运动鞋越潮越好卖

专业跑鞋和篮球鞋一直都是北美运动鞋市场上的主打产品，耐克、阿迪等大牌生产商习惯投入大量资金研发和设计新的高性能运动鞋，并聘请当红运动员作为代言人，从而提高产品溢价，书写了数十年的利润神话。可最近因为消费者越来越偏爱运动休闲风( athlesiure)，这种模式似乎行不通了。2017年销量数据显示，复古运动鞋和为追求时尚的消费者设计的运动休闲鞋成了买得最好的品类，这些产品大多定价在50~80美元，与之前动辄一两百美元的专业篮球鞋和跑鞋价格相差不少。截至2017年9月第三季度的数据，耐克的销售额同比下降了3.7%，近15年来首次出现下滑。鉴于跑鞋和篮球鞋市场持续衰退，行业中有人认为运动鞋市场格局将迎来重大调整，专业性和科技感已经退居次席，休闲时尚才是主流。

现任亚瑟士北美总裁 Gene McCarthy分析，他之前曾在耐克、锐步、UA等任职，从业超过30年，“我们仍然在专业性能上精益求精，为提高职业运动员成绩作出贡献，然而你会发现全世界普通群众参与体育活动的积极性正在下降，5年之后一个普通小孩会买几双专业运动鞋，10双还是20双?我认为大概率会是10双，因此了解年轻消费者的偏好，让自己公司的产品从大浪淘沙的市场竞争中获胜，成为大家缩减了的购物清单中的一部分就非常重要。”

“时尚、复古和休闲是当前流行的主题，美国本土的运动鞋市场结束了高速增长的神话正在经历漫长的冬歇期，整个行业鲜有亮点。”资深市场营销人士 Ed Lussier说道，“即便行业领头羊耐克也面临增长瓶颈，但我并不觉得专业运动鞋就完蛋了，现在整个市场风平浪静、增长乏力最主要的原因是创新不足。”

眼前消费者偏好的改变打破了市场旧有的平衡，锐步卖得最好的运动鞋是1983年就推出的 Classic Leather；阿迪卖得最好的运动鞋是有46年历史的 Stan Smith系列，这些复古产品深受高中生和大学生的喜爱。锐步副总裁 John Lynch指出:“眼下复古系列虽然风靡全球，但不可小觑专业运动鞋的市场潜力。我们公司未来所推出的运动鞋将在性能和时尚之间寻求平衡，既满足专业运动的需要，同时兼备潮流元素。