

2026 · 飞瓜抖音

专业 运动鞋

线上消费市场洞察



谁在涨？

品类趋势



卖给谁？

消费趋势



机会在哪？

增长机会

2026-09

飞瓜数据 出品



飞瓜

抖音版



飞瓜品策



飞瓜易投

WWW.FEIGUA.CN

历史报告目录

附录

APPENDIX

- 《2024年美白市场线上消费与行业洞察》（已发布）
 - 《2024年Q1酒类线上消费趋势洞察》（已发布）
 - 《2024年冰淇淋品类线上消费与行业洞察》（已发布）
 - 《2024年咖啡品类线上消费与行业洞察》（已发布）
 - 《2024年大家电品类线上消费与行业洞察》（已发布）
 - 《2024年滋补保健品品类线上消费与行业洞察》（已发布）
 - 《2025年防晒衣品类线上消费与行业洞察》（已发布）
 - 《2025年敏感肌美妆线上消费市场洞察》（已发布）
 - 《2025年婴童用品线上消费与行业洞察》（已发布）
 - 《2025年休闲零食线上消费与行业洞察》（已发布）
 - 《2025年银发市场线上消费与广告投放报告》（已发布）
 - 《2025年冲锋衣品类线上消费市场洞察》（已发布）
 - 《2025年抖音调味品线上消费市场洞察》（已发布）
 - 《2026年飞瓜抖音美妆品类线上消费市场洞察》（已发布）
 - 《2026年Q1飞瓜抖音乳制品品类线上消费市场洞察》（已发布）
 - 《2026年飞瓜抖音个护家清品类线上消费市场洞察》（已发布）
 - 《2026年飞瓜抖音生鲜品类线上消费市场洞察》（已发布）
 - 《2026年飞瓜抖音厨房电器品类线上消费市场洞察》（已发布）
 - 《2026年飞瓜抖音宠物生活品类线上消费市场洞察》（已发布）
 - 《2026年飞瓜抖音专业运动鞋品类线上消费市场洞察》（本期报告）**
- 更多行业报告，敬请期待……

目录

CONTENTS

PART 01. 运动鞋市场概览

PART 02. 运动鞋核心品类探索

2.1 跑步鞋 品类分析

2.2 登山鞋/徒步鞋 品类分析

2.3 篮球鞋 品类分析

2.4 其他运动鞋 品类分析

运动鞋市场概览

1.1 多元运动场景打开增量空间，运动消费用户趋于年轻化

1.2 跑步鞋占据绝对主流，细分专业鞋类增长潜力充足

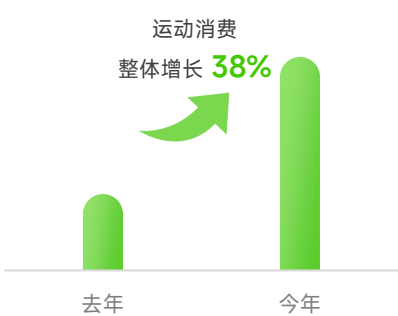
01

行业市场分析

多元运动场景打开增量空间，运动消费用户趋于年轻化

根据抖音电商披露，过去一年抖音运动消费市场正处在规模继续扩张，平台运动赛道的商户参与度与商品供给丰富度同步提升，市场供给容量得到明显扩充，消费场景也从单一训练向户外、骑行等生活方式延伸，为运动市场打开更多延伸需求。

过去一年抖音运动消费关键数据对比趋势



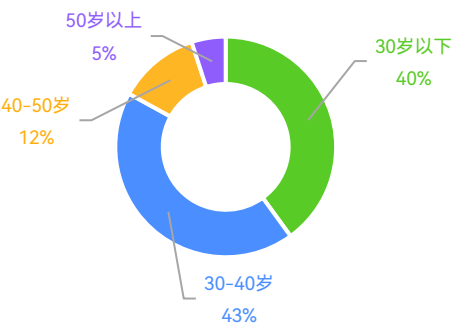
热销运动商品TOP



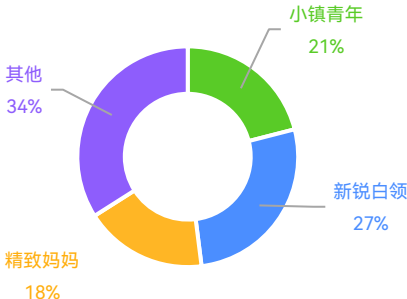
时间周期：2025年7月1日-2026年6月28日；同比周期：2024年7月1日-2025年6月28日

抖音运动消费用户主要集中在中青年群体，40岁以下用户合计占比达到 83%，构成平台运动消费的主力人群。从人群画像来看，新锐白领、小镇青年、精致妈妈为标识化的核心消费群体，可以看出运动消费不再局限单一圈层，都市职场、下沉市场、家庭消费群体均形成稳定消费力量，为运动市场带来多层次的消费机会。

运动消费用户的年龄分布



运动消费用户的八大人群画像分布



数据说明：本页数据来自抖音电商，《2026抖音电商运动消费趋势报告》，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

抖音市场分析

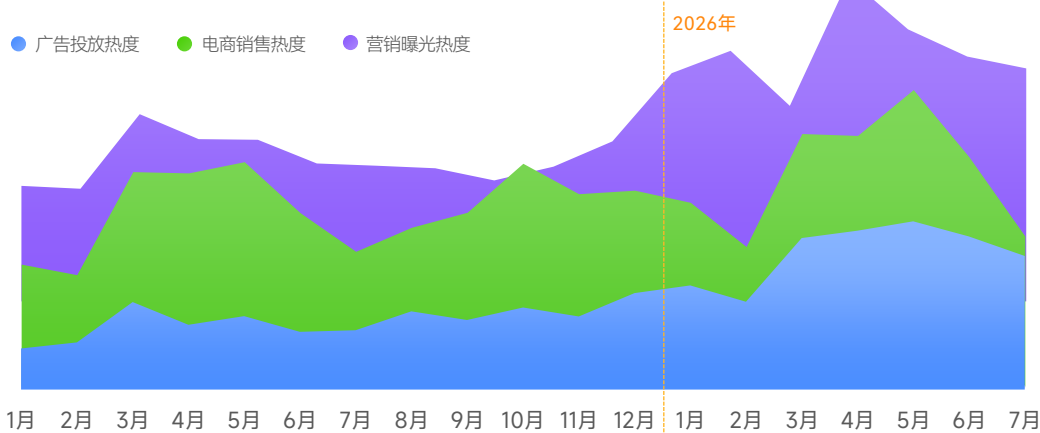
运动鞋品类全域热度走高，供给与消费同步向上

2026年抖音运动鞋品类各项指标均实现正向增长，销售热度和销售均价同步扩张，显示消费者对运动鞋的支付意愿持续提升；与此同时，围绕运动鞋的内容生态也在快速扩张，短视频与直播成为持续放大品类声量的核心引擎。抖音运动鞋已形成消费热度与内容热度双轮驱动的上行结构。



月度趋势来看，品类热度呈波动上升走势，广告投放、电商销售、营销曝光三类热度整体走势趋同，2026年整体热度水平高于去年同期，3-5月为全年热度高峰。

2025-2026年抖音运动鞋品类热度月趋势图



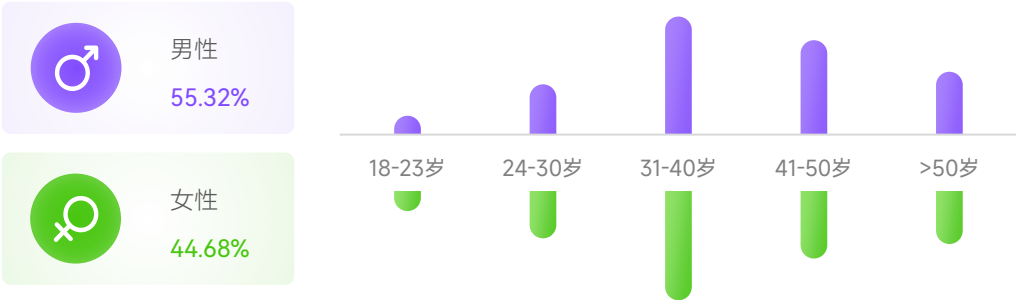
数据说明：选取2025-2026年销量大于0的商品数据分析，其中2026年统计周期为1-7月，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

消费者洞察

中青年为消费主力，功能体验成为用户重点关注

运动鞋消费群体中男性占比略高于女性，两性用户均形成可观消费规模。年龄维度上，消费者覆盖多代际人群，其中31-40岁用户消费贡献最为突出。不同年龄层的消费需求存在差异，平台同时承接家庭日常、通勤、运动等多元消费场景，为品牌针对不同年龄段做产品与内容规划提供基础。

2026年运动鞋品类消费者性别分布



从用户反馈来看，用户既关注脚感、耐磨、防滑等实际穿着性能，也对尺码标准化提出诉求，反映消费者选购运动鞋时，实际穿着表现是决策重要因素，品牌可以针对鞋底脚感、尺码参考等做优化，以匹配用户诉求。

2026年运动鞋消费者高频功能痛点及用户原声



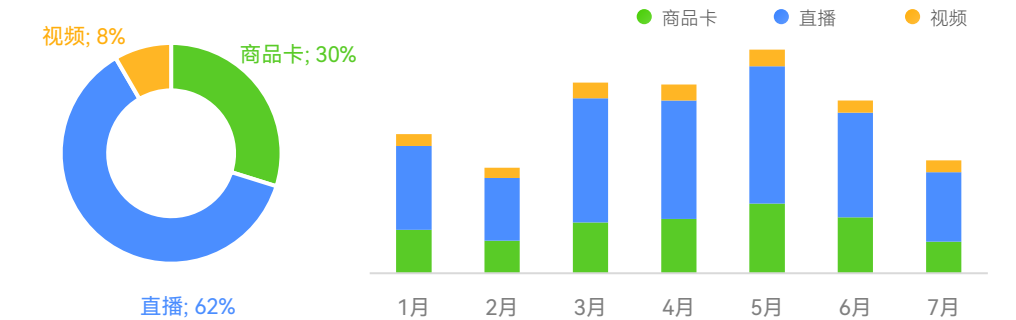
数据说明：选取2026年销量大于0的商品数据分析，其中2026年统计周期为1-7月，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

渠道与带货分析

多渠道协同支撑品类销售，中腰部及潜力达人释放增长空间

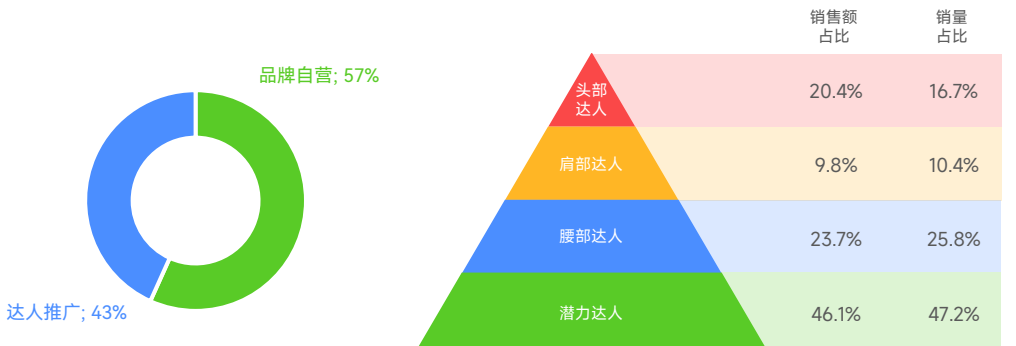
运动鞋销售渠道结构里，直播承担即时转化的主要作用，成为第一大贡献渠道，商品卡承接搜索、复购等非直播场景的需求，短视频辅助完成种草引流。不同月份各渠道占比动态浮动，说明商家可以根据淡旺季，灵活分配直播、商品卡、短视频资源，搭建完整的转化路径。

2026年运动鞋品类的各销售渠道的销售占比



运动鞋销售来源分为品牌自营与达人推广两大板块，品牌自营贡献过半销售份额，是品类销售的基本盘；而从达人侧来看，中腰部及潜力达人的销售占比最高，整体销售力量向中下层达人倾斜，说明运动鞋赛道并非完全依赖头部达人，品牌可以兼顾自营阵地建设，同时扩大和中腰部、潜力达人的合作，拓宽销售来源。

2026年品类达人销售分布（已排除商品卡）2026年各层级达人推广的销售分布（已排除品牌自营号）



数据说明：选取2025-2026年销量大于0的商品数据分析，其中2026年统计周期为1-7月，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

运动鞋二级品类分析

跑步鞋占据绝对主流，细分专业鞋类增长潜力充足

从运动鞋的各细分品类的数据来看，跑步鞋销售热度遥遥领先，是运动鞋赛道的核心品类；登山徒步鞋、篮球鞋位列第二梯队。不少小众专业鞋类同比增幅表现亮眼，部分细分品类实现高速增长。

整体市场呈现“大盘集中于大众跑鞋，细分专业赛道快速扩容”格局。大众款满足日常通勤慢跑的广泛需求，户外、专项运动带动细分鞋类需求释放，商家既可以稳固跑步鞋这一主流赛道，也可以布局对应高增长细分品类，挖掘增量机会。

2026年运动鞋二级品类销售热度分析



数据说明：选取2026年销量大于0的商品数据分析，其中2026年统计周期为1-7月，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

运动鞋核心品类探索

2.1 跑步鞋：基础面料营销底盘稳固，材质选择跟随季度冷暖切换

2.2 登山鞋/徒步鞋：硬核户外仍是核心营销场景，城市通勤场景价值持续释放

2.3 篮球鞋：中端价位销售体量领跑，平衡耐磨为核心功能诉求

2.4 其他运动鞋

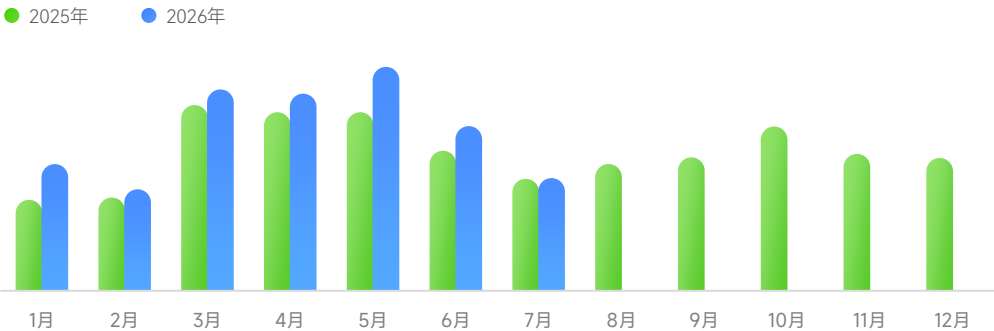


跑步鞋 品类分析

上半年为销售旺季，店铺类型呈现多元的销售格局

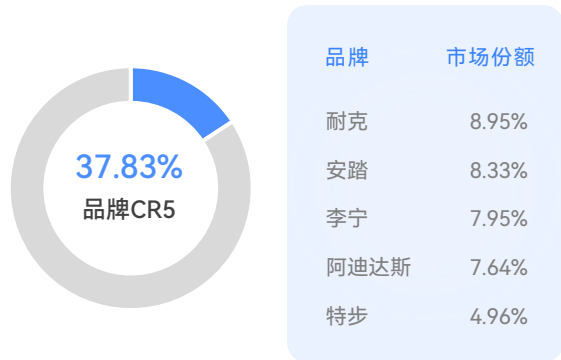
对比2025年月度销售表现，2026年1-7月跑步鞋各月销售水平普遍高于去年同期，其中3-5月是跑步鞋销售的旺季，销售规模达到年内高点，可以看出春季是跑步鞋消费释放的关键周期。对应运动出行、换季购鞋的消费习惯，品牌可在旺季前置布局货品、营销资源，匹配用户季节性采购节奏。

2025-2026年跑步鞋品类销售趋势分布

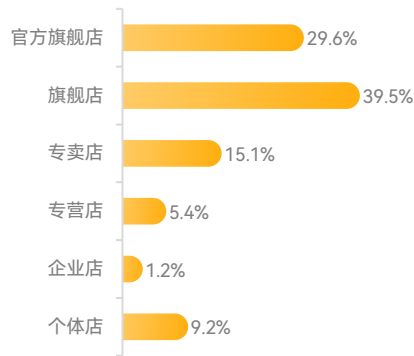


跑步鞋TOP5品牌合计市场份额 37.83%，市场没有出现高度垄断格局，留给其他品牌充足市场空间。店铺维度，旗舰店贡献最高销售占比，官方旗舰店紧随其后，可见品牌官方阵地是销售核心来源，同时个体、专卖等多元店铺也占据相应份额，市场竞争环境较为充分。

2026年跑步鞋品类品牌集中度（TOP5）



2026年跑步鞋各类型小店销售分布



数据说明：选取2025-2026年销量大于0的商品数据分析，其中2026年统计周期为1-7月，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

跑步鞋 品类分析

基础面料营销底盘稳固，材质选择跟随季度冷暖切换

2025-2026年跑步鞋主推面料呈现基础材质盘稳定，并随冷暖季度补充应季面料的特征。其中网面、橡胶长期稳居头部位置，是全年营销主推基础材质。皮面出现季节性冲高，四季度登上首位，对应冬季传播周期。

TPU热度持续抬升，从2025Q1开始逐步攀升，连续多季度进入靠前排名，关注热度不断提升。

2025-2026年跑步鞋品类每季度营销视频主推面料材质关键词



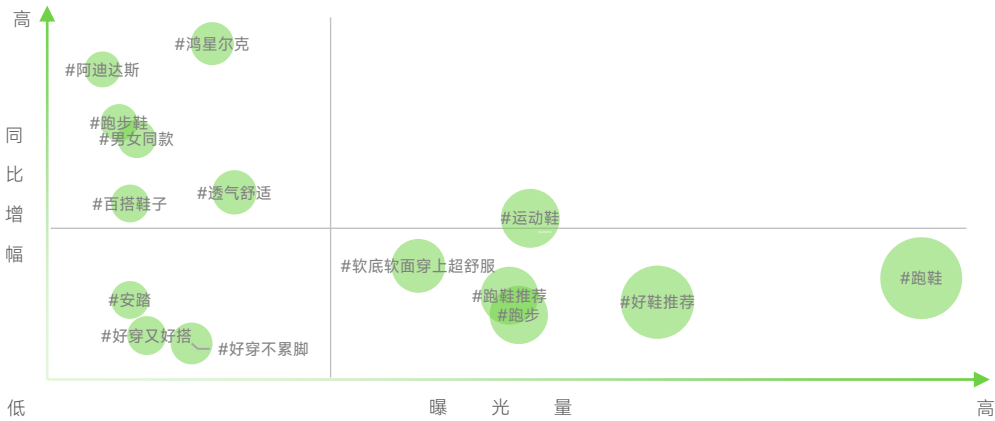
数据说明：选取2025-2026年销量大于0的商品数据分析，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

跑步鞋 品类分析

体验及品牌话题增长空间更大，功能与细分场景热度走高

从2026年跑步鞋品类相关热门话题来看，国货品牌、穿着体验类话题曝光同比增幅表现突出。品牌做内容投放时，可以把重心放在产品体验、品牌向话题，以此获取更好增长效率，实现差异化内容突围。

2026年跑步鞋品类话题竞争分布TOP15



2026年跑步鞋消费端的功能诉求进一步强化，国货品牌热度持续上涨，马拉松、体考等垂直场景关注度提升；同时行业面临同质化加剧的问题，对应的机会集中在细分赛道挖掘、国货品牌力建设、跨界联名等方向、

2026年跑步鞋品类话题解读

趋势预测

- 功能性需求提升，如软底、缓震等
- 品牌竞争激烈，国货品牌热度上升
- 特定场景受关注，如马拉松、体考等
- 跨界联名或特色设计产品增多
- 季节穿搭与跑鞋搭配受重视

潜在隐患

- 市场同质化严重，产品区分度降低
- 低价竞争影响品牌形象和利润
- 虚假宣传误导消费者
- 库存积压风险增加
- 消费者对品牌忠诚度下降

隐形机遇

- 开发细分市场跑鞋，满足特定需求
- 加强品牌建设，提升国货影响力
- 拓展线上销售渠道，利用直播带货
- 开展跨界合作，推出联名款产品
- 提供个性化定制服务

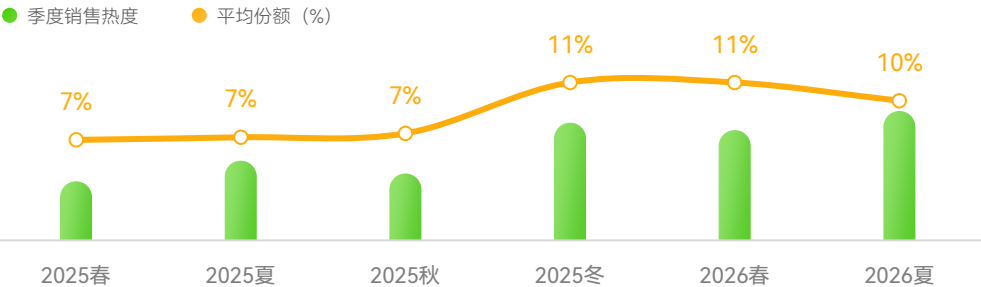
数据说明：选取2026年销量大于0的商品数据分析，其中2026年统计周期为1-7月，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

登山鞋/徒步鞋 品类分析

登山徒步鞋份额持续抬升，四季运营逻辑各有侧重

近年来登山鞋/徒步鞋品类市场份额呈现稳步上行走势，品类呈现清晰的季节性节奏。春季以新品发布为主，依托防水、抓地等专业属性打造爆款基础；夏季侧重轻量透气，以日常山系穿搭、换季清仓拉动走量。秋季提前铺垫四季度库存；冬季为全年销售主升阶段，主打重装防护场景，承接全年最大份额。

2025-2026上半年登山鞋/徒步鞋品类季度销售热度趋势



各季节登山鞋/徒步鞋 品类的推广趋势

春季	▶ 季节定位 上新+种草季：新款卖点同比翻倍，为全年爆款定调 ▶ 标题卖点：防水、GTX、抓地、新款、粉彩风 ▶ 内容公式 专业防护叙事：雨雪实测 + GTX大底特写 + 中帮保护；同步埋春季新色	夏季	▶ 季节定位 透气轻量+换季清仓：轻叙事走量，客单全年最低 ▶ 标题卖点：透气、夏季、粉彩风、王俊凯同款、女 ▶ 内容公式 轻量透气 + 山系穿搭 + 明星同款话题；季末断码清仓
秋季	▶ 季节定位 叙事切换+蓄水：防水/GTX回升，为Q4铺内容与库存 ▶ 标题卖点：防水、GTX、粉彩风、女、越野 ▶ 内容公式 叙事切换期：防水/GTX回归 + 新色系爆发 + 越野场景实测	冬季	▶ 季节定位 全年主升浪：2025年Q4占全年39%，份额峰值所在 ▶ 标题卖点：防水、GTX、中帮、高帮、秋冬 ▶ 内容公式 重装防护顶峰：雪地实测 + 保暖防水全家桶 + 礼赠场景

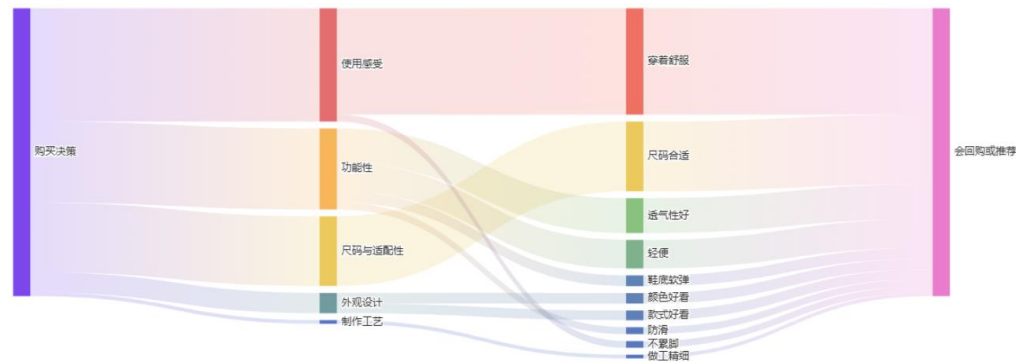
数据说明：选取2026年销量大于0的商品数据分析，其中2026年统计周期为1-6月，非平台全量数据，平均份额指该品类占“运动户外及功能鞋”大盘份额，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

登山鞋/徒步鞋 品类分析

使用感受决定回购转化，尺码适配是核心决策门槛

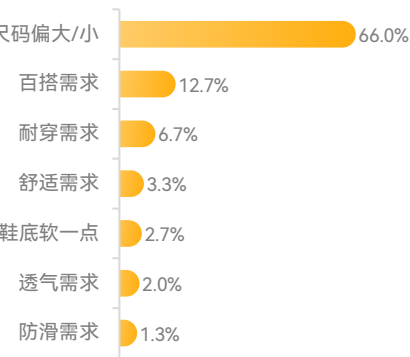
从品类回购分析，穿着舒服、尺码合适成为回购或推荐的关键落点，透气性、轻便、鞋底软弹、防滑等属性作为补充因素。可以看出，消费者选购时优先考量功能与上脚体验，尺码适配问题会直接影响后续复购，产品端需要兼顾穿着体感与尺码体系，营销内容重点放大舒适、合脚相关体验，推动用户向回购推荐流转。

2026年登山鞋/徒步鞋消费者的商品回购分析

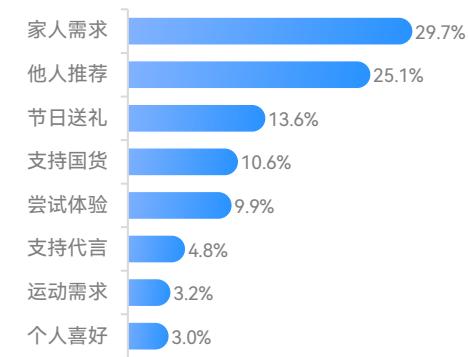


登山/徒步鞋消费端，尺码偏大偏小是消费者反馈最高的功能痛点，远高于百搭、耐穿、防滑等其它诉求，购买动机层面，家人需求、他人推荐占比靠前，反映该品类大量订单并非用于自身户外运动，更多是送礼、给家人购置、熟人种草转化，因此在营销传播上可以侧重亲友送礼、他人真实种草的叙事，贴合主流消费动机。

2026年登山鞋/徒步鞋消费者的功能需求



2026年登山鞋/徒步鞋消费者的购买动机



数据说明：选取2026年销量大于0的商品数据分析，其中2026年统计周期为1-7月，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

篮球鞋 品类分析

中端价位销售体量领跑，平衡耐磨为核心功能诉求

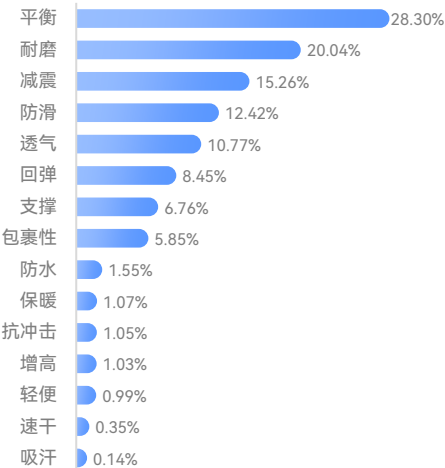
篮球鞋各价格带呈现销量与增速分化格局。200-350元是市场竞争重点赛道，同时拥有高销售占比与高同比增幅，品牌可以优先布局该价位段；同时，高端与低价赛道可以做差异化布局，提前抢占流量市场。

2026年篮球鞋品类的价格潜力分析

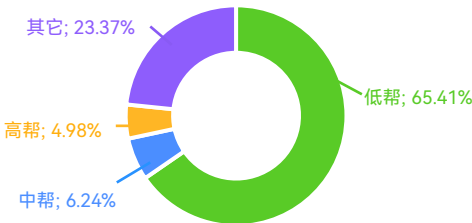


篮球鞋功能维度，平衡、耐磨、减震是销售占比靠前的核心功能，鞋帮高度上低帮款占据绝对份额。营销视频受众词云显示，男性、儿童、青少年是重点传播对象，同时覆盖学生、篮球爱好者、实战党等人群。

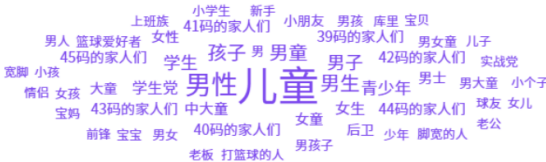
2026年篮球鞋商品 属性>功能 销售分布



2026年品类商品 属性>鞋帮高度 销售分布



2026年品类营销视频主推目标受众词云



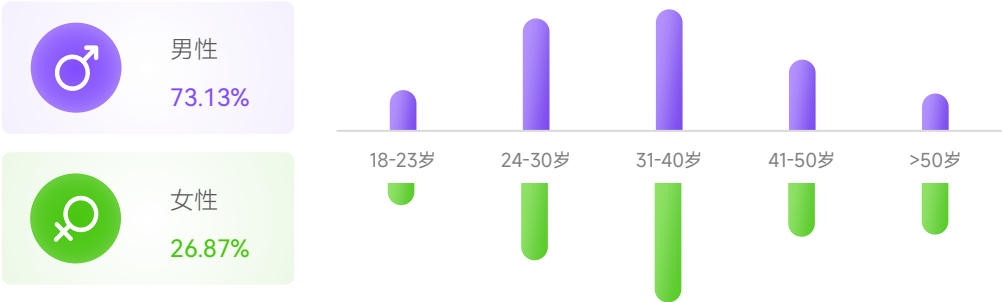
数据说明：选取2026年销量大于0的商品数据分析，其中2026年统计周期为1-7月，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

篮球鞋 品类分析

篮球鞋营销受众以男性为主，鞋底过硬是主要负面痛点

篮球鞋营销内容受众性别差异明显，男性为绝对主力受众，其中24-40岁的用户的内容关注度最高。

2026年篮球鞋品类营销内容观众画像分布



篮球鞋产品口碑表现优异。正向评价集中于穿着舒适、尺码合适、款式好看，其中脚感体验是消费者最看重的要素。负向反馈中鞋底过硬是首要槽点；其次是磨脚硌脚、尺码不准问题。

2026年篮球鞋品类消费者购后的产品体验洞察



数据说明：选取2026年销量大于0的商品数据分析，其中2026年统计周期为1-7月，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

其他运动鞋品类分析

多数鞋类集中春夏释放势能，各品类季节性节奏差异显著

从2026年细分鞋类月度走势来看，绝大多数品类的销售峰值落在 5-6月，2月则普遍受春节因素形成阶段性低位，构成赛道的共性时间规律。

与此同时，不同品类呈现两种周期模式，一部分品类具备强季节性，受气候、户外活动场景影响大，旺季爆发力突出；另一部分品类周期走势更平缓，淡旺季落差较小。对于经营端而言，可基于整体春夏大周期把握通用运营节点，同时区分品类周期属性，差异化安排备货与营销投放。

2026年其他运动鞋品类月度走势分析

品类	月度走势	峰值月	节奏特征
健步鞋		5月	3-5 月上行、5 月登峰，2 月春节谷底，冬季回落
羽毛球鞋		5月	3-6 月参与旺季，2 月与 7 月回落，波动平稳
滑板鞋		6月	3 月起逐月放量、6-7 月暑期峰值，冬春为低点
舞蹈鞋		5月	3-6 月培训/汇演旺季，节奏随学期走
足球鞋		6月	6 月单月尖峰，与世界杯赛事期共振
网球鞋		5月	1-5 月持续爬坡后高位横盘，无深冬低谷
瑜伽鞋		7月	3 月起放量 3 倍后全年高位，季节依赖最弱
骑行鞋		5月	季节性最强：5-6 月单月占全期约 24%，冬季近冰点
乒乓球鞋		5月	全年最"匀速"，无强尖峰，5 月略高
排球鞋		6月	3 月起放量、6 月峰值，体量小、月间波动大
棒球鞋		1月	整体逐季回落、波动剧烈，偶发需求

数据说明：选取2026年销量大于0的商品数据分析，其中2026年统计周期为1-7月，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

其他运动鞋品类分析

透气防滑减震构成通用功能底盘，细分品类专属诉求分化明显

2026年运动鞋品类的商品标题功能卖点呈现“通用底盘 + 专属诉求”的双层结构，透气、防滑、减震三大功能几乎覆盖全部品类，是运动鞋品类最基础、最通用的消费关注点。

同时，功能诉求逐步专业化、场景化，品牌在产品命名与卖点传播时，需在通用功能基础上突出品类专属性能，实现差异化表达。

2026年其他运动鞋品类的商品标题卖点>产品功能TOP10

排名	TOP1	TOP2	TOP3	TOP4	TOP5	TOP6	TOP7	TOP8	TOP9	TOP10
健步鞋	透气	防滑	缓震	健步	减震	运动	防泼水	加绒	保暖	防水
羽毛球鞋	防滑	透气	减震	缓震	抗扭	支撑	回弹	包裹	中低减震	保护
滑板鞋	透气	增高	防滑	减震	减压	防水	支撑	缓震	冷粘	百搭
舞蹈鞋	透气	防滑	健步	免系带	轻健	健身	加绒	缓震	软底	百搭
足球鞋	防滑	透气	减震	碎钉	减震	训练	AG短钉	护脚踝	防水	运动
网球鞋	缓震	透气	防滑	增高	运动	回弹	减震	耐磨	支撑	全能型
瑜伽鞋	防滑	赤足	足弓支撑	减震	透气	静音	速干	改善腿型	专用	瑜伽
骑行鞋	骑行	耐磨	公路	防滑	透气	公路车	防摔	碳纤维	硬底	无锁
乒乓球鞋	防滑	透气	减震	缓震	超透气	运动	耐磨	无痕	免系带	轻弹
排球鞋	防滑	缓震	减震	透气	抗扭	回弹	强减震	专业防滑	缓冲	跳跃
棒球鞋	增高	透气	运动	防滑	加绒	减震	保暖	减震	耐磨	轻便

数据说明：选取2026年销量大于0的商品数据分析，其中2026年统计周期为1-7月，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

关于飞瓜

ABOUT US

「飞瓜数据」

「飞瓜数据」是专业的“短视频-直播”数据分析平台，旗下数据产品覆盖“抖音、快手、BiliBili”3大主流社媒平台。

依托大数据挖掘、语义识别、人工智能等分析等技术，「飞瓜数据」帮助互联网从业者和品牌商家，高效分析海量达人、品牌、小店、商品、直播等数据，并从新品研发、达人投放、竞品追踪、监控舆情等实际场景出发，助力用户实现电商销量、营销声量双丰收。

官网网址：www.feigua.cn

抖音数据

-  飞瓜  电商数据
-  飞瓜品策 营销舆情
-  飞瓜易投 广告投放

飞瓜矩阵

快手&B站数据

-  飞瓜  电商增长
-  飞瓜  运营提效

多平台融合

-  飞瓜智投 自播提效
-  飞瓜智星 达人分销

果集-社交媒体全链路服务商

数据产品及服务体系

GUOJI.PRO

数据监测

电商增长	飞瓜数据	选爆款	找达人	友望数据	品类洞察	直播带货	
		查品牌			品牌营销		
营销种草	千瓜数据	市场研究	品类洞察	品牌解析	达人管理	飞瓜B站	
		笔记创作	种草管家	直播电商		西瓜数据	
品牌决策	飞瓜品策	市场洞察	竞争分析	AI营销	千泓	机会洞察	诊查追踪
		营销舆情				高效创作	
品牌定制	集瓜数据	定制品牌数据	自定义细分品类	自定义达人标签	数据清洗		
							

运营提效

广告分析	飞瓜易投	素材挖掘	广告创作	竞对追踪	投放分析
品牌自播	飞瓜智投	数据监控	AI排班	录像复盘	话术分析
达人分销	飞瓜智星	AI商务	达人CRM	业绩统计	
		寄样管理	KOC素材	一站式投流	
矩阵管理	云略	账号管理	线索搜集	AI剪辑	智能分发

营销服务

带货选品	米选	海量选品库	高佣爆品	智能选品	免费申样
营销全案	面朝互动	整合营销	事件营销	话题营销	内容种草