

本土运动品牌加码跑鞋的背后

北京商报讯(记者 方彬楠 白杨)日前,特步发布公告称,将与Wolverine Group建立合资公司,在中国内地、香港及澳门开展Merrell(迈乐)及Saucony(圣康尼)品牌旗下鞋履、服装及配饰的开发、营销及分销。值得关注的是,2018年底,Saucony已在天猫、京东等官方旗舰店停止运营。此次成立合资公司,特步希望加速发展体育用品市场。事实上,包括特步在内的本土运动品牌四巨头都在发力跑鞋。业内人士认为,各个运动品牌发力跑鞋,背后是正如火如荼的中国跑步经济。

2018年12月14日,安踏发布全新A-FLASHFOAM安踏虫洞跑鞋。借助虫洞科技跑鞋面世,安踏也正式宣布主品牌成立跑步事业部,这是安踏的第二个成立事业部的品类。跑步事业部将着重开发、推广和跑步直接相关的鞋服配

重开发、推广和跑步直接相关的鞋服配细分产品。这也标志着安踏全面进军跑鞋市场。

彼时,安踏集团副总裁李玲在接受媒体采访时表示,这是安踏品牌针对消费者需求和专业运动需求进行细分化的一个重要举措,就像当年的安踏篮球事业部。此外,有媒体报道称,安踏跑步品类总监高哲祥也强调,跑步品类在安踏的生意占比和角色定位非常“吃重”,未来会越来越重要。

其实,李宁和361度在跑鞋领域也在一直发声,并不断升级产品。

2018年8月18日,李宁推出全新烈骏ACE专业跑鞋,以全新视觉解读上世纪90年代经典复古的运动风潮。作为李宁第一款登上国际时装周大秀的专业跑鞋,全新烈骏ACE将功能与时尚、经典

与潮流相结合。在业内人士看来,此款产品也是李宁专业跑鞋设计的新纪元。

2018年6月,361度发布国际线专业跑鞋SPIRE 2。作为361度SPIRE系列的第二代跑鞋,361度SPIRE 2与361度SPIRE、361度SPIRE 3共同组成跑鞋家族“中性缓震”系列的重要部分。在361度的官方简介中,特别提到:相较于第一代,SPIRE 2后跟高度降低,使得外观更具流线速度与速度感,无论是想慢跑还是快速地完成马拉松路程,都能够完美包覆脚踝,不造成后跟负担。

在业内人士分析称,作为运动用品的基础款,跑鞋与消费者关系最紧密,也最容易产生品牌认同。各个运动品牌纷纷加码跑鞋品类,不仅是看中这一品类在产品销售、品牌形象树立等方面的

引擎作用,更是看中了飞速发展的中国跑步市场。

在3月16日举办的2019中国马拉松主题论坛上,国家体育总局田径运动管理中心副主任、中国田径协会副主席田晓君表示,过去五年中国马拉松进入高速发展期,2014-2018年五年间,赛事数量翻了40倍。田晓君介绍说,2018年全国共举办路跑赛事800人、越野跑及其他300人以上的规模赛事1581场,累计参赛人次比五年前增加了500多万人次。

“跑步经济虽然火爆,跑鞋虽然是基础款,但做好这门生意并不容易。除了产品的科技创新外,营销、定价乃至生态链都是运动品牌面临的考验,特别是在本土运动品牌竞争日趋胶着的背景下。”上述业内人士如是说。

· 资讯 ·

北京体育文化预计亏损大幅增加

北京商报讯(记者 方彬楠 白杨)北京体育文化日前发布公告称,预计2018年集团可能会出现公司拥有人应占亏损大幅增加的情况。

对于亏损增加的原因,北京体育文化在公告中称,由于2017年出售投资物业及其他项目产生收益约4070万港元,而2018年并无有关收益,另外汇兑也出现一定亏损。

实际上,从2015年开始,北京体育文化就已经亏损4061.2万港元;2016年,北京体育文化继续亏损4826.4万港元;2017年,北京体育文化股东应占溢利再次亏损2410.6万港元;2018年中期,北京体育文化营收为6820.8万港元,同比增长16.75%,但股东应占溢利亏损2172.2万港元。

然而,2018年对于北京体育文化集团也是不平凡的一年。此前,北京体育文化集团拟联手智美体育以增资方式投资智美体育场馆运营(深圳)有限公司的投资协议及项下交易。当年12月,该交易终止。虽然在公告中双方并未披露终止原因,但有消息称,在交易过程中,北京体育文化未能完成交所相关审批手续。

业内人士认为,北京体育文化集团联手智美体育是在“抱团取暖”,未能如期合作,对双方在体育产业发展造成了不同程度的影响。

整合外部资源 探路者加码滑雪产业

北京商报讯(记者 方彬楠 白杨)日前,探路者发布公告称,未来,公司将在冬奥会的核心运动品类(如滑雪、滑冰),加强对滑雪服、滑雪裤等品类自主设计推广,同时也会考虑投资合作等方式整合外部资源。在户外专业品类,公司未来会对高山线、雪线、徒步越野线等做重点布局。

值得关注的是,早在去年12月,探路者就开始着手布局冰雪产业。彼时,探路者在投资者互动平台上表示,探路者嵩顶滑雪场已与安泰雪业就合作运营管理探路者嵩顶滑雪场于2018年10月正式签约。

探路者相关负责人介绍称,嵩顶滑雪场拥有中原地区最丰富的雪道和娱雪设施,整个度假区现共建成项目有儿童滑雪道、初级道、中级道、高级道、野雪道、单板公园等雪道20条,另还设有冰雪公园、雪上皮划艇、雪圈等娱雪项目;配套服务方面度假区内配备了设施

齐全的雪具大厅、大型停车场、美食区、帐篷酒店等设施。

在业内人士看来,探路者加码冰雪产业一方面是因为业绩持续低迷。探路者发布的2018年业绩快报显示,探路者营收同比下滑33.91%至20.05亿元,营业利润下滑39.66%至亏损2.11亿元,利润总额下滑116.26%至亏损2.17亿元,归属净利润同比下滑114.05%至亏损1.82亿元。

而截至2018年三季度,探路者归属净利润已累计13个季度出现负增长。其中,2017年年报显示,探路者归属净利润同比跌151.24%。

因业绩持续低迷,探路者开始重新聚焦资源,回归主业。2017年,探路者高管层“换血”,探路者创始人之一盛发强辞去总裁职务,继续担任公司董事长,改为乐视体育前CMO强炜担任探路者集团总裁。但不到半年时间,强炜卸任。2017年11月,探路者创始人王静重新回归,担任CEO。

王静回归后的第一件事便是宣告探路者要“回归主业”。公告显示,2018年公司的主要工作是“聚焦主业,深化协同”,即继续聚焦资源促进户外用品主业的长期健康发展,继续挖掘国内外户外运动市场的发展空间,逐步剥离及退出与户外主营业务不相关业务,同时持续整合与户外主业有深度协同作用的项目,为户外主业转化能量。

另一方面,探路者重新聚焦户外运动用品市场也是看到了该领域的发展潜力。《2017年中国户外用品市场调研报告》数据显示,2017年,国内户外市场零售总额为244.6亿元,同比增长5.07%,出货总额137.9亿元,同比增长5.19%。

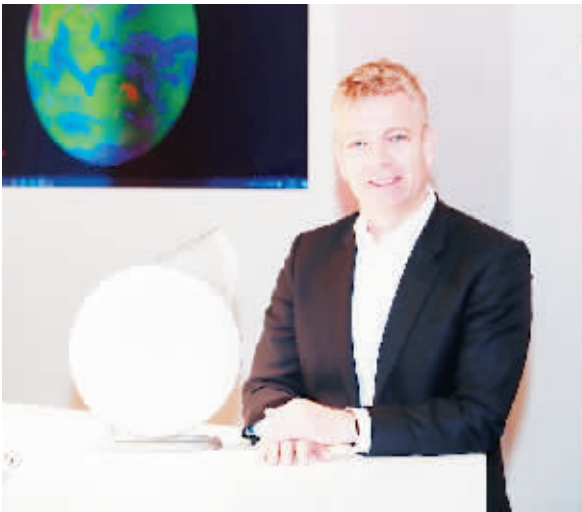
伴随探路者聚焦户外用品主业相关战略举措的逐步实施,探路者预计,2019年一季度,户外用品主业收入将恢复增长,合并净利润比上年同期上升75%-105%,同时与主业协同较小的业务已在有序重组剥离。

IQAir Frank Hammes:我们要做空净领域的专家

“很多竞品都是从做其他品类开始。比如做咖啡机的,做电饭煲的,在看到空气质量不好或者市场有需求的时候,他们就进入到空净这个行业。我们则不同,IQAir是想要成这个行业里最好、最专注的一家公司。我们希望解决家庭、企业、医院等等所有场景下的空气质量问题。”IQAir全球首席执行官Frank Hammes日前表示。

3月6日,空气净化整体解决方案提供商IQAir在2019“设计上海”展上发布了其新品CleanZone Infinity空气净化器,搭载全新的ColdFire滤芯,采用密封结构设计和蜂窝过滤结构,能达到最大风速下在甲醛CADR高于500立方米/小时的效果。5档最高风速下,24小时开机,可保证长达五年的持续高效除醛。

3月14日-17日,在2019梦想生活方式展 Ideal



Home Show)上,IQAir更是向公众展出了其全场景,以结果为导向的空气净化整体解决方案。

Frank Hammes表示:“作为一个企业来讲,如果想要在一个领域里做得非常好的话,你就很难说要样样都做。你如果什么都做的话,你就很难成为某一个领域里面的专家。此外,空净市场其实还是有很大的空间的,我们是一个关注全球市场的公司,在全球目前已经覆盖到了超过70多个国家和地区。很多其他的公司其实只做中国市场,或者只是专注印度等少数几个国家。”

“IQAir的愿景,是帮助每个人随时随地都能呼吸到洁净空气。不管你是家里,还是在路上行走,还是出差在外,或者在公司办公,抑或整个大型楼宇项目,我们都能提供相应的解决方案。”Frank Hammes说。