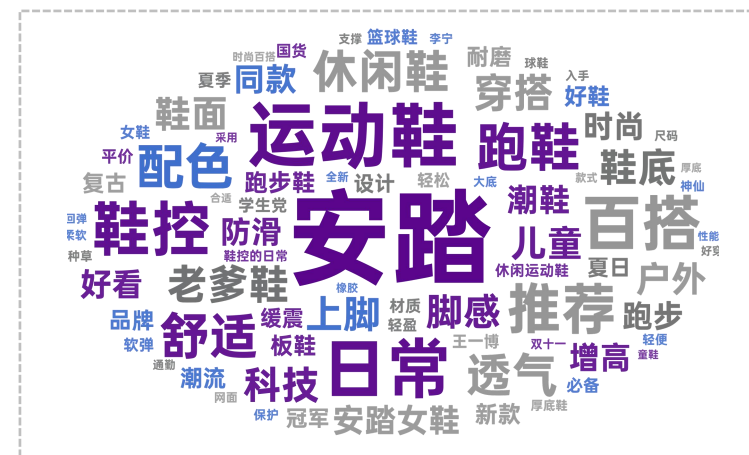
#安踏女鞋

互动量：30.5w

#安踏冠军

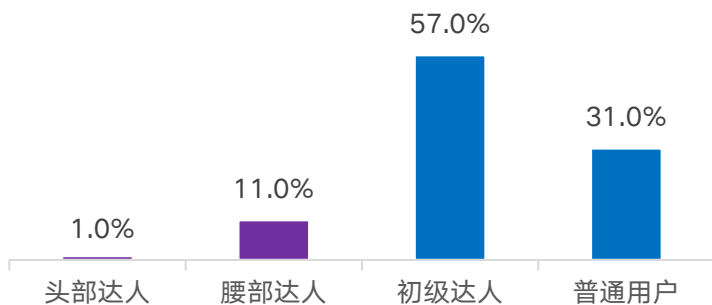
互动量：14.4w

「安踏 X 运动鞋」相关内容提及词



小红书-沟通策略： 以初级达人种草、素人真实分享为主，聚焦开箱测评、好物推荐

小红书平台「安踏 X 运动鞋」相关内容
商业投放KOL类型分布情况



小红书平台「安踏 X 运动鞋」相关内容
商业投放KOL示例

<p>@布丁 类型：服饰穿搭 粉丝量：4.1w</p>	<p>@小孔不努力 类型：服饰穿搭 粉丝量：2.4w</p>
<p>@跳跳不虎 类型：运动、出行 粉丝量：7.9w</p>	<p>@迷糊 类型：服饰穿搭 粉丝量：9.6w</p>

「安踏 X 运动鞋」热门内容

上脚实穿体验	新款开箱合集	百元国货安利	不同款式挑选
<p>标题： 沃趣！你可以相信我选安踏跑步鞋的眼光！！</p>	<p>标题： 安踏AT2000三色开箱复古鞋回潮啦！！</p>	<p>标题： ♥安踏百元运动鞋 4 国货真滴香！* /</p>	<p>标题： 安踏海草鞋 波浪鞋二选一！！好纠结啊啊啊啊！</p>
<p>互动量： 2.7w</p>	<p>互动量： 6,790</p>	<p>互动量： 1.5w</p>	<p>互动量： 9,352</p>



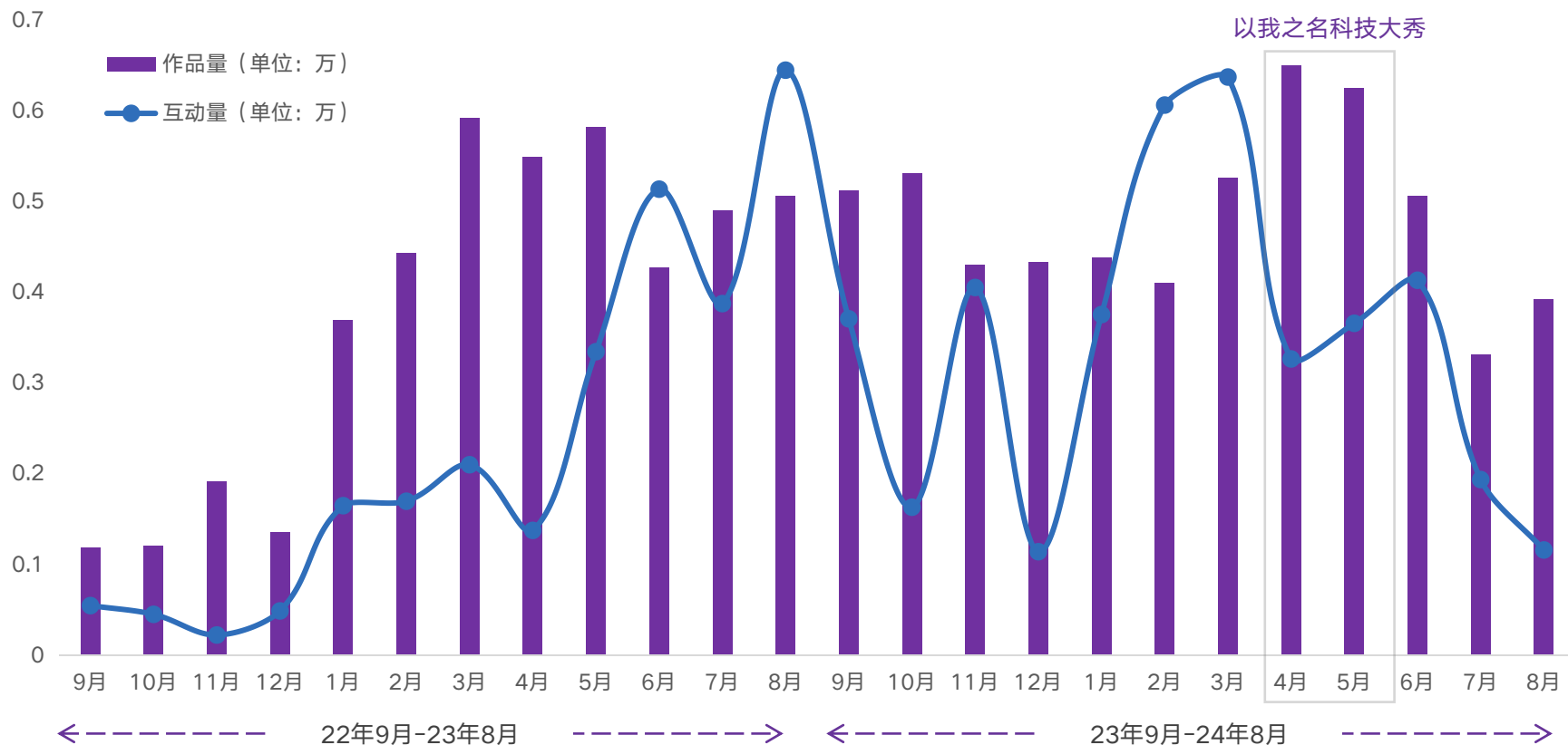
品牌2:
李宁

23年1月开始李宁运动鞋社媒热度爆发式增长，引发全网高互动



- 李宁运动鞋的社媒声量全年波动，4-5月为品类需求旺季。24年5月举办“以我为名 科技李宁”大秀，发布了多项创新科技产品；
- 李宁运动鞋过去一年作品量增长27%+，互动量增长49%+，影响力及讨论度显著提升。

「李宁 X 运动鞋」社媒声量趋势



+27.8%
近一年作品量同比

5.8万+
近一年相关作品量

+49.5%
近一年互动量同比

3,505万+
近一年相关互动量

热门品类及产品：

篮球鞋作品及互动热度遥遥领先，韦德之道、赤兔等系列全网热门

「李宁 X 运动鞋」分品类社媒声量排名



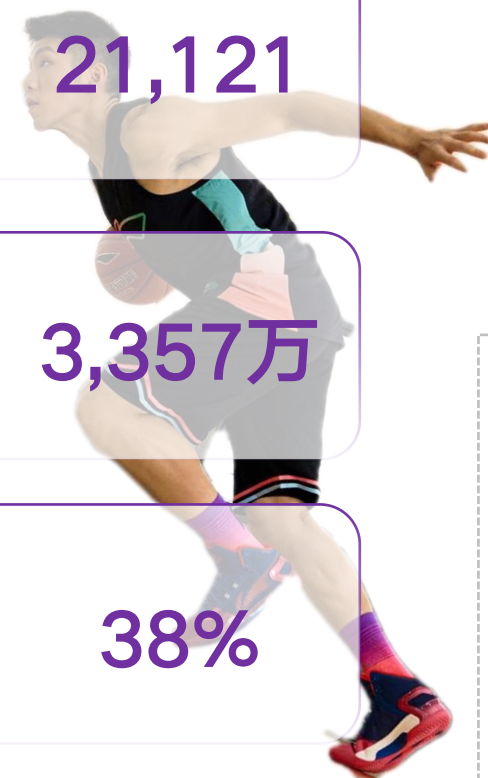
抖音-营销数据表现： 抖音平台平均互动量较高，篮球鞋心智稳固，透气、防滑优势大

抖音平台李宁运动鞋声量表现

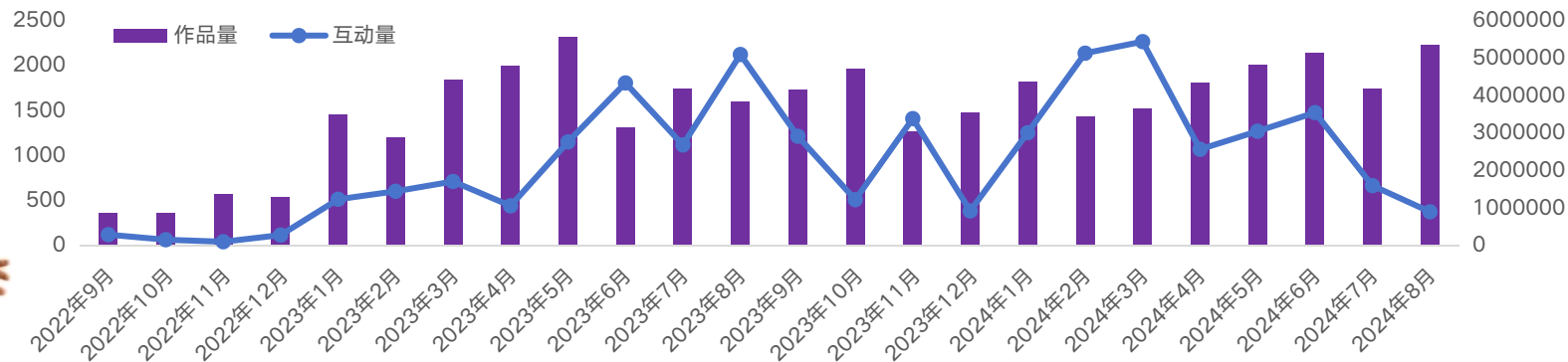
李宁 X 运动鞋
相关内容数 **21,121**

李宁 X 运动鞋
内容总互动量 **3,357万**

李宁 X 运动鞋
Y24内容数同比 **38%**



抖音平台「李宁 X 运动鞋」声量趋势



「李宁 X 运动鞋」相关热门话题

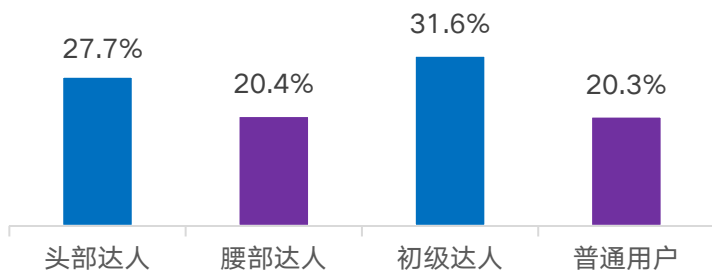
- #好鞋推荐
互动量：71.2w
- #以我为名科技李宁
互动量：130.7w
- #球鞋测评
互动量：187.2w

「李宁 X 运动鞋」相关内容提及词



抖音-沟通策略： 借助各层级达人影响力，通过专业化测评解读，强调产品科技属性

抖音平台「李宁 X 运动鞋」相关内容
商业投放KOL类型分布情况



抖音平台「李宁 X 运动鞋」相关内容
商业投放KOL示例

<p>@老张的鞋 类型：体育、生活 粉丝量：265.3w</p>	<p>@可以才说-FC 类型：体育、球类 粉丝量：244.4w</p>
<p>@叶全错 类型：体育、球类 粉丝量：216.1w</p>	<p>@Aloong周楷恒 类型：生活、体育 粉丝量：328.4w</p>

「李宁 X 运动鞋」热门内容

王炸产品测评	球赛实地记录	黑科技解读	情侣送礼/日常
<p>标题： 比跑鞋还轻的篮球鞋你们见过吗？李宁伽马，开年王炸，实战利器#李宁伽马 #瞬势破防</p> <p>互动量： 12.0w</p>	<p>标题： 老郭@野球帝 郭师傅接受野兽的咆哮吧#李宁笨笨#外场野兽</p> <p>互动量： 39.7w</p>	<p>标题： 直击李宁科技日现场.去年就看过大绝影3和龙雀曝光...#以我为名科技李宁 #以我为名 #李宁科技大秀</p> <p>互动量： 23.4w</p>	<p>标题： 简简单单给男朋友长个面子！#李宁 #利刃4V2</p> <p>互动量： 19.1w</p>

小红书-营销数据表现： 将小红书作为内容传播阵地，解读李宁先锋国潮、科技形象

小红书平台李宁运动鞋声量表现

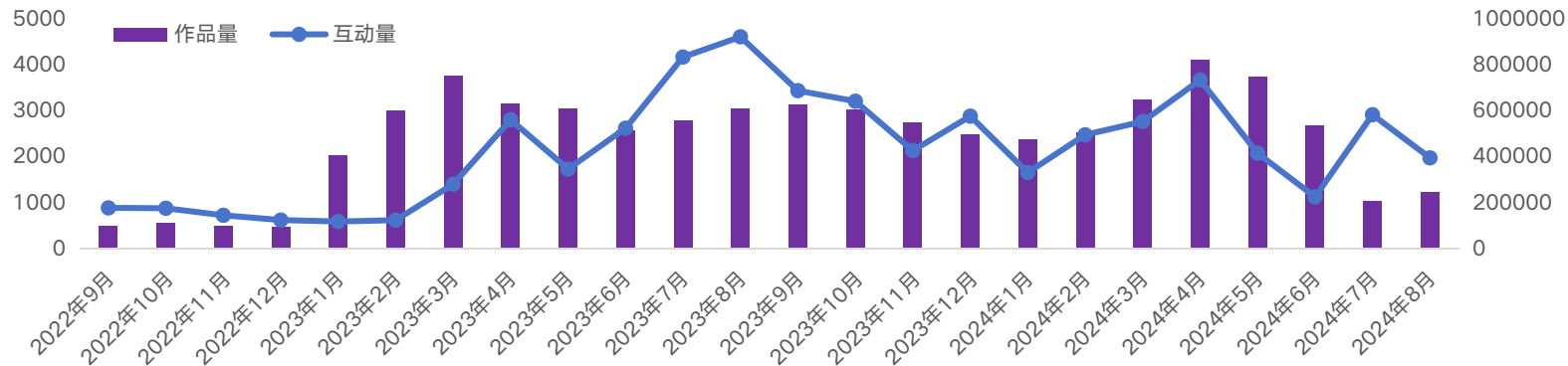
李宁 X 运动鞋
相关内容数 **32,221**

李宁 X 运动鞋
内容总互动量 **319万**

李宁 X 运动鞋
Y24内容数同比 **27%**



小红书平台「李宁 X 运动鞋」声量趋势



「李宁 X 运动鞋」相关热门话题

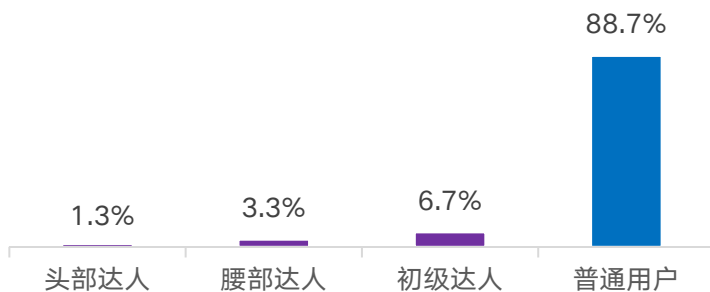


「李宁 X 运动鞋」相关内容提及词



小红书-沟通策略： 以穿搭、时尚、户外类达人为主，多场景输出风格化OOTD灵感




小红书平台「李宁 X 运动鞋」相关内容
商业投放KOL类型分布情况



小红书平台「李宁 X 运动鞋」相关内容
商业投放KOL示例

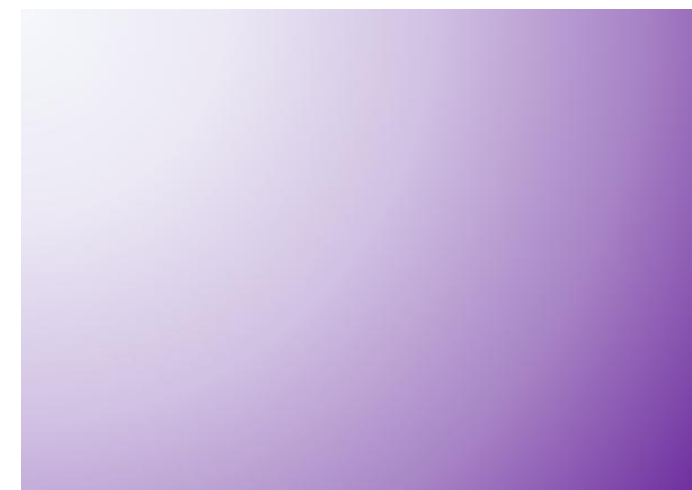
 <p>@彭圆脸 类型：户外、出行 粉丝量：7.6w</p>	 <p>@象腿妮妮 类型：穿搭、时尚 粉丝量：16.5w</p>
 <p>@跳跳不虎 类型：户外、健身 粉丝量：5.3w</p>	 <p>@小森阿姨 类型：穿搭、时尚 粉丝量：11.3w</p>

「李宁 X 运动鞋」热门内容

户外跑步穿搭	出游OOTD	运动成长叙事	潮男穿搭灵感
			
<p>标题： 不上班的这一年我更加自律了！#轻装跑上道 #超轻21 #轻功高手 #运动穿搭跑步 #跑步穿搭</p> <p>互动量： 2.3w</p>	<p>标题： 五一辣妹出游的万能拍照公式 学起来！！#李宁征程嘭嘭鞋#李宁面包鞋 #复古板鞋#明星同款</p> <p>互动量： 6,790</p>	<p>标题： 是你拯救了无数次破碎的我 #以我为名运动主角#李宁猫爪鞋#运动对我的意义</p> <p>互动量： 1.5w</p>	<p>标题： 谁不想尝试一次新中式穿搭？#男生穿搭 #新中式穿搭 #中国李宁功夫系列 #穿搭真功夫</p> <p>互动量： 1.0w</p>



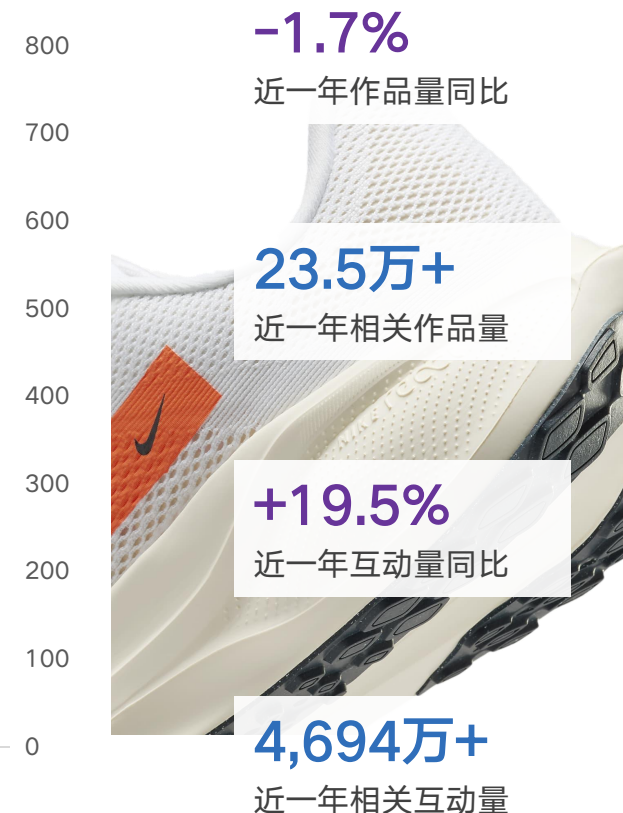
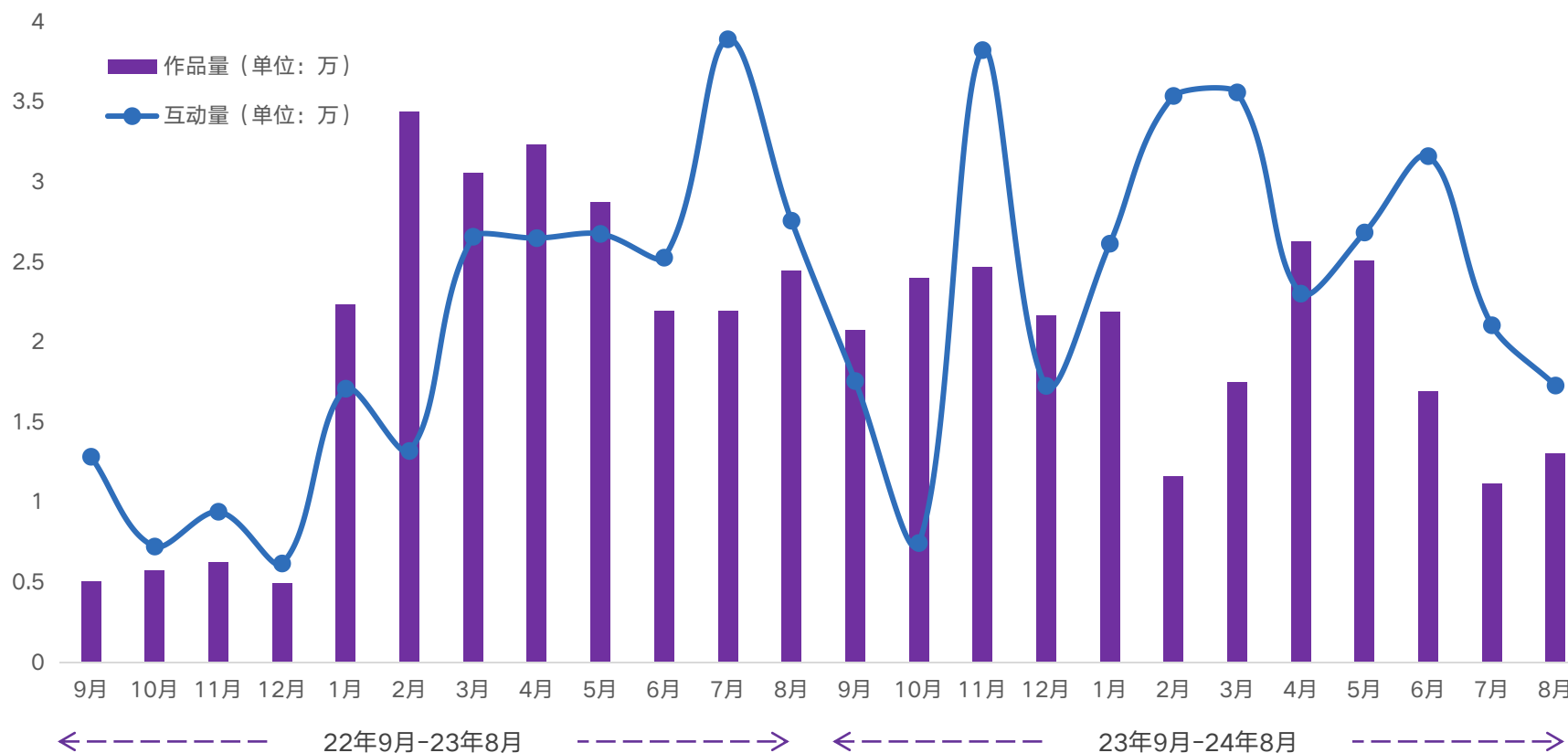
品牌3:
NIKE



NIKE运动鞋进入平稳发展阶段，作品平均互动量表现提升可观

- NIKE运动鞋的社媒声量中作品量同比略有下滑；
- NIKE运动鞋过去一年作互动量增长20%+，影响力及讨论度波动提升。

「NIKE X 运动鞋」社媒声量趋势



热门品类及产品：

篮球鞋占主导，板鞋/休闲鞋平均互动高，Air Force1等常年火爆

「NIKE X 运动鞋」分品类社媒声量排名

■ 作品量 (单位: 万) ● 互动量 (单位: 万)



抖音-营销数据表现： 抖音平台互动量大，NIKE穿搭、新款等相关内容话题受热议

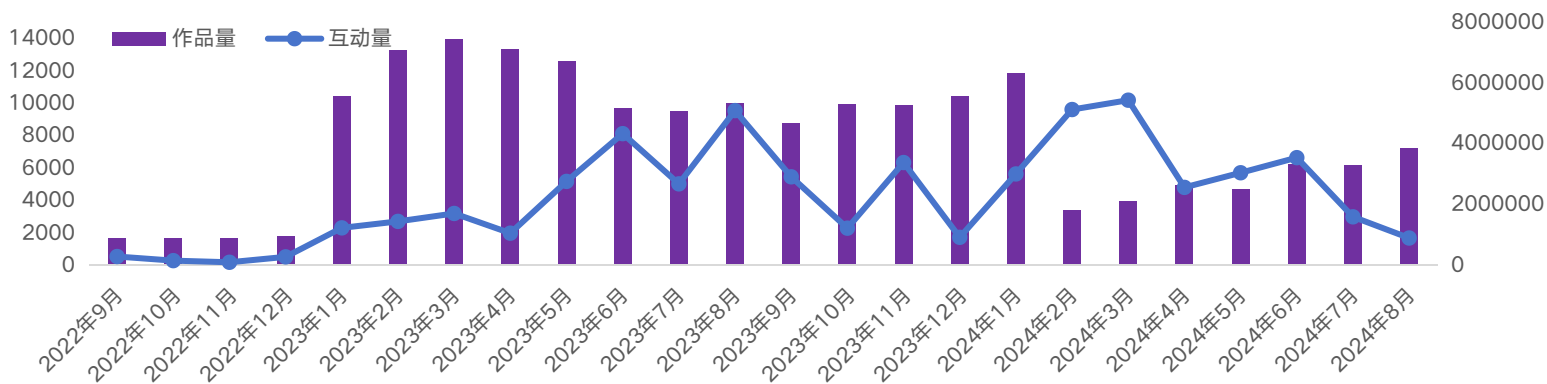
抖音平台NIKE运动鞋声量表现

NIKE X 运动鞋
相关内容数 **8,7250**

NIKE X 运动鞋
内容总互动量 **5,453万**

NIKE X 运动鞋
Y24内容数同比 **-12%**

抖音平台「NIKE X 运动鞋」声量趋势



「NIKE X 运动鞋」相关热门话题

#耐克蓝图系列

互动量：74.9w

#NikeOnAir

互动量：75.6w

#今日份nike穿搭

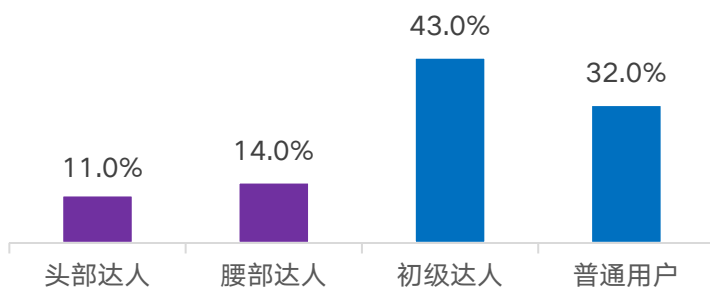
互动量：73.6w

「NIKE X 运动鞋」相关内容提及词



抖音-沟通策略： 初级达人、素人广泛种草铺垫，头部达人聚焦专业技术测评内容

抖音平台「NIKE X 运动鞋」相关内容
商业投放KOL类型分布情况



抖音平台「NIKE X 运动鞋」相关内容
商业投放KOL示例

<p>@超级草根 王师傅 类型：球类、生活 粉丝量：768.1w</p>	<p>@星辰 类型：随拍、穿搭 粉丝量：371.8w</p>
<p>@老张的鞋 类型：体育、亲子 粉丝量：265.3w</p>	<p>@段叉叉本叉 类型：体育运动 粉丝量：20.2w</p>

「NIKE X 运动鞋」热门内容

专利技术解读	运动cleanfit穿搭	线下探店实录	爆款实战测评
<p>标题： 你见过第一双搭载气垫的跑鞋吗？...这就是耐克的底气和技术壁垒#耐克蓝图系列#WinOnAir #NikeOnAir 互动量： 17.1w</p>	<p>标题： 快乐就是这么简单 #NIKE #AJ 互动量： 78.4w</p>	<p>标题： Nike亚洲最大旗舰店里有什么？ 宠粉第24站 余额86.1万 #Nike #AJ 互动量： 28.9w</p>	<p>标题： NIKE G.T. Cut 3实战测评：作为搭载了ZoomX的篮球..#实战测评 #耐克篮球鞋 #gt系列 互动量： 7.2w</p>

小红书-营销数据表现： 小红书平台沉淀大量内容资产，传递NIKE品牌百搭、潮流基因

小红书平台NIKE运动鞋声量表现

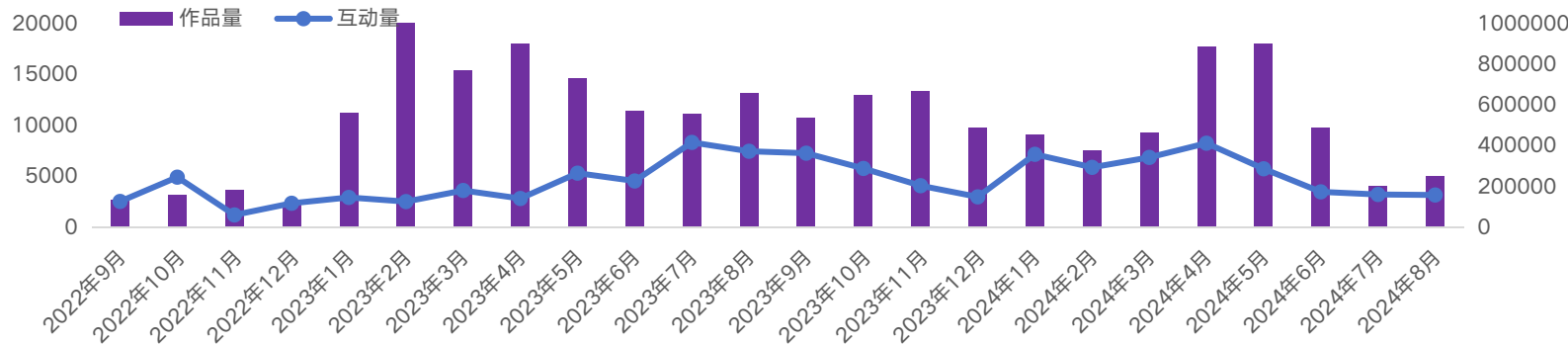
NIKE X 运动鞋
相关内容数 **12,7230**

NIKE X 运动鞋
内容总互动量 **820万**

NIKE X 运动鞋
Y24内容数同比 **0.3%**



小红书平台「NIKE X 运动鞋」声量趋势



「NIKE X 运动鞋」相关热门话题

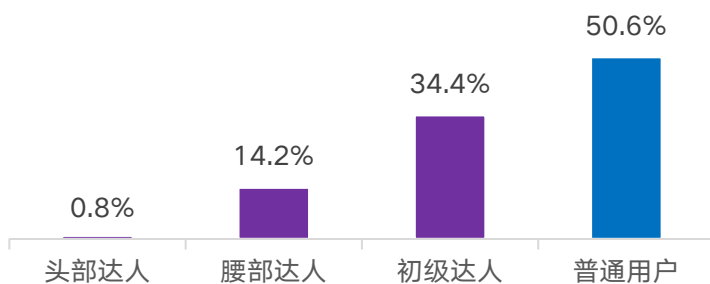
- #鞋控的日常 互动量：93.3w
- #和NIKE一起运动 互动量：18.1w
- #nikezoomvomer 互动量：26.2w
- #今日份Nike穿搭 互动量：50.1w

「NIKE X 运动鞋」相关内容提及词



小红书-沟通策略： 腰部、初级垂类达人提振传播力，以热门风格穿搭实现产品种草

小红书平台「NIKE X 运动鞋」相关内容
商业投放KOL类型分布情况



小红书平台「NIKE X 运动鞋」相关内容
商业投放KOL示例

 <p>@韩好甜 类型：穿搭、出行 粉丝量：36.4w</p>	 <p>@Bling贝玲 类型：穿搭、时尚 粉丝量：15.0w</p>
 <p>@亚克力枪枪 类型：生活、时尚 粉丝量：42.5w</p>	 <p>@王全 类型：出行、情感 粉丝量：8.0w</p>

「NIKE X 运动鞋」热门内容

美式复古穿搭	辣妹感穿搭	户外运动穿搭	健身塑形跟练
			
<p>标题： Get dressed with me 美式复古穿搭灵感 #耐 克复古跑鞋系列 #nikezoomvomero5</p> <p>互动量： 4.0w</p>	<p>标题： Outfits 谁会拒绝舒适 辣妹装 快来玩转618 #Nike板鞋 #辣妹穿搭</p> <p>互动量： 2.7w</p>	<p>标题： 这几个好自由的拍照姿势 真的太绝了! #今日份 nike穿搭 #运动穿搭 #nikezoomvomero5</p> <p>互动量： 2.4w</p>	<p>标题： 全身循环 高效瘦身减脂 塑形，强化核心体能 # 综合训练鞋 #和Nike一起 运动 #NikeAlate</p> <p>互动量： 1.0w</p>

品类机会

新一代服装行业知识图谱服务
品类拓展，更及时有效。

知识图谱助力 新趋势挖掘

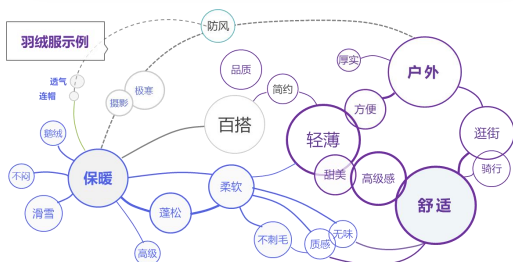


- 研究覆盖范围广（跨品类，全部品牌）
- 显性和隐性关系挖掘能力强
- 项目应用周期短

知识图谱助力 新品开发



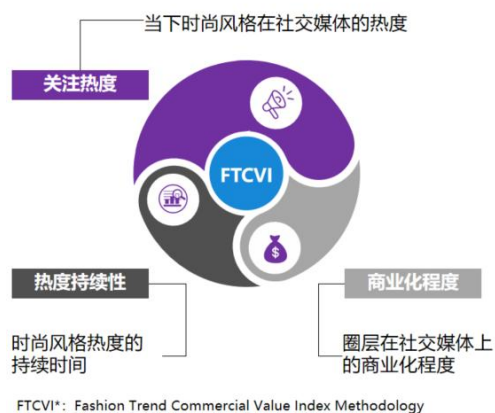
- 数据维度广（多维度交叉分析）
- 数据库知识自动提取
- 项目应用周期短



时尚风格

时尚流行元素追踪，穿搭公式及
人群画像。探究可能的时尚趋势。

时尚风格商业价值指数 (FTCVI*)



风格趋势-核心元素拆解-风格策略



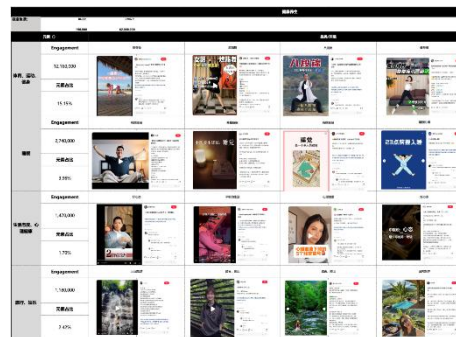
文化热点

全网实时洞察热点，为品牌方营
销策略制定提供有效支撑。

12大分类舆情数据

时尚潮流	时尚: Rolex 正式收购全球最大规模钟表零售商 Bucherer	饮食: BLACKPINK 携手 Starbucks 星巴克 推出全新联名系列
音乐	娱乐: DC 大片《海王 2: 失落的王国》 Aquaman and the Lost Kingdom 确认原档期上映	艺术: 蔡国强全新作品《樱花满天的日子》 进行表演
科技	潮流: ASICS、Salomon 等性能运动鞋款 销量大幅提升	游戏: 《博德之门 3》击败《赛尔达传说 王国之泪》成为 2023 年最高评分 游戏
汽车	设计: LEGO 推出全新「Concorde 协和 式超音速客机」积木套装	旅游: Disney 迪士尼举办 100 周年「大小孩俱乐部」特别活动
娱乐	汽车: 全球首款「量产」版本 Tesla Cybertruck 正式于德州工厂下线	科技: Dyson 正式推出新型扫地机器人真 空吸尘器
设计	运动: 梅西率领迈阿密国际夺得美联杯冠 军	音乐: 乐夏3开播, 乐队持续火爆
饮食		
游戏		
旅游		
运动		

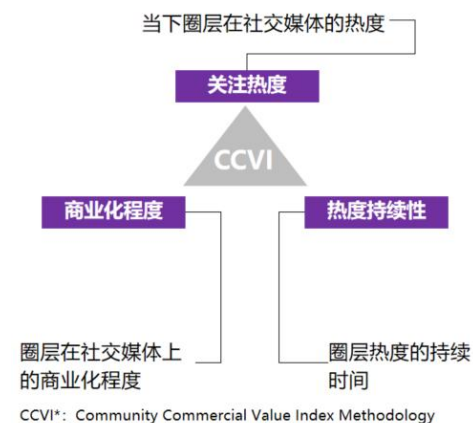
健康养生主题热点元素抓取



人群圈层

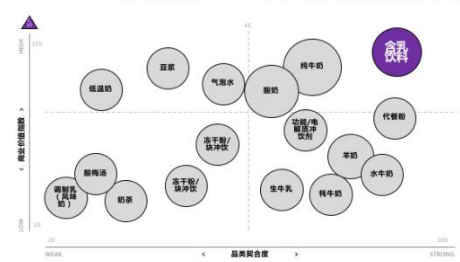
圈层优选-识别-沟通-渠道，圈层
营销4步法，为品牌指明方向。

圈层商业价值指数 (CCVI*)



轻运动圈层锁定及品类机会挖掘

饮料品类CVI X 轻运动圈层契合度分布





www.endata.com.cn

