

双星鞋主攻高端市场

张艾丽

(青岛双星集团 青岛 266002)

2003年,国内鞋业竞争剧烈,格外引人注目。在各企业竞相操起“价格”武器,加快推出低端产品,争取更大市场份额的时候,双星却改变中低档市场策略,主攻高端市场,企业销售实现大幅增长。去年,仅专业鞋销售就达到了38万双,实现销售收入1462万元,分别同比增长59%和46%。

以前国产鞋在国际市场上一直扮演着低档角色,而且低端市场利润低,竞争激烈。为迎接全球一体化尤其是国际知名品牌的挑战,从2002年起,双星以“打专业牌、带动休闲鞋大发展”的经营思路,主攻高档专业运动鞋。

1. 以运用高新材料作为切入点,关注用户健康环保要求,使用对人体天然、无刺激材料,将“无苯粘合技术”、“木质纤维”用于生产,改变了我国橡胶加工业污染严重的情况。他们使用杜邦公司、莱茵公司的新材料,生产“绝缘鞋”、“防火鞋”、“防水鞋”,为快速进入高端市场增添了砝码。跨行业、跨领域引进技术含量更高、竞争力更强的关联产品技术,把研究开发延伸至特殊领域,借鉴使用国防工业材料,如将火箭上使用的阻力小、耐冲击的材料应用到专业鞋开发上,从产品内在品质上提升了科技含量。

2. 以运用高新技术为经营目标,根据市场发展需求进行研制。“专业排球鞋”是双星在大量研究专业运动员脚型的基础上,利用先进的开发软件,在掌握帮面主要材料伸缩性和大底变形性、中底形变模量的基础上研制的,集透气、防臭等优点于一身,1月份一上市,订单就排至7月底。2003年12月30日,该产品通过了专家鉴定,综合性能

达到了国际同类产品的先进水平。另外,与华东理工大学合作开发的“纳米抗菌防臭运动鞋”通过技术鉴定,技术水平达到世界领先水平,成为中国鞋业较早应用纳米技术的生产企业。

3. 调整产品结构,细化品种,面向不同的市场、不同专业运动员、不同的消费层次,进行“个性化”生产设计。以前生产的专业篮球鞋仅有止滑、护腕等功能,为占领国家专业队这个高档市场,在进一步设计中还考虑到了鞋底的摩擦系数、吸水率等性能。

紧紧依靠科技进步,双星专业鞋凭借独有的高品质、高价值、高质量,迅速“走红”国家体育专业队。九运会期间,“外置型双气道运动鞋”成为九运会山东体育代表团的礼品鞋。“无垫底气道运动鞋”、“名人专业篮球鞋”、“专业网球鞋”等成为二十届省运会青岛代表团、青岛乒乓训练中心、颐中网球俱乐部、高尔夫球俱乐部等国家专业队的首选。研究出的“第七代专业跑鞋”、“专业网球鞋”、“专业羽毛球鞋”、“名人专业篮球鞋”等拳头产品的推出,不仅被国家专业队所青睐,而且大批量出口日本、美国、中东等十几个国家和地区。

为提升产品技术,该集团还组织10次产学研活动,与华东理工大学、青岛科技大学、海洋大学等合作开发制鞋前沿技术,开展新材料应用、新装备开发,如开发的压敏胶技术、专业运动鞋能量回输检测系统的研制开发等项目,填补了集团空白。2003年,双星就申请国家级新产品7项;国家技术创新计划项目3项,科技创效近2亿元。目前,双星的供应商已经遍布全世界各地,并成为全球著名的经销商PSS公司、沃尔码的“核心工厂”。