



# 纺织服装行业：景气度逐季提升 看好高端运动赛道高增



2022 年运动服饰行业回顾：运动赛道增速领跑服饰行业，国产品牌市占率继续提升。根据欧睿数据，2022 年国内运动服饰零售额为 3,627 亿元，同比增长 2.2%。

增速领先同行业男装、女装和童装，预计 2022-2026 年复合增速为 9.1%。竞争格局方面，国内品牌市占率继续提升，安踏、李宁和特步 2022 年市占率同比提升 1.9、1.1 和 1.3pct，耐克和阿迪分别同比下滑 1.1 和 4pct，其中耐克下滑幅度有所收窄、阿迪下滑幅度进一步扩大。

### 2023 年运动服饰行业展望：

1) 成长性：市场重回成长，景气度逐季提升。22Q2 和 Q4 受疫情影响，行业表现大幅低于预期。春节期间，国内运动消费市场复苏趋势得以基本确立。展望全年，我们预计国内消费复苏趋势有望逐季加强。在消费板块中，我们认为运动行业增长的可持续性和韧性较强，预计未来成长性也更好，核心依据包括行业有更好的竞争格局、相对海外较低的渗透率和明晰的消费升级趋势。

2) 库存：预计 23H2 库存水平将回归正常。回顾 2022 年，由于全国各地的疫情反复，服饰品牌短期多数面临较大库存压力（特别是 22Q4）。我们认为，2023H1 库存压力预计逐步消化，23H2 有望轻装上阵，各大运动品牌也已抓住今年春节假期的窗口期，配合全国范围的降温，通过加大折扣力度清理库存，我们预计目前进展顺利。

3) 细分亮点：户外、滑雪、高尔夫等高端运动板块有望引领增长。高端消费目标人群对宏观经济敏感度更低，大环境的波动主要影响这部分高净值人群的消费信心和购买渠道，不影响实际消费能力与习惯，分赛道来看：a) 滑雪：目前我们最看好的细分赛道。国内滑雪人次在疫情期间仍然实现逆势增长，凭借冬奥会热度+政策催化，未来景气度有望快速提升。此外，国内室内滑雪场的快速发展，将给户外冰雪运动带来新一轮增长动能，在解决华东、华南等经济发达地区需求瓶颈的同时，也大幅降低了滑雪运动的进入门槛；b) 户外露营：我们认为，尽管疫情的反复是过去三年国内露营行业快速增长的重要因素之一，但消费升级带来的内生需求也是行业快速增长的另一重要推动力，露营文化正在逐步成为高线城市中产阶级的一种生活方式。同时行业也在逐步向专业化、细分化方向发展，叠加国内较低的渗透率，我们预计行业景气度和红利仍然能延续。c) 高尔夫：2017年前国内高尔夫行业面临长期整治状态，2017年整治完成后，行业进入发展新阶段，更加普及化（渗透率提升）和年轻化，众多时尚品牌也在积极拓展该品类，赛道景气度有望持续提升。

4) 格局· 国潮延续 但国产替代幅度将更为温和 2021 年新疆棉事

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_52825](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_52825)

