



# 高瓴入局 特步欲搅动现有竞争格局

本报记者 柯雅雅

6月15日,特步集团宣布与高瓴资本建立战略合作,消息一出,引来各方关注。截至上周收盘,特步周涨幅达到48.2%,盘中一度创新高达13.7港元,最终收盘13.16港元,市值达345.1亿港元。

这或许会成为今年体育品牌在资本层面的最大动作。覆盖VC、PE、二级全周期投资的高瓴资本强势入局似乎向外部透露了信号,特步的发展未来可期,中国运动品牌的市场格局或许将出现新的变化。

## 01 高瓴对于特步的意义是什么?

高瓴资本对于特步而言,直观上最大的刺激莫过于超10亿港元的资金注入。

据了解,高瓴对于特步的投资分为两部分。一方面,高瓴集团与拥有“盖世威”及“帕拉丁”经营权及拥有权的特步环球建立战略性伙伴合作,高瓴将投资6500万美元(约5.057亿港元)于特步环球,共同发展集团旗下“盖世威”及“帕拉丁”品牌的全球业务。

另一方面,高瓴同时就特步国际发行的可换股债券订立另一份认购协议,投资本金总额为5亿港元。两项投资总额超10亿港元。

资料显示,高瓴集团成立于2005年,是一家由投资专业人士和运营高级管理人员组成的环球企业,管理规模达近千亿美元,是亚洲最大的私募基金之一。其长期主义之下的价值投资、独立的专有研究和行业专长,结合世界一流的运营和管理能力,是高瓴投资策略的关键,已成为行业风向标。其中,对于百丽国际的投资,是高瓴在新零售领域投资的代表作之一。

2017年,在高瓴主导下,百丽国际以531亿港元的交易额从港交所退市,创港交所史上最大私有化纪录。随后在2019年10月10日,高瓴拆分百丽国际旗下运动鞋服业务线——滔搏在港交所上市,当天市值超570亿港元,已超过百丽国际退市市值。截至6月21日收盘,滔搏市值超过760亿港元。

值得注意的是,除了特步与滔搏,在体育消费赛道,高瓴已多有布局。

公开报道显示,去年11月,运动穿着品牌“Particle Fever粒子狂热”完成亿元C轮融资,高瓴创投独家投资。此外,去年4月,高瓴宣布与世界领先的单板滑雪品牌Burton共同成立合资公司,共同运营Burton中国业务,加大布局冬奥及冰雪市场。

当然,高瓴带给特步的并不仅仅只有“现金流”。“高瓴集团会派驻董事,这个是我们最看中的,意味着高瓴集团会和我们共同发展两个品牌。”特步国际指出,高瓴于零售消费行业的深厚垂直知识及广泛的线上线下网络和能力,将为“盖世威”及“帕拉丁”的业务运营带来创新元素。相信引入高瓴将提升两大品牌的竞争力及盈利能力,集团期待全面释放两大品牌在中国快速增长的运动服装市场的潜力。

特步国际主席兼行政总裁丁水波也坦言,高瓴和特步环球的战略合作伙伴合作及对特步的投资,将为特步集团提供更多的资源和经验发展全球业务,同时也能优化特步集团投资者和资本基础。



特步旗下的“帕拉丁”等品牌,获得高瓴资本青睐。

## 02 为何是盖世威、帕拉丁?

高瓴入局特步,也引起了业界不少质疑,为何是特步旗下的盖世威、帕拉丁?

有业内人士表示,与其从零打造一个具有社会认可度的消费品牌,不如直接与具有社会认可度的品牌合作,正如高瓴一直在做的。从结果看,特步包括特步旗下盖世威、帕拉丁这两个品牌得到了高瓴的青睐。

此次高瓴所相中的这两个品牌是2019年5月特步以2.6亿美元收购而来。其中,“盖世威”是美国传统运动鞋品牌,创立于1966年,可提供高性能的网球鞋、休闲及健身鞋等产品;“帕拉丁”于1947年在法国创立,现为全球最知名的军靴品牌之一。

从特步新品牌业绩来看,以盖世威、帕拉丁两大品牌为代表的时尚运动系列2020年全年收入近10亿元,同比大增114.4%,收入占特步全年收入的12.2%,而2019年这一块占比仅为5.7%。在特步主品牌营收增长增长的背景下,以盖世威、帕拉丁为主的新兴品牌,已经在特步整个营收体系中扮演企业业绩增长新引擎的角色,已经体现了其自身发展潜力及强劲

的品牌生命力。同时,值得关注的是,盖世威营收60%来自美国市场。在2020年海外疫情大范围爆发且控制缓慢的背景下,盖世威、帕拉丁两个品牌海外营收占比均超过70%,凸显了盖世威和帕拉丁的国际认可度。

而此前,特步国际曾表示,预计2021年盖世威和帕拉丁的海外业务将逐步恢复,作为战略的一部分,将逐步转移两个品牌的业务重心至亚太区,加快帕拉丁的拓展和其于2021年在中国内地的开店进度。基于此,对于想要进一步打开国际市场的特步而言,选定盖世威、帕拉丁和高瓴合作是一个很不错的突破口。

从目前看来,虽然盖世威、帕拉丁两个品牌体量较小,但其市场覆盖率较广,或许只需在营销方面进一步加码,就有望提升两大品牌的竞争力及盈利能力。在高瓴资金与资源的双重支持下,特步在资本端、渠道端和供应链端的产业资源将持续扩大,自身团队的实力也将进一步增强,也能够帮助特步在竞争激烈的体育用品市场进一步稳定国内品牌前三席位。

## 03 效应或远超10亿港元

毋庸置疑,在未来几年内,中国体育用品市场仍将走出一段上升行情,体育消费支出在居民消费支出中的占比越来越高,尤其在当下,国内消费者对本土自有体育用品品牌认可度不断提升,各大体育用品品牌若是抓住机遇,依然有很大的市场增值空间。

近年来,国内体育消费市场火热,特步在内的中国体育用品企业主动创新转型的势能也很强大。一方面,在品牌运作上,特步开启了多品牌、国际化的战略;另一方面,特步深耕跑步领域,打造“跑步生态圈”,重点投入马拉松及跑路赛事领域,提高在跑者圈的认知度。

从业绩来看,特步去年总收入为81.72亿元,集团毛利率为39.1%,集团经营溢利至9.18亿元,净溢利达5.13亿元;今年一季度,特步主品牌销售保持良好复苏态势,一季度线上与线下的零售销售取得了同比约55%的增长,相较于去年已有明显改善,相比2019年同期亦

有中两位数的增长,超过此前预期。从目前看来,特步这些主动创新转型着实起到了成效。

有业界人士指出,从中国体育用品企业的现实需求来看,他们正在经历品牌升级,传统产业模式的升级,以及并购整合、新旧产业有效融合等多重问题,企业的持续变革确实需要借助资本、资源乃至产业融合的力量。

高瓴入局,对特步颇有“锦上添花”的意思。对现有22亿现金的特步来说,10亿资本的加持或许并非最重要,更核心的是,高瓴在成功帮助百丽私有化并助力滔搏成功上市之后,其沉淀的运动鞋服领域的资源、渠道、科技赋能数字化转型能力。毕竟,当下有效的资源才是最稀缺的资源。

特步自身的科技创新能力,加上优质资源的主导性力量,或许可以进一步推动特步转型,成为满足不同消费者需求的全球体育用品公司,有机会为中国体育零售行业再度开辟黄金赛道。

## 中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026



LILANZ 利郎



SBS 汤兴股份

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台  
15880722026

## 中国品牌之都 优秀供应商

发布平台: 15880722026

