

# 在华惹专利官司 斯凯奇“借鉴”到几时

近日,斯凯奇在中国市场惹上了官司。因认为斯凯奇在中国的运营方斯凯奇贸易(上海)有限公司、广州市斯凯奇商业有限公司等四家公司侵害了其发明专利权,中国台湾制造企业冠德科技股份有限公司向山东省济南市中级人民法院提起诉讼。

实际上,这并非斯凯奇第一次遭受专利诉讼。近年来,在美国市场,因涉嫌专利侵权,耐克和阿迪达斯接连将斯凯奇告上法庭。尽管目前在中国市场首次遭遇专利诉讼案,并且尚未有最终结果,但无疑会对在刚刚拟定在华扩张战略的斯凯奇带来负面的影响。

## 官司缠身

中国法院网显示,此次涉及的被侵权专利为“具有层次感发光效果的提花结构及其制作方法”。国家知识产权局官网显示,上述专利的申请日期是2006年6月20日,公开(公告)日为2007年12月26日,获得授权的日期为2009年7月8日。

随即,斯凯奇向中国国家知识产权局提出了涉案专利无效宣告请求。济南中院在一审民事判决书中表示,由于涉案发明专利权的效力处于不稳定状态,案件的审理必须以国家知识产权局的无效宣告请求审查结果为依据,在审查决定作出之前,中止诉讼。

对于上述诉讼的进展和具体内容问题,北京商报记者以邮件采访斯凯奇中国相关负责人,截至记者发稿,未收到回复。

对于斯凯奇涉及的专利侵权专利问题,一位不愿具名的律师表示,斯凯奇此次只是依靠专利的不稳定而申请了中止诉讼,但国家知识产权局给出结论以后,原告仍然可以继续起诉斯凯奇。



宋清辉表示,由于扩张速度过快,斯凯奇在产品硬件设计上存在一定的问题。为了保证产品具有一定的设计感,在研发的过程中,斯凯奇可能会“借鉴”比它高一级的品牌,如耐克、阿迪达斯的设计理念。”宋清辉说。

## 品牌化冲击

对于斯凯奇的频繁“借鉴”设计,在业内人士看来,这类“借鉴”在鞋服领域很普遍。由于目前我国在产品的外观、材料、设计等方面还没有相应的法律,被山寨者想要维权,难度还很大。

宋清辉认为,虽然目前无法判定斯凯奇是否涉嫌了专利侵权,但此类消息如果频繁出现,势必会让消费者对斯凯奇的品牌信任度产生质疑。

对于中国市场来说,斯凯奇的每一步战略都不容有失。数据显示,去年斯凯奇全球市场的优异表现,中国市场功不可没。斯凯奇中国市场零售总额达141亿元,同比增长36%,大卖1900多万双鞋款。

从整年来看,斯凯奇国际市场实现了两位数增长,而美国本土市场则实现了个位数增长。业内人士普遍认为,斯凯奇需要以更快的海外增长来抵消本土市场的停滞甚至下滑。尤其是在中国,需要更为激进的策略。

据了解,今年以来,斯凯奇将品牌化、年轻化作为下一步进行品牌传播的重点。目前斯凯奇拥有黄子韬、唐嫣、吴尊、窦骁、乐华七子NEXT等多位明星偶像代言人,此外,斯凯奇还看中了能引起年轻人共鸣的街舞文化。成立了自己的街舞学院 SKECHERS DANCE ACADEMY,在国内多个城市举行公开授课和比赛等。

程伟雄表示,斯凯奇在中国市场已经进入到了对市场渗透策略大力调整的关键期。一直强调“产品会说话”的斯凯奇也应该考虑品牌的独特性。中国市场正在成熟,照搬其他国家的模式在中国已经行不通了。新产品还是要讲创新,如果一味“借鉴”,品牌也会受到损伤,一旦想要修复就非常难了。”程伟雄说。

北京商报记者 蓝朝晖/文并摄

实际上,近年来斯凯奇在美国市场就与耐克和阿迪达斯的专利诉讼不断。2014年,匡威就状告斯凯奇存在批量生产、经销或销售山寨版匡威Chuck Taylor经典款运动鞋的行为,以涉嫌中底设计专利侵权。阿迪达斯也以斯凯奇涉嫌抄袭其运动鞋设计概念,故意侵犯其专利设计对斯凯奇予以起诉。而耐克以斯凯奇侵犯其专利设计,四次将斯凯奇告上法庭。

纺织服装管理专家、上海良栖品牌管理有限公司总经理程伟雄表示,如此密集的专利诉讼背后,也意味着斯凯奇在产品创新和设计上,的确存在诸多问题,同时,作为竞争对手,斯凯奇的业绩和增长也威胁到了阿迪达斯和耐克的地位。

## 善用营销

统计数据显示,2018年,斯凯奇年收入达到了46.4亿美元,运营利润达到8370万美元,同比增长50.4%。去年斯凯奇在中国市场的销售额达到141亿元,同比增长了36%,增长虽不及耐克、阿迪达斯及安踏,但也超过了李宁、特步等品牌。

程伟雄认为,斯凯奇瞄准了“安踏李宁以上、耐克阿迪达斯以下”的市场真空地带,正是这种夹缝营销,同时配合以舒适度为卖点,吸引了大批消费者。

据了解,斯凯奇的定位偏向中高端,定价多在500-800元之间,其中“熊猫鞋”作为招牌产品,在中国的销量占到斯凯奇中国总营收的20%以上。在定价上,斯凯奇比起耐克平均要低30%左右。

经济学家宋清辉认为,从营收规模上看,斯凯奇还不足以与年人数百亿美元的耐克、阿迪达斯相抗衡,但它近年来的增长速度确实令两大运动巨头都无法小觑,在市占率提升的同时,并不是因为其产品本身的性能很高,而在于该品牌极善于运用营销手段。屡屡被耐克和阿迪达斯告上法庭,反而起到了宣传效果,让人视为斯凯奇与耐克和阿迪达斯同样品质的品牌。

值得关注的是,在产品上新方面,2013-2018年是斯凯奇在中国快速发展的五年。从门店数量来看,2015年斯凯奇在中国共有1020家店铺,而截至2018年底,斯凯奇中国的品牌门店数量已达2600家。每年斯凯奇为各个年龄层的男士、女士和儿童开发设计超过3000种鞋款。

## · 资讯 ·

## 16.6亿元!市场强心针,西泠拍卖15周年秋拍收官

2019年12月16日,西泠印社2019秋季15周年拍卖会以总成交额16.6亿元,总成交率85.35%的出色业绩收官。四天长达55个小时的竞价,是西泠拍卖15年发展的总结。在今年国内整体调整态势下,西泠拍卖代表南方领跑全国,迎来拍场高人气,为艺术市场提供信心支撑。本届西泠秋拍千万元以上成交作品15件,其中油画2件,古代书画7件,500至千万元成交共计38件,其中21件为中国书画作品。秋拍35个专场中,成交率过九成的专场有12个。延续百年西泠印社文脉,将品牌优势与拍卖业务竞争优势和谐统一,是为西泠拍卖15年稳定发展背后强有力的文化支撑。透过中国经济长期挑战,洞见艺术市场高质量发展的文化基础,西泠拍卖15年发展体现出穿越行业周期的挑战能力。



刘海粟《苏州河》成交价3634万元,再创刘海粟油画作品拍卖最高纪录

### 书画为本 颂扬传统经典

此次西泠秋拍书画部分延续西泠拍卖一贯的核心强力优势,所呈献之拍品,无论质量规模,还是收藏价值,都达到历年之最。无论是古代书画还是近现代书画,在预展及拍卖期间得到藏家极大关注,每场拍卖藏家参与度热情饱满,成交纪录被不断刷新。

中国书画部分九大专场总成交额近7亿元,七件作品成交额超过千万元,其中古代书画专场斩获逾2.886亿元,清宫旧藏、传奇杰作文嘉《盘谷图画合璧卷》以2012.5万元领衔,创造文嘉作品最高成交纪录;明末书法家张瑞图《草书唐人诗卷》以1495万元成交,创张瑞图手卷作品国内最高成交纪录;赵之谦、潘祖荫《互致信札三册》以920万元成交,创赵之谦信札最高成交纪录。

本次书画部分名家旧藏专场极为耀眼。静风堂藏红色遗珍书画作品专场、五柳堂藏明代名贤书札专场、敬修堂藏中国书画作品暨顾铁符旧藏中国书画作品专场,三大专场轮番上演竞拍大戏,精彩纷呈。其中,五柳堂藏明代名贤书札专场斩获白手套,总成交额2720万元,全场拍品皆以3万元起拍,成交额在百万元以上作品达10件,以尺幅计,文徵明不到半平尺书札以264.5万元成交,吴宽书札以230万元成交,文徵明、吴宽、项元汴、祝允明、周天球、顾、陈元素、罗洪先、黄姬水等皆创造作者单件作品最高成交纪录。

静风堂藏红色遗珍书画作品专场、敬修堂藏中国书画作品暨顾铁符旧藏中国书画作品专场成交皆超过九成,一代忠臣黄道周隶书《大涤山偶作篇》以1092.5万元成交,创黄道周隶书作品最高成交纪录。

### 西画为誉 凸显大师风范

西泠15周年秋拍当代油画雕塑专场中,两件万众瞩目的刘海粟油画作品《苏州河》(1957年)与《斗鸡》(1962年)表现抢眼,分别以1500万元和700万元上拍,经多轮激烈竞价,最终以3634万元和1725万元成交,再创刘海粟油画作品拍卖最高纪录。

《苏州河》以国族艺术之命运为题《斗鸡》为人生命运的主调,代表了刘海粟大师极高的艺术成就,又足以让我们怀念其在中国艺术教育史上所作出的重要贡献,既是创作之留范,又为教育之留碑。这位中国现代美术史启蒙先驱,其“满弓奋战”期作品的价值在西泠拍卖再获市场高度认可。

值得一提的是,刘海粟创作生涯中重要的“锚点”之作曾多次与西泠拍卖油画专场结缘:五周年庆典,西泠推出其早年旅欧时期的《巴黎圣心院》《雪霁》,曾创当时刘海粟作品拍卖最高纪录;十周年庆典,呈拍刘海粟1962年作《上海庙会》再创纪录。此次西泠15周年秋拍,上拍其创作高峰期作品《苏州河》《斗鸡》再创纪录,实至名归。该专场最终取得了成交额1.2312亿元,成交率87%的优异成绩。

此外,张廷济、吴昌硕、王国维、罗振玉等二十二家题《周三家彝》拓本540.5万元成交,唐写本《王勃集》佚篇残卷241.5万元成交,陈独秀致黄宾虹长信暨存世最早有关《新青年》的重要手稿270.25万元成交,在拍前备受关注的陈巨来刻吴湖帆自用田黄石螭钮章,其“铭心绝品”印文有13方重要钤印,以6万元起拍,经过多方角逐最终以184万元成交。

## 狼爪等户外冲锋衣抽检不合格

北京商报讯(记者 蓝朝晖)近日,黑龙江省消费者协会对部分实体店和网络平台上购买的60批次冲锋衣进行了比较试验,试验活动委托国家级检测机构对样品纤维含量、甲醛含量、PH值、静水压、表面抗湿性等指标进行了实物检测。结果显示,有近1/3的产品没有达到国家标准线以上,其中

两款为“三无”产品,有45%的样品防水性能不佳。

不合格名单显示,共计14款样品标识不符合标准。其中,天猫官方旗舰店经销的一款“狼爪”冲锋衣,标称面料为锦纶加弹性纤维,实际为100%锦纶,实测值与产品标称纤维含量存在差异,实际功能性也有待考证。

## 莱茵体育出售两地产公司股权

北京商报讯(记者 蓝朝晖)莱茵体育日前发布公告称,公司将其持有的莱茵达西部体育发展有限责任公司(以下简称“西部体育”)100%股权、莱茵达体育小镇建设发展有限公司(以下简称“莱茵小镇”)100%股权转让给成都文化旅游发展集团有限责任公司,转让资产价格合计约3亿元,其中,西部体育100%股权交易价格约为1.77亿

元,莱茵小镇100%股权交易价格约为1.23亿元。

对于该交易影响,莱茵体育方面表示,本次转让全资子公司股权暨关联交易,将有利于优化公司资产结构,突出主营业务,全面加快推进公司体育产业的转型。本次交易完成后,公司的财务指标及经营状况将得到明显改善和提升。

## 宁波富邦拟收购常奥体育55%股权

北京商报讯(记者 蓝朝晖)近日,宁波富邦发布重大资产购买报告书草案称,公司拟支付现金购买江苏常奥体育发展有限公司(以下简称“常奥体育”)55%股权,推动公司向体育行业的战略转型。该交易事项构成重大资产重组。本次交易作价1.28亿元。

公告显示,常奥体育主要从事马拉松赛

事运营及足球赛事、俱乐部运营管理等业务。宁波富邦表示,公司将通过上述交易实现快速战略转型。目前常奥体育正处于快速发展阶段,交易完成后,公司将充分发挥并运用自身的优势和资源,不断加强内外部资源整合,加快实现向体育产业转型发展的经营格局。

## 特步携手中国田协推出“国人竞速”计划

北京商报讯(记者 蓝朝晖)12月16日,特步体育在其官方公众号上正式宣布,特步体育已与中国田径协会共同发起“国人竞速全民畅跑”战略,通过赛事赞助和跑步活动助推中国马拉松快速发展,通过奖项设置和激励计划提升中国马拉松竞技水平。

据介绍,“国人竞速”战略包括运动员激

励计划、赛事激励计划、青少年激励计划。其中运动员激励计划针对中国田协管理区域内的运动员,设置“国人竞速”破纪录奖、“国人竞速”突破奖、“国人竞速”达标奖。其中,2020年1月1日-12月31日,中国马拉松运动员只要打破全国纪录,将奖励100万元人民币,每突破1秒增设奖励1万元。