



特步集团董事局主席兼CEO 丁水波

# 特步高速高质 “跑”入世界级阵营

2023年,晋江聚力发展,迎难而上,“深学争优、敢为争先、实干争效”,在“大拼经济、大抓发展”中跑出高质量发展加速度。

在晋江这片民营经济发展的热土中生长起来的特步,深耕跑步领域多年,不断丰富产品、品牌矩阵,迈出从单品牌向多品牌、由中国市场向国际市场转型的实质性一步。

发展至今,经历了品牌发展期、快速扩张期、调整探索期、战略转型期、多品牌发展期、再次明确品牌战略定位等不同阶段的特步,继续传承弘扬“晋江经验”,为高质量发展不懈努力。

本报记者 柯雅雅

## 聚焦跑步运动 多品牌战略全方位进阶

2023年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。此次收购索康尼对于特步巩固跑步领域领先地位将是重要的一步。“通过与特步主品牌共享资源,扩展零售网络,预计索康尼将把握专业运动体育用品日益增长的需求。”特步集团董事局主席兼CEO丁水波说。

有多个调研机构数据显示,中国核心跑者和大众跑者的人群分别为1亿人和3亿人。丁水波曾表示,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在中国内地最大的跑步生态圈,以保持在该领域的领先地位。2023年9月,特步主品牌发布“世界跑鞋 中国特步”的品牌战略定位,并表示将启动特步跑步生态圈“十百千万

亿计划”,牵手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。

这一计划透露着特步的信心与野心。这一计划要靠专业辐射大众,不同品类和细分市场的共同发力才能完成。此次收购也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,特步就从单品牌向多品牌,从本土化向全球化格局转变,寻求新一轮的高质量发展。当年,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,特步2010—2021年营收由44.57亿元增长至100.13亿元,在2021年首次破百亿;2021年,特步主品牌收入增长强

劲,下半年收入增长超过34%,从而推动集团全年营收同比增长22.5%,达100.1亿元。2022年,特步营收破历史高位达人民币129.30亿元,同比增长29.1%,经营利润14.64亿元,同比增长4.9%;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,其中,专业运动部分的收入同比增长119.9%,首次实现盈利。

目前看来,特步的主动创新转型收到了成效。特步在2023年上半年的年报中指出,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相互协同。特步将继续专注培育新品牌,使其成为特步的下一条增长曲线。

## 坚持长期主义 和国人一起向前跑

2023年12月3日,中国马拉松运动员杨绍辉在日本福冈国际马拉松赛事中,以2:07:09夺得亚军,并再度刷新中国马拉松纪录。这是继2023年3月无锡马拉松上何杰、杨绍辉双双打破尘封逾15年的国家纪录后,创造的全新纪录。在这三次的破纪录中,何杰和杨绍辉全程穿的都是特步160X冠军版跑鞋。

2007年起,特步将跑步视为品牌布局专业体育的重要支点。从2007年特步赞助西安城墙马拉松,到2019年推出首款碳板竞速跑鞋160X,再到2023年升级到了160X 5.0 PRO……截至2023年12月22日,特步跑鞋共助力83位中国运动员斩获370个马拉松冠军。

这是靠匠心“磨”出来的系列精品跑鞋,非常考验特步的资金把控能力和研发周期管理能力。

自2015年建设世界级跑步实验室X-Lab以来,特步为产品力的持续跃升,构建了完善的研发流程和迭代体系,并以不断积累的运动科技、材料科技实力,刷新竞速跑鞋参赛纪录。

2023年的“818”发布会,特步推出了160X 5.0系列,做到了“出道即巅峰”,创造了国人跑者最佳成绩,写下中国路跑事业又一个关键里程碑。

160X 5.0 PRO采用了强度更高的T700异构碳板,并增大了前掌接触面积,进一步适配国人宽前掌的脚型。为了适应结构位置,特步让碳板中腰部、前掌分别往上移动2.58mm、

前掌最高点往上翘4.52mm。这个细节的抉择提升了碳板18.6%的推进性能。细微改动的背后,是国产顶尖跑者的层层测试,每一款160X冠军版跑鞋上市前都经过运动员长达半年,距离超过5000公里的测试。

从2022年,特步在水立方首次提出“世界跑鞋 中国特步”战略来看,特步无论是对跑鞋的进一步发展,还是对中国路跑事业的持续升级,都还有更多信心。

值得注意的是,从董国建首次柏林破冰之旅跑出2:08:28,再到彭建华1:02:30打破尘封13年的半程马拉松国家纪录,直至2023赛季何杰在杭州夺得亚运会中国男子马拉松项目首枚金牌,杨绍辉2:07:09刷新国家纪录,中国马拉松竞技水平在逐年提升。相较2019年末中国田径协会与特步集团共同发起的“国人竞速”激励计划之初,已经有5人次超越2:08:15的原男子国家纪录,也有多人达标2小时10分标准的“国人竞速突破奖”。目前,“国人竞速”计划已累计发放1000万元奖励。

尘封十余年的数字被一一刷新,特步一路见证着中国马拉松提速,也推动这一项目竞技水平的提升。过往十余年来,特步构筑的跑步生态圈,服务着大众跑者群体,夯实着“塔基”,也推动“塔尖”不断向上。

就在不久前,特步对外表示,特步与中国田径协会推动“国人竞

速”战略的激励计划升级,拟增设“破亚洲纪录”相关奖项,助力更多运动员突破自我。

特步将持续以助力中国路跑事业为己任,不断提升研发实力,打磨产品性能,依托核心科技不断迭代产品,推动“国人竞速 全民畅跑”,鼓励更多中国马拉松运动员提升竞技水平,促进中国马拉松赛事竞赛水平提升,助力中国马拉松健康发展,响应全民健身的国家政策号召,让更多的人跑起来。



02:07:09  
打破中国马拉松纪录

12/03 日本·福冈

#世界跑鞋 中国特步#



## 在跑步中“减碳” 践行可持续环保生态理念

身穿100%由塑料瓶回收制成的再生化纤环保面料参赛服跑马,是一种什么样的体验?这个答案可以在2024年厦门马拉松中找到。

和厦门马拉松已经牵手16年的特步,为2024厦门马拉松定制了更环保、更专业的官方装备参赛服,助力厦门马拉松成为首场将参赛服全部“环保化”的马拉松赛事。

据特步方面介绍,此次的参赛服将在提升吸湿排汗功能的基础上,全部采用100%由塑料瓶回收制成的再生化纤环保面料,相比传统化纤服装,1kg再生化纤大约可减少1.8kg碳排放。由此测算,2024厦马所有参赛服、纪念服、公益跑者、荣耀跑者、绿跑和官方配速员等服装总计将减少碳排放约10吨。

而就在不久前的第六届进博会上,特步携手聚合物全球领先企业科思创发布低碳创新案例——采用低碳保温材料的海上世界公园特步跑步服务中心开业,成为特步在全国65家跑步俱乐部中首家开启低碳运营的门店。

据悉,改建后的跑步俱乐部可实现材料低碳排、建筑低能耗、内部环境更舒适三重功能,进一步践行特步在运营中的绿色低碳理念,为跑者提供优质服务。

值得一提的是,此次跑步服务中心的低碳化,被视为特步跑步生态圈“十百千万亿”计划中的又一全新尝试。特步在ESG方面打开了新图景。2023年7月,特步刚获MSCI上调ESG评级,由“BB”提升至“BBB”,高于国内体育用品公司平均水平。

早在2019年,特步就率先在ESG领域崭露头角,成立XTEP-ECO环保科技平台,发布了含有可降解材料聚乳酸(PLA)的风衣。聚乳酸材料从玉米、稻草和其他淀粉作物中提取,在特定土壤环境下,一年内可自然降解。此后,特步逐年提升该风衣产品中的聚乳酸比例,由最初的19%,提升至60%、76%、直至100%。

2022年,特步与科思创共同研发,并在第五届进博会上发布了首款低碳环保概念跑鞋360-ECO。360-ECO标志着特步环保产品从服装品类开始跨越至鞋品类,问世至今斩获多个ESG大奖,也成为特步冠军版跑鞋家族首个低碳环保成员。经测算,相比传统石油基聚氨酯原料,单只41码男鞋可以减少碳排放212克,减碳率达81%。

特步集团主品牌和旗下新品牌这些年通过科技研发和设计,带来了多款环保跑鞋与装备,例如:特步首款Mass Balance 低碳环保概念跑鞋“360-ECO”;迈乐采用100%回收鞋带、织带及透气网衬里的MOAB系列等。特步让低碳环保真正进入消费者的运动生活之中。

与此同时,特步也一直在持续探索供应商与可持续环保之间的关系,力求改善和突破。特步想要打造的不仅仅是一个完整的供应链体系,而是能够拥有更多科技、环保,以及社会价值的综合性供应链,推动可持续环保理念的贯彻与发展。