

“羽飞”、霍利菲尔德携手闯市场

中图分类号: F270 文献标识码: D

北京羽飞公司位于什刹海,是1993年由原北京橡胶一厂一批退休职工组建的,是一个以生产羽毛球专用鞋为主,并结合自身和行业特点生产排球、武术、网球、篮球、足球和乒乓球等专用鞋的专业生产厂家。生产羽毛球鞋的主要人员从王文教时代就为中国羽毛球队提供比赛用鞋,作为当事人曾经伴随国家队征战,并取得了汤杯、尤杯和苏迪曼杯等许多赛事的冠军。

该公司的产品是在原北京橡胶一厂下马的产品中发展而来的。在北京羽毛球协会的支持下,在原有的基础上重点研制新产品,不断升级换代,并积极拓展市场,不仅使其重新焕发生机,还填补了市场的空白。

经过几年的发展,该公司形成了一定的品牌效应,但是新的问题接踵而至。市场上假货充斥,赝品泛滥,影响了产品的声誉,最重要的是产品长期占领的只是中低档市场,由于自身实力有限和市场的饱和,开发新产品和经营项目力不从心。

就在公司领导在发展的道路上苦无良策的时候,突然出现了一个商机。2001年7月,在中美两国体育界的全力推动下,美国著名拳击手霍利菲尔德计划来华比赛。尽管赛事一拖再拖,直到后来成了泡影,但霍利菲尔德在7月就来到了北京,几乎是比当时确定的比赛时间提前了近一个月。对外宣称是备战,但实际上另有目的。据称,他此行不单是来比赛,还有一个重要目的就是商务考察,因为霍利菲尔德在美国有自己的体育产业,生产经营“霍利菲尔德”牌拳击用品和其它体育用品,据说现在还涉及了另一些经济领域,发展得相当不错。他来华是想在中国庞大的市场中寻找几家合作伙伴,最好能在中国的体育制造商中找到几家能生产其产品的厂家,以此为契机,打开中国市场。

因此,刚来华几天,他就给接待方出了一道难题。霍利菲尔德突然说他从美国带来的鞋居然尺寸小了,而与美国联系重新做再送到北京最快也要两周,这会影响到他比赛,因此他要求北京方面能给他提供一双。现在看来,他是想借这个机会来

考察一下中国在这方面的生产能力。

当时对接待他的单位来说这是一个大问题,以至于最后惊动了国家体育总局。国家体育总局的有关人士看了霍利菲尔德比赛鞋的样式后,觉得生产起来有一定难度,现有的产品达不到要求,就找到了批量生产体育专用鞋的北京羽飞公司。该公司在一天内就调集了国内鞋业生产能力最强的几家企业的产品,送到了霍利菲尔德住的宾馆。他对北京羽飞公司的效率非常满意,并当时就认可了其中一家生产能力最强的公司的产品,作为霍利菲尔德拳击鞋的生产商,而且委托北京羽飞公司监制,约定过几天看货。

生产这双鞋难度很大,首先是鞋号特大,必须新制模具,而且鞋底纹既要满足拳击比赛的侧滑步等技术要求,还要有足够的抓地性能,当然还要满足运动员发力时双脚产生强大扭矩的需要。最难的是,霍利菲尔德的这双鞋的鞋底不是一般的气垫,而是可随时充气的气室,这在国内还不多见。更大的问题是时间,只有7天!

样品如期摆在了霍利菲尔德的面前。他看了以后非常满意,他对中国的体育用品生产能力也有了很大的信心。他表示不单是鞋,他还需要做一些其它的诸如拳击手套等体育用品,也同样要委托北京羽飞公司组织生产,并与该公司达成了正式协议,霍利菲尔德以后在中国的体育用品生产全部由其负责组织、监制。

霍利菲尔德走了,商机来了。这并不是什么灵丹妙药,而是一个发展的新路子,一个由单一生产向多元化经营的新路子。由这个思路发展下去将是一个全新的构想。现在面对入世后的中国体育专用鞋市场,北京羽飞公司正在积极寻找合作伙伴,发展他们自己的传统品牌,坚守专业制鞋的阵地;另一方面,组织好生产和流通环节,抓住霍利菲尔德来华的这个商机,与其它厂家合作,弥补自身在产品结构和生产经营上的不足,组成新的体育专业用鞋销售网络。

不能永远因循老路,求新求变才是根本。商机是偶然得来的,但发展一定要靠我们自己 and 业内人士的真诚合作。

《世界体育用品博览》杂志社 赵 磊供稿)