

2019 年 中国游泳用品行业概览

行业走势图



消费研究团队

邓文芳 分析师

邮箱：cs@leadleo.com

相关热点报告

- 休闲服务系列概览——2019 年中国体育地产行业概览
- 休闲服务系列概览——2019 年中国健身房行业概览
- 休闲服务系列概览——2019 年中国健身器材行业概览

报告摘要

游泳用品指游泳运动中所使用的物品，通常具备帮助漂浮、协助呼吸、减少阻力等功能。根据防护或使用的部位不同，游泳用品可分为泳帽、泳镜、泳衣、耳塞、鼻夹、浴巾、拖鞋、漂浮物品等物品。随着中国人均可支配收入及消费水平的提高，国内游泳用品消费者更多追求游泳用品功能升级、款式多样，为游泳用品消费市场奠定坚实的基础。中国游泳用品行业的市场规模由 2014 年的 236.1 亿元人民币增长至 2018 年的 290.6 亿元人民币，年均复合增长率为 5.3%。

热点一：宏观经济持续增长，为游泳用品消费奠定基础

专业游泳用品具备提速快、舒适度高、单价较高等特点。随着生活水平不断提高，游泳用品消费者对于产品舒适度及游泳速度的要求随之提高，游泳用品消费呈现专业化趋势。大众游泳爱好者效仿竞技运动员，追求游泳用品的专业度将推动总体游泳用品市场规模扩大。

热点二：游泳池等公共游泳资源缺乏、分布不均

目前，中国大部分公共泳池分布在城市的健身房、体育中心、学校等场所，县、乡等行政单位公共游泳设施缺乏，不利于广大农村游泳爱好者进行室内游泳运动。农村游泳爱好者在露天湖泊、江河等场所进行户外游泳运动，安全无法保障。

热点三：泳池等游泳设施的建设促进行业发展

新型泳池的出现解决了传统泳池投入大、场地要求高的难题，为游泳休闲活动提供理想的场所。移动式支架泳池是典型的新型泳池之一，具备建设成本低、方便装卸、维护成本低、更新换代快等优势，满足了大部分儿童休闲游泳的需求。

目录

1	方法论.....	5
1.1	研究方法.....	5
1.2	名词解释.....	6
2	中国游泳用品行业市场综述.....	7
2.1	游泳用品的定义与分类.....	7
2.2	中国游泳用品行业的市场规模.....	9
2.3	中国游泳用品行业发展历程.....	10
2.4	游泳用品产业链分析.....	12
2.4.1	上游分析.....	13
2.4.2	中游分析.....	13
2.4.3	下游分析.....	14
3	驱动及制约因素.....	15
3.1	驱动因素.....	15
3.1.1	宏观经济持续增长，为游泳用品消费奠定基础.....	15
3.1.2	不断扩大的消费群体为游泳用品市场总体规模的扩大奠定基础.....	16
3.1.3	支持性的政策体系鼓励游泳运动发展，带动游泳用品行业发展.....	17
3.2	制约因素.....	18
3.2.1	游泳用品行业起步晚.....	18
3.2.2	部分商家不规范经营行为损害消费者信心，阻碍行业的发展 错误!未定义书签。	
4	中国游泳用品行业政策及监督分析.....	20

5	中国游泳用品行业市场趋势	21
5.1	旅游业发展带动异地游泳行业发展	21
5.2	游泳用品产品多元化、专业化.....	22
5.3	竞技游泳推动游泳基础设施建设，带动游泳用品消费发展....	错误!未定义书签。
6	中国游泳用品行业竞争格局	23
6.1	竞争格局分析.....	23
6.2	游泳用品行业企业分析	24
6.2.1	雅丽嘉运动用品有限公司（雅丽嘉）	24
6.2.2	英发实业有限公司（英发）	25
6.2.3	七圣企业有限公司（黑貂）	26

图表目录

图 2-1 游泳用品分类（按防护或使用部位划分）	8
图 2-2 中国游泳用品行业市场规模，2014-2023 年预测	9
图 2-3 中国游泳用品行业发展历程	12
图 2-4 中国游泳用品产业链	12
图 3-1 中国居民人均年可支配收入及消费支出，2014-2018 年	16
图 4-1 中国游泳用品行业相关政策	21

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 头豹依托中国活跃的经济环境，从消费品、游泳用品、电子商务等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，头豹的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ✓ 头豹融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ✓ 头豹秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。
- ✓ 头豹本次研究于 2019 年 06 月完成。

1.2 名词解释

- **游泳用品**：指游泳运动中所使用的物品，通常具备帮助漂浮、协助呼吸、减少阻力等功能。根据防护或使用的部位不同，游泳用品可分为泳帽、泳镜、泳衣、耳塞、鼻夹、浴巾、拖鞋、浮体物品等物品。
- **游泳**：指凭借浮力，使身体在水中有规律运动的技能。游泳运动可分为竞技游泳和实用游泳两大类。竞技游泳是奥林匹克运动会的项目之一，包括蝶泳、仰泳（也称背泳）、蛙泳和自由泳（也称爬泳）四种泳姿的竞速项目，以及花样游泳等；实用游泳分为侧泳、潜泳、反蛙泳、踩水、救护等。
- **漂浮物品**：指帮助游泳初学者进行浮力训练的浮体物品，包含救生衣、救生圈、泡沫塑料、浮标、打水板、浮袖等。
- **涤纶**：指聚酯纤维，是合成纤维的一个重要品种。
- **氨纶**：指聚氨基甲酸酯纤维，是一种弹性纤维。氨纶具备耐酸碱、耐磨等优良特性，可用海水浸泡，可干洗。
- **锦纶**：又称尼龙或聚酰胺纤维。锦纶耐磨性较高，弹性回复率可达 100%。
- **公共泳池**：指向公众开放的泳池，包含体育中心内的游泳馆、少年宫的游泳场、健身房的泳池等形式的公共游泳场所。公共泳池可依据水温的不同，划分为一般游泳池和温水泳池。从泳池所在位置角度区分，可划分为室内泳池和室外泳池。
- **移动式支架泳池**：指由支架支撑的充气泳池。移动式支架泳池是典型的新型泳池之一，具备建设成本低、方便装卸、维护成本低、更新换代快等优势，满足了大部分儿童休闲游泳的需求。



招聘 行业分析师

我们一起“创业”吧，开启一段独特的旅程！

✉ 邮箱：fs.recruitment@frostchina.com

📍 工作地点：北京、上海、深圳、香港、南京、成都



2 中国游泳用品行业市场综述

2.1 游泳用品的定义与分类

游泳指凭借浮力，运用各种技能使身体在水中有规律前行的运动。依据运动的目的，游泳运动可分为竞技游泳和实用游泳两大类。竞技游泳是奥林匹克运动会的项目之一，包括蝶泳、仰泳（也称背泳）、蛙泳和自由泳（也称爬泳）四种泳姿的竞速项目，以及花样游泳等；实用游泳分为侧泳、潜泳、反蛙泳、踩水、救护等。

游泳用品指游泳运动中所使用的物品，通常具备帮助漂浮、协助呼吸、减少阻力等功能。根据防护或使用的部位不同，游泳用品可分为泳帽、泳镜、泳衣、耳塞、鼻夹、浴巾、拖鞋、漂浮物品等物品（见图 2-1）。目前，室内泳池要求入水必备泳帽、泳镜及泳衣，对辅助游泳用品不做强制要求。皮划艇、浮潜设备等常用于划水、潜水等娱乐活动，不在本报告的研究范围之内。

图 2-1 游泳用品分类 (按防护或使用部位划分)



来源: 头豹研究院绘制

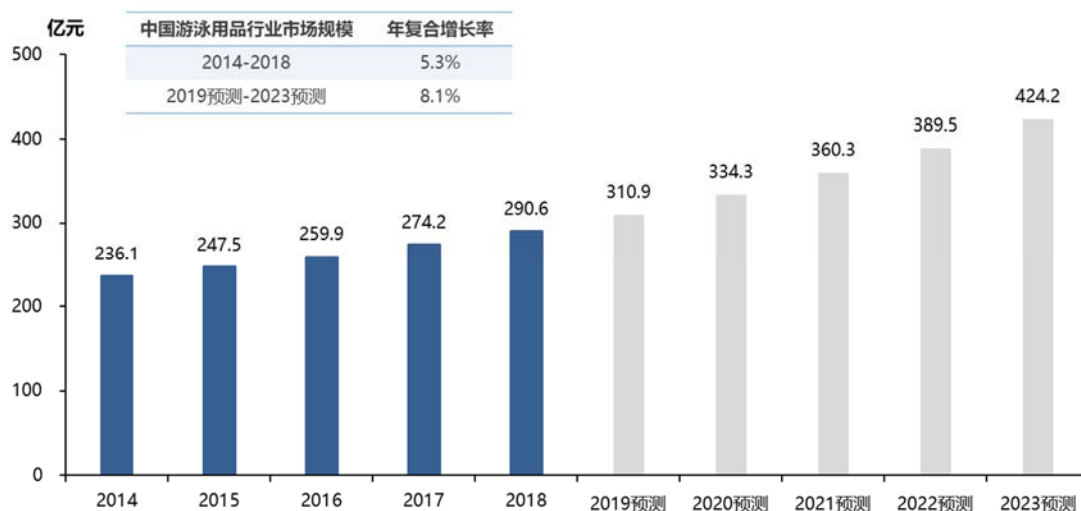
- 泳帽指游泳时佩戴于头部, 用来包住头发和耳朵的游泳用品。佩戴泳帽可避免头发完全浸泡在含氯的池水中, 有效地保护头发, 减少池水对头发发质的损伤。同时, 佩戴泳帽还可以减少阻力, 增加游泳速度。
- 泳镜指游泳时佩戴于眼前, 防止池水入眼, 保护眼睛的游泳用品。佩戴泳镜有助于游泳者看清水下环境, 增添游泳乐趣。
- 泳衣指游泳时穿着的专用服装。从服装款式分类, 常见的女士泳衣有两件式 (如比基尼等)、一件式 (连体泳衣) 等; 常见的男士泳衣为泳裤, 可分为三角泳裤和平角泳裤。从应用场景分类, 泳衣可分为专业泳衣和休闲泳衣。前者用于竞技训练或比赛, 款式简洁, 紧身而富有弹力, 可减少游泳阻力, 提高比赛速度; 后者用于沙滩休闲或日常游泳娱乐活动, 款式、色彩多样, 受流行元素影响明显。
- 耳塞指游泳时塞入耳中, 防止池水入耳的游泳用品。佩戴耳塞可防止池水灌入耳中, 避免水压导致的耳膜损伤及不洁池水环境带来的细菌感染问题。
- 鼻夹指用来夹住鼻翼, 防止游泳时呛水的用品。佩戴鼻夹有助于用嘴呼吸、防止池水入鼻。
- 浴巾是洗澡后用来擦拭身体的毛巾。离开泳池时, 游泳者用浴巾擦干残留的池水, 保持身体干燥并能很好地维持体温。

- 拖鞋指后跟全空的平底鞋。游泳后，消费者穿沙滩拖鞋或者冲凉拖鞋淋浴。
- 漂浮物品指帮助游泳初学者进行浮力训练的浮体物品，包含救生衣、救生圈、泡沫塑料、浮标、打水板、浮袖等。

2.2 中国游泳用品行业的市场规模

随着中国人均可支配收入及消费水平的提高,国内游泳用品消费者更多追求游泳用品功能升级、款式多样,为游泳用品消费市场奠定坚实的基础。此外,不断完善的体育政策在游泳用品企业生产、游泳基础设施建设等环节发挥鼓励、支持、促进作用,推动游泳用品消费行业的持续发展。中国游泳用品行业的市场规模由2014年的236.1亿元人民币增长至2018年的290.6亿元人民币,年均复合增长率为5.3%。未来五年中,中国游泳用品行业消费群体进一步扩大,公共游泳基础设施建设不断完善,国内游泳用品行业将稳步增长,预计市场规模2023年将增长至424.2亿元人民币,年均复合增长率为8.1%(见图2-2)。

图 2-2 中国游泳用品行业市场规模, 2014-2023 年预测



来源: tbTEAM 软件采编, 头豹数据中心编制

2.3 中国游泳用品行业发展历程

中国游泳用品行业随游泳运动的兴起而不断发展。中国游泳用品市场萌芽于 1887 年，发展至今，已经经历三个阶段（见图 2-3）：

1887 年至 1948 年，中国游泳用品行业处于萌芽阶段。1887 年，广州修建国内首个室内游泳池，开启中国竞技游泳的时代。此后，中国相继参加菲律宾、日本等国举办的游泳竞赛，竞技游泳进一步发展。同时，国内游泳用品市场应需而生，这一阶段的游泳用品以竞技游泳用品为主，多为泳衣、泳裤、泳帽等常见游泳用品，款式简单、色彩单一。游泳用品的主要消费群体为专业的竞技游泳运动员，大众游泳并未普及。

1949 年至 1990 年，中国游泳用品行业处于奠基阶段。建国以后，政府大力倡导游泳运动，大众游泳兴起。这一阶段，由于室内游泳设备尚未完善，大众游泳活动多在天然水域进行，如江、河、湖、库、海等。游泳用品主要消费群体仍为专业的游泳运动员，大众游泳爱好者倾向于穿着便服游泳或者直接裸泳，大众游泳用品尚未普及。

1990 年及以后，游泳用品市场持续保持平稳增长，国内游泳用品行业进入发展阶段。这一阶段，国家有关政策鼓励体育发展，游泳作为体育运动的一项，有助于形体塑造和锻炼呼吸系统，逐渐受到广大游泳爱好者欢迎。随着居民生活水平的提高，大众消费者有能力购买更多的游泳用品，泳帽、泳衣、泳镜、游泳背包、游泳拖鞋、游泳浴巾等多个游泳用品细分市场不断发展。色彩多样、款式丰富、功能完善的游泳用品不断出现，大众游泳用品行业快速发展。以泳镜为例，除了近视泳镜、老花泳镜外，新型泳镜还包括防辐射泳镜、防雾泳镜等，满足游泳消费者的多样化需求。未来，游泳人群将不断扩大，大众游泳用品市场进一步发展。

前哨 2020 | 科技特训营

掌握创新武器 抓住科技红利

Insights into Tech and the Future

直播时间
每周四20:00-21:00

全年50次直播课程
+私享群互动

随报随听

王煜全

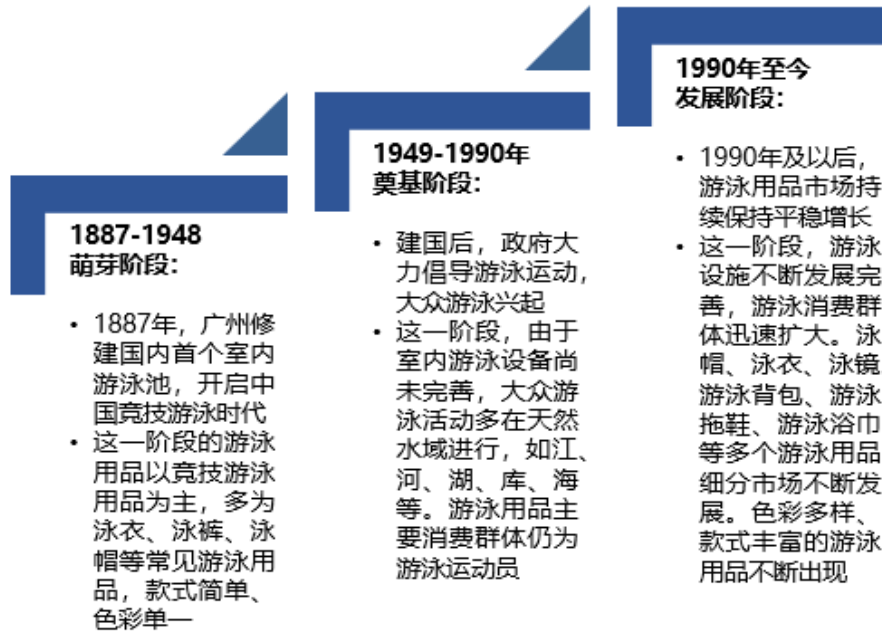
海银资本创始合伙人
得到《全球创新260讲》主理人



扫码报名

微信咨询: InnovationmapSM
电话咨询: 157-1284-6605

图 2-3 中国游泳用品行业发展历程

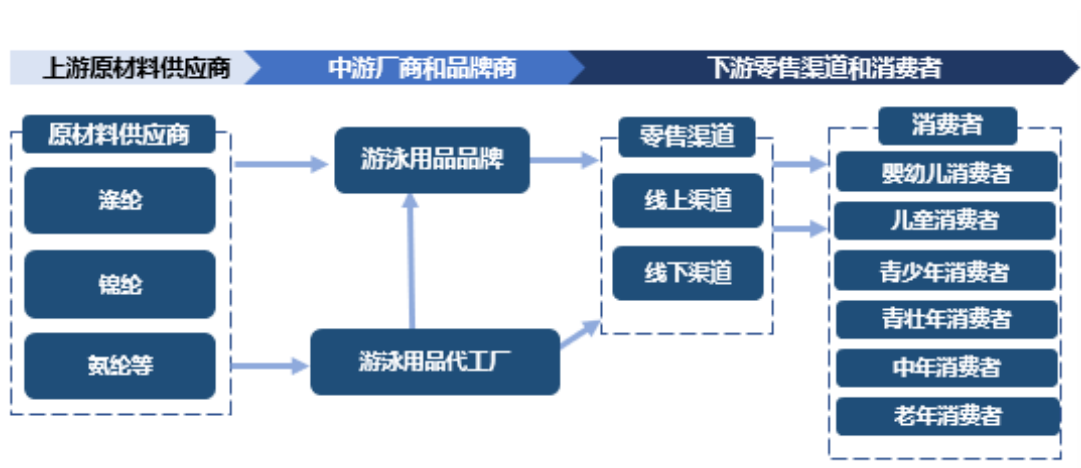


来源: 头豹研究院绘制

2.4 游泳用品产业链分析

游泳用品行业的产业链较为复杂, 参与者众多。游泳用品产业链上游参与者是游泳用品原材料供应商。产业链中游的主体是游泳用品零售品牌、加工制造厂; 产业链下游涉及游泳用品的零售渠道和消费者 (见图 2-4)。

图 2-4 中国游泳用品产业链



来源: 头豹研究院绘制

2.4.1 上游分析

➤ 原材料供应商

游泳用品原材料供应商是提供游泳用品生产、制造、加工过程中所涉及原材料的商家。游泳用品品种繁多，不同游泳用品材质各不相同。泳衣、泳帽为常用游泳用品，使用频率最高。室内游泳活动要求游泳者身穿泳衣，头戴泳帽，对佩戴泳镜与否不做强制规定。因此，泳衣、泳帽成为消费热度最高的游泳用品。泳衣与泳帽材质相似，相关产品生产涉及的原材料主要为涤纶、锦纶及氨纶等。

目前，泳衣、泳帽市场上涤纶和锦纶面料价位低，弹性足，适宜制作游泳服装，市场渗透率最高。国家关于产业升级转型的要求加剧了涤纶、锦纶等化纤生产行业的竞争，部分环保不达标的生产企业被淘汰，行业集中度进一步提高。桐昆集团股份有限公司、新凤鸣集团股份有限公司等厂家民用涤纶产量高，产品品质好，具备较高的议价能力。恒申控股集团有限公司、福建锦江科技有限公司等厂家民用锦纶产量高，对锦纶行业的中下游企业有较高的议价能力。

2.4.2 中游分析

➤ 游泳用品加工厂（代工厂）

游泳用品加工厂指涉及研发、生产、制造、包装等流程的游泳用品生产企业。游泳用品加工公司与零售品牌之间常见的合作方式有 OEM、ODM 模式。前者指委托生产模式，游泳用品核心资源由品牌方控制，如泳衣的版型数据、设计方案等；后者指委托游泳用品加工公司按照零售品牌的需求设计并生产具体产品的模式，产品设计等核心资源由生产商控制。

知名游泳用品品牌注重产品创新，具备较高的品牌美誉度，在产业链中议价权高。以速比涛（Speedo）为例，其泳衣面料和设计不断改进，引领泳衣行业发展。速比涛应用抗氯

面料于泳衣、泳帽等游泳用品中，解决了尼龙料在水中褪色的问题，延长产品使用寿命。水刀和鲨鱼皮设计为速比涛提升游泳速度的发明，深受运动员喜爱。

➤ 游泳用品零售品牌

游泳用品品牌方是游泳用品的零售品牌，包含专业游泳用品品牌及综合体育用品品牌。游泳用品品牌方依托游泳用品加工工厂（自营工厂或代工厂），结合渠道资源，为消费者提供游泳用品。目前，国内游泳用品市场知名的专业游泳用品零售品牌有速比涛（Speedo）、阿瑞娜（Arena）、英发、雅丽嘉等；综合体育用品品牌有浩沙、耐克（Nike）、迪卡侬（Decathlon）等。

此类品牌通常通过各类市场营销手段积极拓展游泳用品市场，扩大品牌影响力，提升产品附加值。游泳用品品牌中，高端游泳用品品牌多来自国外。知名的外国高端游泳用品品牌有速比涛（Speedo）、阿瑞娜（Arena）、菲尼斯（Finis）、耐克（Nike）、阿迪达斯（Addidas）等。这些品牌长期与国家游泳队合作，提供定制化游泳用品，品牌美誉度高。

2.4.3 下游分析

➤ 零售渠道

游泳用品行业下游参与者为零售渠道商及消费者。具体而言，游泳用品的零售渠道可划分为线上渠道和线下渠道两类。其中，线上渠道主要指电商平台（如淘宝、天猫等）的游泳用品商铺及游泳品牌的官方网站。商家依托线上店铺进行产品展示、宣传，协助线上消费者挑选、购买游泳用品，并通过线上支付完成购买流程。微信等社交平台也是游泳用品销售的线上渠道之一。部分游泳用品微商通过微信店铺、朋友圈发布游泳用品产品信息，借助微信平台与客户沟通，最终通过微信端支付方式（如发红包、转账等）完成游泳用品交易结算。线下零售渠道指百货或者卖场中出售游泳产品的商铺以及出售游泳用品的体育用品专卖店。

拥有十二年游泳用品品牌管理经验的专家表示，2018年，游泳用品线上销售额占比约70%。随着网购的渗透率进一步提高，更多游泳用品产品的线下销售将逐渐转化为线上销售。

➤ 消费者

从大众游泳用品总体消费群体分析，青少年及青壮年游泳爱好者是游泳用品消费的主体，低龄及老年游泳消费群体呈现不断扩大趋势。随着二胎政策开放及婴幼儿保健意识的增强，更多家长选择婴儿游泳来刺激孩子的视觉、温觉、嗅觉、触觉及皮肤、肢体、关节、骨骼等，增强婴儿活动量，提高婴儿对外界环境的敏感度及其身体免疫能力。

游泳作为水中有氧运动，可刺激心跳加快，锻炼心肌。老年人在游泳的呼吸过程中，强化了呼吸肌力量，改善了肺通气功能。游泳运动还能使血液里的脂肪酶增加，加速胆固醇的分解，从而降低血管壁沉积物的积存，对防止或减轻老年人的动脉硬化和心血管病有良好的作用。此外，池水对于老年人僵硬的关节起到按摩作用，有助于舒缓关节压力。基于游泳运动有助于心血管和关节健康，老年游泳活动日益受重视，老年游泳群体逐步扩大。

3 驱动及制约因素

3.1 驱动因素

3.1.1 宏观经济持续增长，为游泳用品消费奠定基础

近五年来，中国国民经济保持快速增长态势，国内居民年均可支配收入以及消费支出不断增加，为中国游泳用品行业的稳定发展奠定了良好的经济基础。2014年至2018年，中国国民人均可支配收入从20,167.1元增长至28,228.0元，年复合增长率为8.8%；同时，国内居民人均消费支出从14,491.4元增长至19,853.0元，年复合增长率为8.2%（见图3-1）。国内居民年均可支配收入及消费支出的持续增长，增强了游泳用品消费的信心，为游泳用品消费奠定物质基础。

“消费升级”助力专业游泳用品细分市场的发展。专业游泳用品具备提速快、舒适度高、单价较高等特点。随着生活水平不断提高，游泳用品消费者对于产品舒适度及游泳速度的要求随之提高，游泳用品消费呈现专业化趋势。大众游泳爱好者效仿竞技运动员，追求游泳用品的专业度将推动总体游泳用品市场规模扩大。

图 3-1 中国居民人均年可支配收入及消费支出，2014-2018 年



来源：国家统计局，头豹数据中心编制

3.1.2 消费群体不断扩大，为游泳用品市场总体规模的扩大奠定基础

中国游泳用品行业消费群体规模不断扩大，推动国内游泳用品市场进一步发展。具体而言，中国游泳用品消费群体的扩大一方面体现在婴儿游泳及老年游泳健身消费群体的出现，另一方面体现在青少年、青壮年及中年游泳消费者数量的增多。由于皮肤娇嫩，关节尚未发育完全，婴儿不能完成成人的健身运动，活动量有限。游泳通过安全地增加婴儿活动量，能达到增强婴儿免疫能力的效果。游泳是一种相对安全的运动方式，水的阻力或推力能起到缓冲作用从而避免老年人游泳群体受到不必要的运动伤害。同时，游泳还对老年人常见的心血管、呼吸系统及关节疾病有保健作用，受到越来越多老年健身者的喜爱。此外，随着总体人口的不增多，青少年、青壮年及青年游泳爱好者总数也相应增加。近十年来，中国竞技体

育发展迅速，培养了大众参与游泳活动的积极性，游泳运动在青少年、青壮年及中年消费者中的渗透率增长，加快主流游泳消费人群数量的增长。老年游泳群体及婴儿游泳群体的出现，主流游泳消费群体的扩大将助力中国总体游泳人群数量的增长，促进游泳用品消费市场总体规模增长。

3.1.3 泳池等游泳设施的建设促进大众游泳运动的发展，带动游泳用品行业发展

中国国务院、中国发展改革委员会、中国体育总局等有关监管部门重视体育行业相关的法律法规、政策、条例及相关行业标准的制定及执行工作。近五年来，监管部门陆续颁布了《体育发展“十三五”规划》、《全民健身计划》等规定，鼓励各类群众健身活动，支持相关公共健身设施的建设工作。具体而言，国家对于全民健身中心及社区拼装式游泳池项目给予不同额度的资金支持，鼓励社会力量合力经营游泳项目（如公共泳池外包经营等）。公共泳池数量的增多，将促进大众游泳运动的推广与流行，从而带动游泳用品行业迅速发展。

21 世纪以来，浙江省公共泳池数量快速增加，仅杭州市公共泳池（包含体育中心内的游泳馆、少年宫的游泳场、健身房的泳池、学校校内泳池等形式的公共游泳场所）达到数百家，调动了大众游泳运动的积极性，专业游泳运动员队伍建设更加顺利。浙江省是中国的游泳强省，每年为各大国际游泳赛事输送健将级游泳选手数名。

新型泳池的出现解决了传统泳池投入大、场地要求高的难题，为游泳休闲活动提供理想的场所。移动式支架泳池是典型的新型泳池之一，具备建设成本低、方便装卸、维护成本低、更新换代快等优势，满足了大部分儿童休闲游泳的需求。

3.2 制约因素

3.2.1 游泳用品行业起步晚

相较于国外游泳用品行业，中国游泳用品行业起步较晚。1887年，中国第一个室内竞技泳池在广州修建，开启中国竞技游泳时代。此后，中国竞技游泳运动员长期依赖国际游泳品牌提供相关产品。直至20世纪90年代，国产游泳品牌相继出现，生产各类游泳用品，结束了完全依赖国际游泳产品的时代。相较于欧美国家，中国游泳用品行业起步较晚，对游泳技术的研究深度不足，消费者身型数据积累缺乏。因此，国产品牌游泳用品款式简单、色彩单一、价格低廉。近十年来，中国竞技游泳不断发展，游泳运动受到重视，与之合作的国际游泳用品品牌如Speedo、Nike等品牌知名度和美誉度进一步提高，在国内游泳用品市场的影响力扩大，进一步拉大与国产游泳用品的差距，国产品牌发展遇阻。

3.2.2 游泳池等公共游泳资源缺乏、分布不均

经过近十年的建设，公共泳池在总体数量上不断增长，但中国人均游泳场地拥有率仍然很低。2016年5月，国家卫生计生委提出《公共场所设计卫生规范》，明确规定人均泳池面积应不少于2.5平方米。《规范》有利于保障游泳者的水下体验，但未能从根本上解决游泳场所缺乏的难题。夏季，游泳爱好者集中在晚上进行游泳运动。由于公共游泳场馆数量的有限，游泳场所供不应求，群众需要长时间等待才能入场，而排队时间过长将打击游泳爱好者运动热情。健身房等私营的游泳场所由于维护成本高等原因，游泳票价较高。以深圳为例，普通游泳经营场所单次游泳票价均价在50元左右，星级酒店的游泳池单次票价更高，可达百余元。高昂的游泳成本也将成为阻碍游泳行业发展的原因。

目前，中国大部分公共泳池分布在城市的健身房、体育中心、学校等场所，县、乡等行

政单位公共游泳设施缺乏，不利于广大农村游泳爱好者进行室内游泳运动。农村游泳爱好者在露天湖泊、江河等场所进行户外游泳运动，安全无法保障。

推广

Deansel

**改变营销增长格局
布局品牌私域生态**

鼎栈—专注品牌私域增长落地的顾问公司

扫码咨询

网站: www.deansel.com
邮箱: info@deansel.com
电话: 156-0190-7109

杨永康
鼎栈创始人&CEO

3.2.3 部分游泳场所经营者不规范经营行为损害消费者信心

部分泳池经营者为降低成本，追求利润，减少泳池换水次数及救生员数量，游泳者安全无法得到保障。

2017年，浙江省杭州市卫生和计划生育监督所对362家游泳场所（包括社会性游泳场所、宾馆饭店内设游泳场所、学校内设游泳场所及体育系统使用的游泳场所）进行全面的卫生监督检查、水质检测，其中25家游泳场所在游离性余氯、尿素、细菌总数和大肠菌群等重要水质指标上不合格。经营者在泳池日常卫生上的成本缩减（如不按规定进行消毒等）将增加游泳者的健康风险，消费者患皮肤病等传染病风险增加，也将成为群众进行游泳运动的顾虑之一。

根据有关规定，水面面积在250平方米以下的人工游泳池，至少配备固定救生员2人；水面面积在250平方米以上的泳池，按面积每增加250平米及以内，增加1人的比例配备

固定救生员。部分游泳场所经营者为节约经营成本，减少救生员数量，或者管理不规范，救生员擅离职守，导致溺水等安全事故，短时间内影响大众游泳运动的积极性。

4 中国游泳用品行业政策及监督分析

随着游泳用品行业的持续发展，相关国家及行业监管部门日益重视法律法规及相关行业标准的制定、颁布及解释工作(见图 4-1)。近五年来，相关国家及行业监管部门在原有法规的基础上，依据市场发展实际情况，进一步细化、修订相关法律法规及行业规范，形成了有关游泳行业（游泳用品行业、游泳教育行业等）的规范制度体系。

2016年5月，中国体育总局颁布《体育发展“十三五”规划》，明确提出体育发展的目标：到2020年，经常参加锻炼的人数达到4.35亿，人均体育场地面积达到1.8平方米；体育产业规模和质量不断提升，体育消费水平明显提高。到2020年，全国体育产业总规模超过3万亿元，体育消费额占人均居民可支配收入比例超过2.5%。2016年6月，中国国务院提出《全民健身计划》，明确大力发展健身跑、健步走、骑行、游泳等大众运动项目，鼓励不同层次和类型的运动会；统筹健身场所及设施的建设，重点建设一批便民利民的中小型体育场馆、县级体育场、全民健身中心、社区多功能运动场等场地设施，结合基层综合性文化服务中心、农村社区综合服务设施建设及区域特点，继续实施农民体育健身工程，实现行政村健身设施全覆盖。在上述纲领性文件的基础上，中国发展改革委员会及中国国家体育总局还提出具体的落实方案，如《“十三五”公共体育普及工程实施方案的通知》。《通知》明确中小型全民健身中心每个项目（包含游泳项目）资助不超过800万元，农民体育健身工程项目每个资助不超过50万元，社区多功能运动场中的拼装式游泳池项目每个资助不超过100万元。健身、游泳行业相关的支持性政策不断完善、具体，将推动整个行业健康、有序的发展。

图 4-1 中国游泳用品行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《“十三五”公共体育普及工程实施方案的通知》	2017-01	中国发展改革委员会、中国体育总局	《通知》确定支持能够开展球类、武术、体操、游泳等单项或多项体育健身活动，且不设固定看台的中小型全民健身中心建设；支持社区多功能运动场建设，建设内容包括多功能健身场地、灯光球场、拼装式游泳池、健身步道、室内外健身器材等；中小型全民健身中心每个项目资助不超过800万元，农民体育健身工程项目每个资助不超过50万元，社区多功能运动场中的拼装式游泳池项目每个资助不超过100万元
《全民健身计划》	2016-06	中国国务院	《计划》大力发展健身跑、健步走、骑行、游泳等群众运动项目，鼓励不同层次和类型的运动会；统筹健身场所及设施的建设，重点建设一批便民利民的中小型体育场馆、县级体育场、全民健身中心、社区多功能运动场等场地设施，结合基层综合性文化服务中心、农村社区综合服务设施建设及区域特点，继续实施农民体育健身工程，实现行政村健身设施全覆盖
《体育发展“十三五”规划》	2016-05	中国体育总局	《规划》鼓励群众体育发展，提出到2020年，经常参加锻炼的人数达到4.35亿，人均体育场地面积达到1.8平方米；体育产业规模和质量不断提升，体育消费水平明显提高。到2020年，全国体育产业总规模超过3万亿元，体育消费额占人均居民可支配收入比例超过2.5%

来源：头豹研究院绘制

5 中国游泳用品行业市场趋势

5.1 旅游业发展带动异地游泳行业发展

室内游泳受到季节因素影响严重。夏季，室内泳池人满为患；冬季，即使在恒温泳池，游泳者也寥寥无几。季节影响游泳者的人数及游泳频次，游泳用品的销售也呈季节性变化。夏季，泳衣、泳镜、泳帽等游泳用品消费增长较快，消费频次相对较高；冬季，游泳用品消

费增长缓慢，有关生产、销售企业面临增长的压力。

拥有十多年游泳用品行业从业经验的专家表示，近五年来，居民出行次数不断增加，旅游业及交通运输不断发展，刺激了异地游泳消费的发展。冬季，消费者通常选择去海南或东南亚一带避寒，参与海边游泳或者其他水上游乐项目。参与这些旅游相关的水上游乐项目需要配备如救生衣、鼻夹、耳塞等用品，因此，旅游人次及频次的增加可增进相关游泳用品的消费。出差人士在入住酒店的游泳消费也能缓解游泳用品销售所受的季节性影响，促进整个行业在全年平稳的发展。高端酒店不但配备泳池设施，还提供游泳用品零售服务，为出差人士进行游泳消费提供便利。未来，游泳用品行业的季节性将随旅游业的发展而逐渐淡化，全年均衡而稳定的发展。

5.2 游泳用品产品多元化、专业化

消费者收入水平进一步提高，游泳用品消费群体更加关注产品的舒适度、个性化及功效性，形式多样、设计精美、功能完善的游泳用品不断出现。以泳镜为例，国内市场出现了近视泳镜、老化泳镜等具备不同功能的泳镜，满足特殊人群（近视、老花患者）对水下视觉清晰度的需求，增进了游泳体验。防雾泳镜具备防止水雾功能；抗紫外线泳镜可隔绝紫外线，保护视力，泳镜市场产品功能日益完善。

游泳用品呈现专业化趋势，游泳运动使用的竞技游泳用品也逐渐流行。国际游泳用品品牌专为国家游泳队设计的游泳包具备防水、漏水等功能，经过一些品牌推广活动的宣传如游泳明星代言等，引发模仿热潮，逐渐为大众游泳市场所接纳。在此基础上，竞技游泳眼镜及专业泳衣也相继进入大众游泳爱好者的视野。游泳爱好者效仿竞技游泳运动员追求游泳设备的优化，将进一步推动专业游泳用品市场发展。

5.3 游泳运动大众化

进入 21 世纪,中国竞技游泳发展迅速。国家游泳队各项竞技游泳项目成绩整体提高,男子中长距离(400 米、1500 米)竞技自由泳刷新世界纪录,运动员在奥运会、游泳锦标赛等大型运动赛事中取得佳绩。竞技游泳的发展鼓舞了大众游泳群众,大众游泳热潮到来。

为支持大众游泳行业的发展,进一步满足游泳爱好者对于游泳设施的需求,国家鼓励基础游泳设施建设。国家有关部门支持各级行政单位健身中心建设,健身中心可配备室内游泳馆等相关设施,社区拼装式游泳池能灵活利用场地,受到推崇。社区多功能运动场的拼装式游泳池可获得政府的支持资金。这些以公益性为导向、政府投资兴建的公共游泳设施免费或低收费向社会开放,充分利用了城市公园、郊野公园、公共绿地及城市空置场所,调动了大众游泳爱好者的积极性,带动相关游泳用品消费的发展。

6 中国游泳用品行业竞争格局

6.1 竞争格局分析

游泳用品行业可进一步细分为游泳用品加工行业和零售行业。游泳用品加工制造品牌众多,规模不等的游泳用品加工厂遍布沿海地区(如珠三角、长三角等)。目前,国内市场尚未出现具有代表性的游泳用品加工厂。游泳用品零售行业的市场可依据品牌来源,进一步划分为国产游泳用品品牌和国外游泳用品品牌。国产游泳用品品牌中,知名度较高的有浩沙、飘、雅丽嘉、英发等。大部分国产游泳产品价格较低(几十至数百元),聚焦大众游泳用品市场。国外游泳用品品牌中,知名度较高的有耐克(Nike)、迪卡侬(Decathlon)、速比涛(Speedo)、阿瑞娜(Arena)。国际知名品牌长期与国家游泳队合作,提供专业竞技游泳产品。国际游泳用品价格相对较高,以泳衣为例,零售端价格在数百元以上,部分高端产品

售价高达数千元。

6.2 游泳用品行业企业分析

6.2.1 雅丽嘉运动用品有限公司（雅丽嘉）

6.2.1.1 企业概述

雅丽嘉运动用品有限公司成立于 2005 年, 主营水上用品业务, 提供泳镜、泳帽、蛙鞋、潜水镜等产品的设计, 研发, 生产, 销售服务。雅丽嘉在深圳市设有独立厂房, 其产品设计、机械操作、生产设备质量已通过 ISO 9001 测试验证。雅丽嘉坚持生产技术创新、质量把控, 致力于提高售后服务质量, 获得客户认可。目前, 雅丽嘉聚焦全线游泳镜及防水产品生产、研发工作, 并不断进行其他相关产品创新。

6.2.1.2 竞争优势

➤ 产品质量优良

雅丽嘉公司具备 20 多年的光学技术研究经验及丰富的游泳用品销售经验。目前, 雅丽嘉依托游泳镜生产的专业机器设备进行产品生产。游泳镜生产设备包括进口真空电镀机、双面强化及防雾机、单机防雾机、电子烘干机、超声波清洗机、固成份测试仪、全自动查片测试仪、应力测试仪、强化电镀耐磨测试仪等生产设备和检测仪器。雅丽嘉专门设立生产光学镜片的注塑部门, 配备专业开发设计技术人员 50 多名。技术人员具有丰富的生产管理经验, 严格执行 ISO9001 标准, 确保产品质量管理工作高效进行。

➤ 专注全线泳镜产品, 打造业内标杆

雅丽嘉专注于全线泳镜产品的生产、研发、销售工作, 旗下品牌雅丽嘉、可美娜提供平

光游泳镜、近视游泳镜、老花游泳镜、防雾眼镜、放紫外线眼镜等多种游泳眼镜产品，年产量可达数百万副。雅丽嘉生产的游泳眼镜采用精工光学镜面，使用优质抗冲击进口 pc 材料，稳定材质，抗紫外线能力强。游泳眼镜镜片透明度和强度较高，采用美国防雾处理技术作镜片处理。此外，镜面还进行超强化耐磨处理，并做真空电镀水银或五彩，美观时尚。由于雅丽嘉游泳眼镜产品种类齐全、品质优良、功能齐全、售价较低（通常为几十元），其产品受到了消费者的广泛认可。

6.2.2 英发实业有限公司（英发）

6.2.2.1 企业概述

英发实业有限公司成立于 2006 年，主营服装、游泳帽、游泳镜、钟表、箱包、鞋、体育用品、健身器材、纺织品等产品的生产、销售业务。英发在国内拥有两间较大规模的泳装、泳镜、硅胶帽生产工厂，同时配备先进的机械设备，招募数量可观的技工队伍，产品紧跟泳坛潮流，产品质量得以保证。

6.2.2.2 竞争优势

➤ 产品品类齐全，满足游泳消费者多样化需求

英发游泳产品种类丰富，提供包含泳装、泳镜、浴巾、游泳包、鼻塞、耳塞、助泳板等在内的游泳相关产品，满足消费者的不同游泳需求。此外，英发每个产品细分款式多样、功能齐全。以女士泳衣为例，英发提供具备抗氯、速干、提速、排水等不同功能的泳衣数十款。依据材质不同，泳帽也可分为布艺泳帽、硅胶泳帽、PU 泳帽，颜色不同、材质不同的泳帽共计数十种，产品品类齐全，消费者选择的空间较大。

➤ 设计理念先进，泳衣知名度高

自成立以来，英发紧跟泳装设计潮流，并深入研究游泳运动员的需求，为不同游泳运动员设计高品质游泳服。英发无缝泳装为英发专业泳衣的代表产品，获得专业泳装 FINA 认证，弹性好，流线型设计有助于运动员提升游泳速度，产品本身抗氯功能较强，，延长泳衣的使用寿命。由于英发泳衣质量较好，价格适中（休闲泳衣价格多为一百多元），英发泳衣获得消费群体广泛认可，品牌影响力进一步提升。

6.2.3 七圣企业有限公司（黑貂）

6.2.3.1 企业概述

七圣企业有限公司成立于 1981 年，主营钟表业务。1986 年，七圣企业有限公司创立“黑貂”品牌，致力于游泳眼镜的研究开发、生产和销售业务。创立以来，黑貂在泳镜材质及有关视觉技术方面不断创新，获得多项专利、认证及体育用品奖项，成为中国泳镜行业领军品牌。

6.2.3.2 竞争优势

➤ 专注研究泳镜，致力创新

黑貂提供泳衣、泳帽、泳镜、防雾喷雾、耳塞、游泳包等产品，泳镜为其主要的业务品类。黑貂为国内泳镜市场提供颜色、材质、功能各异的产品数十款，对镜脚、鼻桥、后扣、镜片及头带等方面进行研究设计，打造适合国内消费者的产品，增加佩戴舒适度。黑貂关注泳镜产品相关的创新，先后开发出塑胶玻璃 PC 光学泳镜、近视潜水眼镜、188 超广角光学泳镜（并获专利）、防雾眼镜等系列产品，并首次将非球面技术运用到近视游泳眼镜产品中，引领国内泳镜行业技术发展的潮流。

➤ 定制化服务满足消费者个性需求

除了标准化游泳产品外，黑貂还提供产品定制服务。以泳镜为例，黑貂泳镜的镜片、镜框可任意组合、拆换，为消费者提供多功能、多造型、多色彩的泳镜产品及配件。通过黑貂的零售渠道，游泳爱好者可以定制专属黑貂泳镜，选择合适的镜框、镜片、近视或老花度数及瞳孔距离的泳镜产品，满足消费者个性化的需求。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务



报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报



图说



表说



专家说



数说

详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451