第八章 体育分销渠道策划

**一、基础知识训练**

1.判断题

（1）某品牌体育服装的分销渠道流程如下：服装生产商－某省级代理商－某市级代理商－零售商－消费者，该服装采用的是二级分销渠道。（ ）

（2）一般来说，单位产品价格高的产品，销售渠道应长；价格低的产品销售渠道应短。（ ）

2. 单项选择题

（1）下列说法正确的是（ ）。

A.一般来说，体育消费品适合于直接销售或短渠道。

B. 对于体积大、笨重的体育器械，如篮架、单双杠、平衡木等，销售渠道应缩短。

C.季节性、时间性强，市场需求变化快的体育产品，如游泳衣、滑雪服等，销售渠道应该延长。

D.一般说来，技术复杂的产品，售前、售后服务要求多的产品，如体能测试、机能测试、心理测试的设备销售，需要良好的售前售后服务，销售渠道越长越好。

（2）运动员雇聘的委托人是（ ）。

A. 运动员经纪人 B. 体育组织经纪人

C. 体育比赛经纪人 D. 体育媒体经纪人

3. 多项选择题

（1）渠道的宽度结构有哪几种类型？（ ）

A.独家分销 B. 契约式分销

C. 密集式分销 D. 选择性分销

（2）垂直分销渠道组织有哪几种类型？（ ）

A. 公司式 B. 管理式

C. 合同式 D. 代理式

4.简答题

（1）公司是否需要中间商，要考虑哪些因素？

（2）体育企业如何选择分销渠道组织成员？

**二、案例分析训练**

**安踏体育：整合线上及线下渠道，实现全渠道全覆盖**

安踏体育目前大多数的商店仍是以街铺形式运营，同时在扩展大型购物中心及百货商场的店铺布局，计划在优越地段以更大、更具吸引力的店铺取代面积较小、效益较低的店铺。

财报显示，截至2017年底，在内地的安踏店(包括安踏儿童独立店)的数量共有9467家，在内地、香港、澳门和新加坡的FILA店(包括FILA KIDS独立店)数量共有1086家，在内地的DESCENTE店数目共有64家，而在2016年底则只有6家。

安踏预计到2018年底，内地安踏店(包括安踏儿童独立店)的总数目将达到9700至9800家。而内地、香港、澳门及新加坡FILA店(包括FILAKIDS独立店)的总数目将达到1300至1400家。DESCENTE品牌将渗透一二线城市，着重于优越地段开设门店。预计截至2018年底，DESCENTE在内地的门店数目有望达到100至110家，KINGKOW预计会有60-70家店铺，SPRANDI预计会有190-200家店铺，而KOLON SPORT预计会有200-210家店铺。

此外，安踏称，为迎接电商渠道的爆发性增长，公司已整合线上及线下渠道、发挥物流配送和大数据优势，实现全渠道全覆盖。毕竟，安踏集团电商已成为集团增长的重要引擎之一，在2017年“双11”电商大战中，安踏以近人民币7亿元的成绩刷新了中国运动品牌的电商纪录，位列天猫第三。

**特步国际：升级店铺形象，融合电子商务**

特步国际已经将一半以上的店铺改为新6s代运动形象，新装修店铺每平方米的销售额较尚未装修店铺高10％以上。

在实体零售渠道作出所有积极转变的同时，特步线上零售也很乐观。2017年，特步蝉联天猫销量最高的跑鞋品牌，也成为休闲鞋销量最高的国内品牌。为支持长期品牌发展，其已将电子商务整合为线上营销的一部分，从而精简开支并进一步统一特步品牌形象。截至2017年12月31日止年度，电子商务占特步整体收入逾20％。

**361度：门店数已达5808家，加码国际市场**

截止2017年12月31日，361度集团共开设5808间核心品牌门店，其中约80％为独立街铺。地区方面，约73.5％的门店位于中国三线或以下城市，而8.3％及18.2％的门店分别位于中国一线及二线城市。

国际市场方面，361度国际在期内已于巴西、美国、欧洲分别拥有1,241个、1,030个、378个出售361度产品的体育品牌专门店销售网点。目前欧洲涵盖的国家有英国、德国、法国、奥地利及瑞士等。

于回顾期内，361度国际也成功踏入新兴市场如加拿大、俄罗斯、西班牙、以色列及意大利。

361度表示，未来也会继续挖掘及扩展至有增长潜力的国家，来推广国际版的产品。同时，为了在国内市场做好产品差异化并迎合消费升级的需求，集团未来也会在国内更多361度门店引入361度国际产品。361度认为，国际业务于未来三至五年会日渐成为集团营业额贡献的重要来源。

电子商务业务因电子商务行业急速发展而呈指数式增长。于回顾期内，361度电子商务之网上专供品贡献本集团收益之7.7％。

（资料来源：联商网 陈肖丽. 安踏、森马、江南布衣…细数10大国产品牌的渠道力.2018.3.20.

 http://www.linkshop.com.cn/CLUB/dispbbs.aspx?rootid=963311）

【分析与探讨】

试对比分析安踏、特步和361度这三家运动服饰品牌是如何进行销售渠道拓展的。

**三、技能训练**

体育分销渠道设计训练

【训练目的】

自主进行体育用品公司分销渠道设计。

【任务描述】

某体育用品公司是一家上市公司，近年来该公司的产品销售业绩在业内排名前三。该公司的销售渠道包括省级代理、自建省级分公司、地市级代理等，由各级代理对其区域进行渠道管理。根据近年来网络营销的发展趋势，该公司拟开拓网络销售渠道，以促进品牌宣传和销售业绩的提升。

请用体育产品分销渠道策划的相关知识，撰写一份有关该公司网络销售渠道的分析的报告，重点分析该公司网络销售渠道的选择。