



加码索康尼 特步打造第二曲线

本报记者 柯雅雅

虽然跑步领域的对手越来越多,但并没有阻挡品牌投资加码的脚步。

12月17日,特步宣布,以6100万美元作价(约合4.34亿人民币)收购索康尼所在合资公司所持权益,同时收购索康尼在中国40%的拥有权权益。业内指出,这意味着特步将拥有索康尼在中国市场的更大话语权。

索康尼意在撬动特步原有目标人群中的高端消费群体。此次加码,特步与索康尼的“跑步CP”组合愈加紧密,彼此在跑步领域的协同效应有望迎来大丰收,特步对于跑步市场的渴求也更显露无遗。可以看出,特步方面认定这将会成为集团的第二条增长曲线。

01 获取更大话语权

17日,特步豪掷约合3.34亿元人民币再次收购索康尼相关权益的消息引起业界的重点关注。

公告显示,特步通过与 Wolverine World Wide, Inc. (Wolverine 与其附属公司合称“Wolverine Group”)订立协议,收购 Wolverine Group 于2019年合资公司所持的权益。收购后,该合资公司将成为特步的全资附属公司,相关协议将会终止。

与此同时,特步全资附属公司 XMS Sports 将收购 Saucony Asia IP Holdco 40%的拥有权权益。据悉,Saucony Asia IP Holdco 为一间根据美国特拉华州法律注册成立的有限责任公司,其成立目的在于为在合资公司所运营地区持有、授权及管理索康尼品牌相关的知识产权,即持有索康尼品牌于中国内地、香港及澳门知识产权。

此外,如果索康尼品牌的知识产权在全球范围内进行销售,或 Wolverine 的控制权发生变化,特步全资附属公司 XMS Sports 将获得进一步收购 Saucony Asia IP Holdco 35%或60%拥有权权益的认购权。

上述收购将全部以特步的内部现金支付,交易将在2024年1月1日或之前完成。

这也意味着,本次收购后,特步将全资持有索康尼和迈乐品牌在中国内地、香港及澳门的营运权,有利于进一步增强跑步领域、丰富产品线,并与特步主品牌跑鞋

业务形成协同。

2019年特步集团全资子公司 Xtep Holdco 与 Wolverine 全资子公司成立合资公司,负责中国内地、香港、澳门地区的迈乐和索康尼品牌旗下鞋服配饰的开发、营销和分销。协议双方分别向合资公司注资1.55亿元人民币,合资公司分为两家,分别负责品牌和营运,其中 Xtep Holdco 分别持有品牌和营运公司49%和51%股权。

此后3年来,索康尼营收倍数级增长。2023年上半年,索康尼所在专业运动分部收入取得1.2倍增长,达到3.44亿元人民币,索康尼也成为特步旗下首个实现盈利的新品牌。2023年5月,特步上海运营中心投入使用,索康尼成为率先进驻的品牌。截至2023年上半年,索康尼和迈乐在中国内地分别有80家和5家门店。

同时,路跑圈也“用脚投票”,认可了索康尼的市场地位。在今年的上海马拉松、厦门马拉松、北京马拉松和无锡马拉松中,索康尼穿着率在众多国际品牌中稳居前三。其中,在上马、北马的全场跑鞋穿着率中,索康尼在国内外所有品牌中跻身前三名。

当索康尼已经在国内市场“名利双丰收”之时,特步加大动作,收购更多索康尼的份额,把合资公司变成全资子公司,今后也将拥有更多掌控权,对市场的把握更具主动权,这对于索康尼和特步集团今后的发展也让人有了期待。

02 索康尼被看重的潜力

最能衡量品牌及其核心价值的,只有产品本身。

索康尼虽然在国内市场知名度还未被完全打开,但并不是一个“无名之辈”。其不仅已有100多年的历史,是公认的全球四大慢跑鞋品牌之一,在美国还享有“运动鞋中的劳斯莱斯”美誉。

像索康尼的Triumph胜利、Kinvara 菁华、Ride 驭途、Tempus 坦途、Peregrine 游隼等系列,多次荣获世界跑步权威杂志《跑者世界》颁发的“编辑首选”“最佳新品”“最佳系列”等奖项。Kinvara 菁华系列,更在《跑者世界》《户外装备指南》等知名杂志上荣获20多个奖项,是索康尼名副其实的霸榜级产品。

1991年,GRID技术诞生,开启了索康尼在中底科技上的新纪元。

GRID的横空出世,造就了当时全世界唯一能同时提供缓震和稳定功能的中底科技。这是很多跑鞋至今难以两全的难题。

而这,也许也是最初特步即使在索康尼已经有打开中国市场失败的原因之一,毕竟创新科技就是硬核实力。

2019年至2020年,索康尼再度全面更新核心缓震科技矩阵,推出新

一代缓震科技“PWRRUN”“PWRRUN+”“PWRRUN PB”;2020年,索康尼发布 Endorphin Collection 系列,推出首款碳板鞋 Endorphin Pro 啡鹏;2023年,推出 Endorphin Elite 啡翼全球限量旗舰马拉松碳板竞速鞋。

2019年至今,索康尼品牌快速发展,体现出与特步主品牌良好的协同效应。索康尼定位高端跑鞋,与特步主品牌的大众定位形成互补,共同扩大对跑步人群的覆盖。经过前几年的市场培育,索康尼目前在多项马拉松赛事中穿着率位居前列,可以看出,品牌的消费者认可度日益提升。

目前来看,特步构想的让“特步跑步和索康尼在消费人群、产品价格、市场层级上形成差异和互补”正在成为现实。作为特步的高端化产品,索康尼已经成功助力特步走出打开高端市场的第一步,与特步实际已经组成互相成就的“跑步CP”。

此次收购之后,对于集团和子公司的协作模式、中国线产品(针对中国消费者的定制产品系列)是否只针对中国市场售卖等问题,特步方面表示,2019年与 wolfrine 建立合资公司,中国线产品只可以在中国市场售卖。这次收购之后,中国线的产品也可以卖给全球客

户,同时也会采购全球线产品,并将继续设计和研发中国线产品。据悉,该中国线产品目前占索康尼及迈乐品牌于中国约一半的销售额。

未来,索康尼除了继续研发现有的“功能”系列外,将进一步拓展“复古”和“通勤”系列,以扩大其时尚与休闲产品的供应,务求借此战略性扩充满足中国市场对个性化及多功能服饰的需求增长。

如此看来,市场认定包括索康尼在内的4个新品牌将成为特步的“第二增长”引擎或在不久的将来更为明显。

03 加码背后的信心与野心

对于特步来说,外有国际大牌阿迪达斯、耐克实力进攻,内有安踏、李宁疯狂挤压。为了避开巨头锋芒,特步聚焦跑步赛道,深耕专业,也踩到了风口。

特步集团董事局主席兼CEO丁水波介绍,跑步在所有运动类型中拥有最快的增长势头,特步不遗余力地强化其在中国内地构建的最大的跑步生态圈,以保持其在跑步领域的领先地位。今年8月,“世界跑鞋 中国特步”特步品牌战略升级,并表示将启动特步跑步生态圈“十百千万亿计划”,几十家超级跑步服务中心、上百位合作伙伴、千位跑步推广达人、万名跑步教练,带动一亿人跑起来。

特步跑步生态圈“十百千万亿计划”无不透露着特步的信心与野心。如此看来,此次收购索康尼对于特步巩固自己在跑步领域领先地位将是重要的一步。

在丁水波看来,集团要在2025年达到收入240亿元的目标,一定要靠专业辐射大众,不同品类和细分市场共同发力才能完成。此次收购被认为是特步加速多品牌战略拓宽护城河的一次举措。

事实上,早在2019年,特步就已经打破原有格局,从单品牌向多品牌、从本土化向全球化格局转变。这一年,特步收购了四个新品牌,形成五大产品矩阵:定位大众市场的主品牌特步;以高端专业运动为主的索康尼(Saucony)、迈乐(Merrell);定位时尚运动的盖世威(K-Swiss)、帕拉丁(Palladium)。

从业绩来看,2023年上半年,特步主品牌营收同比增长10.9%至54.3亿元,营收贡献占比为83.2%,净利润同比增长12.7%至8.71亿元。专业运动分部的收入同比增长119.9%至3.44亿元,占总收入的5.3%;时尚运动分部收入上升18.9%至7.49亿元,占总收入的11.5%。

目前看来,特步的主动创新转型着实取得了成效。

但值得注意的是,特步一面要巩固其在跑步赛道的地位,一面又要扶植第二增长曲线。前者必须持续加大研发投入,后者还要打出名声,面临不小压力。

即便如此,特步还是有这份野心的。特步在今年上半年的年报中指出,凭借特步主品牌及新品牌之间在销售渠道、研发及营销资源方面的协同效益,将继续培育新品牌,使其成为特步的下一条增长曲线。



中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026

LILANZ

361°

盼盼食品集团
PANPAN FOODS GROUP信泰集团
SinceTech
信泰·网布科技领航者JINJONG 晋江
取胜源于可靠
WIN WITH RELIABILITY舒华
让运动更简单凤竹纺织
FYNEX TEXTILES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

MAOTAI SOLES 茂泰鞋底

源泰皮业
SourcSAFE 服务热线: 0595-85685062星达鞋材
TPU热熔胶、高低温膜
服务热线: 0595-85127511

JIANYOU 健友皮革

JILONG 估龙机械

产业周刊
企业最新资讯权威发布平台
15880722026