

## 引言

近几年来，我国许多国产品牌的发展状态是十分优秀的，不少运动品牌也是爆发式增长，比如说安踏和李宁，他们都是国民非常认可的品牌。现如今网上有人讨论，特步或逐渐“崛起”？广受消费者“青睐”，单品销量已达120万双，有望超过安踏和李宁，对此你怎么看

## 一、我国第三大运动鞋服品牌

2021年，我国众多运动品牌走向了前列，安踏凭借着493.3亿元的营业收入，直接超过了阿迪达斯中国，成为了全球运动品牌的第2位，像这样的成绩，是我们之前想都不敢想的。而李宁更是主推国潮，将我国的文化和时尚理念展现在外国人的面前，甚至还多次登上国外的时装周。

李宁和安踏都是大众眼中稳居前两位的运动品牌，但是运动品牌第三位的宝座，一直都难以决出，毕竟我国优秀的国产品牌实在是太多了，像361度、匹克这些国产运动品牌，都有着稳定的表现，确实难分高下。然而在去年，特步却成功拿下了第三大运动鞋服品牌的桂冠，他的营业收入已经达到了100.13亿元。

其实在大众的眼中，特步的发展好像一直都是比较低调的，要说发展势头，他的确是比不过李宁，要说企业规模也根本没有办法和安踏相提并论。在整个运动品牌市场当中，特步的确是非常低调内敛的一个品牌，可他们如今能够拿下这样优秀的成绩，就说明他们可是“非一般”。

## 二、特步的崛起

现在的特步已经走到了国产运动品牌的前列，但是谁都不曾想过，创始人丁水波当年仅靠着1500块钱，就开始了自己的创业历程。丁水波出生在福建晋江，当地的

老百姓正赶上了一个好时代，纷纷下海创业，而17岁的丁水波也是燃起了热情和斗志，与两个好伙伴共同凑齐了1500块，正式创立了：福建三星体育用品公司。

刚开始他们的资金非常有限，唯一的生产工厂就是河边搭建的一个简陋的小工厂，生产的产品就是拖鞋。其实整体的制作流程还是比较简单的，所以他们只雇佣了4个工人。对于当时的丁水波来说，他每天的想法很简单，就是能把所有的鞋都卖出去，尽量不要囤积货物。

虽然他们制作的流程简单，但是丁水波一向要求员工，必须要把拖鞋的质量做好，想要获得消费者的认可，就要拿出优秀的质量来。丁水波的经营理念是非常正确的，因为他们制作出来的拖鞋，经久耐用，获得了消费者的广泛认可，第一年拖鞋的销量就达到了上千双。

公司的营业收入不断扩大，他们也从原来的简陋小厂房变成了后期的大工厂，而年产值更是直接突破了3000万元的大关。随着时间的不断推移，丁水波发现，人们对于拖鞋的需求其实并不是那么强烈，于是他就开始转变思路，决定推出运动鞋。

由于刚开始他们制作的是拖鞋，所以各种设备都只能用来制作拖鞋，为了更好地迈进运动鞋市场，他花费了巨额的资金，引进了一系列的全新设备。虽然设备改变了，工厂的规模改变了，但是他们对于质量的要求却没有发生变化。

从拖鞋跨越到运动鞋，这本身就有着巨大的鸿沟，但是他们靠着优秀的质量，获得了广大消费者的认可，甚至一度还走出了国门，开始销往国际市场。遗憾的是，到2001年国际市场的发展出现了一定的问题，丁水波就只能放弃国外市场，继续在国内市场发展。

虽然此时的特步已经靠着良好的口碑获得了一部分民众的认可，但是它的品牌影响力和曝光率

仍然是比较低的，为了

进一步拓宽销售范围，他们还诚邀了谢霆锋

担任品牌代言人。不得不说，这个选择是十分正确的，谢霆锋后期不仅成为了特步的代言人，而且更重要的是，他还直接变成了特步的投资人。

特步曾经推出过一款“风火一代”运动鞋，这款运动鞋是由谢霆锋亲自设计的，造型特别而且舒适感极强，一经出售就卖出了120万双。时至今日，依然没有任何一个运动鞋，能够超越风火一代当年的销量。

## 结语

市场一直都在发生着改变，许多国内的运动品牌，他们在前几年还有着较好的成绩，但是由于无法适应市场的变化，导致企业的发展走向了下坡路。反观此时的特步，已经慢慢适应了行业的发展，展现出了“非一般”的能力和水平。