

# 兩岸鞋業動態

文 ● 編輯室整理

## Nike 停止 NRC 中國大陸地區服務

Nike 旗下的跑步 APP Nike Running Club (NRC) 發佈自 2022 年 7 月 8 日起停止中國大陸地區服務，即日起將為有需要的跑者提供資料匯出服務，Garmin 旗下運動設備即日起將停止與 NRC APP 進行資料同步。中國是 Nike 最大的銷售市場與生產基地，去年在包括香港、台灣等大中華地區達到 83 億美元的營收，Nike 的鞋子和衣服大約有五分之一是在中國生產。

但 NRC 在中國並不是主流跑步類 APP，據 Nike 發佈的聲明，NRC 在中國用戶的數量超過 800 萬，營運里程達到了 6 億公里。與之對比的是，中國跑友最青睞的跑步類 APP 主要是咕咚、悅跑圈和 Keep 等國產產品。咕咚是中國最早一批跑步 APP，早在 2015 年市場調查其佔有率高達 50.77%；悅跑圈是另外一家具有鮮明特色的跑步 APP，主打社交和跑步相關垂直內容；而 Keep 是運動類 APP 的頭部應用，最新資料顯示，其關聯月度獨立設備數已經超過了 2000 萬台。

## 李寧華東智慧物流中心開園

李寧電商運營中心和華東智慧物流中心在上海嘉定正式開園，嘉定李寧智慧物流園是李寧第一個投入使用的智慧物流倉，涵蓋直營、批發、電商、O2O 四大業務需求的倉儲物流場景，整體存

儲能力可達 1000 萬件，單天作業能力可達 60 萬件。

根據李寧集團 2022 年 ESG 報告，去年整年，李寧逐步研究制定全公司層面的碳減排及碳中和規劃，覆蓋北京、上海、深圳三個總部和湖北、廣西兩個創新型研發供應基地，以及各地辦公場所、門店、供應鏈、倉儲物流、差旅等方面。李寧目前已完成區域中心倉的建設，通過數位化提高了物流中心的運營效率。李寧的倉儲自動化專案則幫助物流中心全面進入門店直配訂單及退貨自動化作業，物流作業效率提升超過 20%，零揀作業效率提升 60%，存儲效率提升 120%。除升級物流系統、優化供應鏈，高端線產品的打造也是李寧近兩年財報中的關鍵字。

2021 年底，李寧集團宣佈創立全新獨立高級運動時尚品牌：LI-NING 1990（李寧 1990），這也是李寧目前唯一一個自行孵化的新品牌。李寧 1990 線下門店基本都在一二線城市的高端商圈，如北京國貿、杭州銀泰、武漢恒隆。品牌天貓官方旗艦店顯示，店內商品除配飾類產品，服飾類產品的價格基本都在千元以上，定位高端。這一市場的主力消費族群為 Z 世代，根據公開資料，2021 年底中國 Z 世代人口達 2.91 億人，占全國總人口約 20%。



## adidas 持續投資中國市場

中國是 adidas 全球三大戰略重點市場之一，adidas 全球首席執行官 Bjorn Gulden 表示會持續重視中國市場，也希望能夠不斷增加在中國的投資，並更多地投資於中國的體育事業。adidas 大中華區今年第二季度貢獻營收 7.66 億歐元，同比增長 16.4%，高於預期，且大中華區線下全管道實現雙位數增長。

中國不僅是一個市場，也是全球產品的製造和供應基地，adidas 大量鞋服是中國供應商生產的，Bjorn Gulden 表示目前 adidas 在中國大約有 8000 多名員工，包括現有的 35 名設計師和 100 多名創意人員，人才規模未來還會擴大。其次，將會投資更多門市，並擴大一些門店的規模。同時，在市場方面，本土管理團隊能更好地識別和尋找機會，將持續跟進在中國的投資。在文化及時尚方面，一方面，全球變得更加多元化，另一方面，也變得越來越當地語系化。在中國，adidas 本土設計師團隊專門基於中國的文化為中國消費市場進行設計，更加當地語系化和貼合本地市場，同時中國設計的產品一部分會流向全球市場。

為更好地服務本土消費者，adidas 不斷升級在中國的供應鏈及物流反應速度。今年上半年，adidas 投資 10 億元人民幣的蘇州自動化配送中心投入試運營。Bjorn Gulden 認為“中國市場在需求規模、消費活力以及生產製造和行銷創新等方面均位於世界前列，因此是 adidas 推進業務模式變革的最佳試點。

## 寶成製鞋仍衰退 通路業務回升

寶成公布 8 月合併營收為 201.23 億元，月增 5.4%、年減 12.9%，幅度較上月收斂，累計前 8 月合併營收 1,666.72 億元、年減 8.3%。其中，通路銷售業務在中國防疫措施鬆綁後，業績逐步回升，前 8 月營收年增 7.1%，表現相對亮眼。受客戶持續調節庫存影響，寶成持股 51.11% 的重要子公司裕元工業，8 月自結營收為 6.39 億美元，較去年同期 7.75 億美元減 17.5%，其中製鞋業務較去年同期減 19.8%。

裕元累計前 8 月自結營收為 53.94 億美元，較去年同期 62.43 億美元減少 13.6%，其中製鞋業務較去年同期減少 19.9%。而由裕元通路業務獨立分拆上市的寶勝國際，8 月自結營收為人民幣 14.09 億元（折合約 2.01 億美元），較去年同期減少 6.0%。較 2022 年同期營收人民幣 14.99 億元減少 6.0%；累計 2023 年 1 月至 8 月自結營收為人民幣 137.82 億元（折合約美金 19.67 億元），則較 2022 年同期營收人民幣 128.73 億元增加 7.1%，顯示主要營運地區對防疫措施全面鬆綁後，帶動整體銷售有所回升。

寶成集團旗下裕元工業位於越南胡志明市的寶元鞋廠，爆出今年 3 度裁員，總計裁掉近萬人。寶成在 8 月底也證實，當前宏觀經濟前景未明，考量整體業務發展，繼續採取多元配置策略，動態調整生產排程，致力於整體產能利用率的穩定與平衡，旗下員工的人事作業流程，均會遵循當地政府相關法令規範辦理。

