

3G 资本收购斯凯奇创鞋业最大交易

其中国市场战略颇受关注

■中国城市报记者 张亚欣

全球运动休闲领域迎来重磅交易。美国知名鞋履品牌斯凯奇(Skechers)日前宣布,同意被巴西私人投资机构3G资本公司收购,预计今年第三季度完成交易。届时,斯凯奇将结束纽约证券交易所26年的上市征程,转为非上市企业。

此次收购不仅是斯凯奇发展历程的重要转折,也预示着3G资本在其消费品投资版图上再添一员大将。在业内人士看来,私有化后的斯凯奇或将获得更灵活的发展空间,在3G资本的运营赋能下加速全球市场拓展和产品创新,这一重磅交易也将促使整个行业加快创新步伐,提高竞争力。

鞋业迄今为止最大的一笔收购

此次重磅交易双方都“大有来头”。

公开资料显示,斯凯奇成立于1992年,总部位于美国南加州,主要从事为广大消费者设计、开发和销售各种生活方式的性能鞋类、服装和配饰等业务,其产品通过百货公司和专卖店在大约180个国家和地区销售。以“舒适科技”为定位,凭借高性价比、时尚设计和创新技术迅速崛起,曾于2016年一度超过阿迪达斯成为美国排名第二的运动鞋品牌。

再来看大手笔买家3G资本,由常霸榜巴西富豪前5名的“巴西三雄”——豪尔赫·保罗·雷曼、马塞林·赫尔曼·泰列斯和卡洛斯·阿尔贝托·斯库彼拉于2004年创立,是消费品领域的著名投资公司,以交易数量少但规模大而知名,接连收

购了百威啤酒、卡夫亨氏等食品饮料领域公司,还曾于2010年收购汉堡王,并将其与加拿大咖啡连锁店Tim Hortons合并,组成了新的餐饮巨头Brands International。

根据斯凯奇与3G资本发布的联合声明,3G资本将以每股63美元的现金收购斯凯奇全部流通股,较公司近15日成交量加权平均股价溢价30%,交易总估值超90亿美元。这也是鞋业迄今为止最大的一笔收购。

斯凯奇官网披露的信息显示,此次收购完成后,斯凯奇将从纽交所退市,转为私人控股公司,但品牌总部、管理层及核心战略将保持不变,创始人罗伯特·格林伯格(Robert Greenberg)仍继续担任董事长兼CEO。

私有化背后的原因

近年来,全球消费品行业正经历一场深刻的资本结构调整浪潮,企业选择退出公开市场以寻求更为灵活的发展空间的案例并非少数。以金利来为例,不久前,金利来发布公告披露私有化的最新进展,预计将于今年7月2日正式撤销香港联交所上市地位,结束长达33年的上市历程。金利来方面称,私有化后可减少监管负担,灵活制定长期发展策略。

而针对此次突然进行私有化的原因,斯凯奇官方层面称,双方在企业长期发展愿景方面高度一致。此次交易是斯凯奇迈向全球生活方式与功能性鞋履领导者的重要转型机遇,斯凯奇管理团队将与3G资本共同引领这一战略转型。

不过,就其私有化而言,离

不开全球贸易的不确定性因素的影响。美联社报道指出,这笔交易发生在特朗普政府关税政策带来诸多“不确定性”的背景之下。此前,在4月发布的今年一季度财报中,斯凯奇并没有依照惯例发布关于下一季度营收预期的“业绩指引”。其首席财务官约翰·范德莫尔解释说,“当前环境变动过于频繁”,公司无法作出足够可靠的业绩规划。

同时,斯凯奇在此前发布的一份文件中也提及,美国政府最近颁布的关税政策以及税率的不可预测性,对公司的业务运营造成了重大风险,并可能大幅增加公司的成本,降低公司利润率。

“斯凯奇宣布私有化,主要是为应对关税压力、规避监管,掌握经营自主权。”福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪接受中国城市报记者采访时分析,新关税政策下,斯凯奇成本增高,进而推高零售价,这让主打高性价比的斯凯奇陷入两难境地,若继续推行大众化定价,企业盈利将受影响;若提价,市场会受冲击。而斯凯奇若选择私有化,能规避上市公司面临的监管压力,在关税风波中更灵活地调整供应链和定价策略。

“全球贸易因关税政策给经济带来不确定性的情况下,斯凯奇撤回2025年全年业绩预测,私有化也有助于其避开短期业绩压力,专注于长期战略布局。”詹军豪说。

斯凯奇在中国市场将何去何从

具体到中国市场,斯凯奇以合资公司的模式运作。

2007年,斯凯奇与中国服装供应链企业联泰集团成立合资公司,共同开拓中国业务,由此正式进入中国市场。得益于适中的价格和舒适的穿着感,斯凯奇在中国市场迅速收获大批消费者,甚至被网友戏称为“美国足力健”。

凭借定价差异化和下沉市场的布局,斯凯奇逐渐在中国市场站稳脚跟。2020年,中国市场为斯凯奇贡献了约20%的营收。截至2024年,斯凯奇在中国已开设近3500家门店。

然而,近来斯凯奇在中国业务的表现却欠佳。2025年一季度报显示,斯凯奇在中国市场销售额同比下降16%。

对于一季度中国市场销售额下滑,斯凯奇全球首席运营官David Weinberg在财报中指出,“尽管在亚太地区销售额略有下降,但部分市场仍保持着良好增势,我们坚信斯凯奇在中国市场拥有巨大的增长潜力,并将持续在产品研发、营销推广和基础设施建设等方面增加投资,巩固和深化中国市场布局。”

针对此次收购交易,斯凯奇中国团队回应媒体时称,针对消费市场,品牌会正常经营。这次退出美国股市,对斯凯奇中国业务没有影响。联泰集团副主席、斯凯奇中国合伙人、斯凯奇中国、韩国及东南亚CEO陈伟利也表示,未来,斯凯奇将继续推进现有战略计划,深化中国市场布局。

“斯凯奇近来在中国市场的表现确实有所放缓,但私有化并不一定意味着会对其在华业务产生负面影响。”中国金融智库特邀研究员余丰慧在接受中国城市报记者采访时表示,私有化后公司可以更

加聚焦于特定市场的长期投资和发展策略,包括针对中国市场推出更适合本地消费者需求的产品和服务。不过,这还要取决于3G资本未来的战略方向和资源配置。

广州眺远营销咨询公司总监高承飞在接受中国城市报记者采访时也指出,3G资本的介入将为斯凯奇在中国市场的发展带来新的机遇,例如引入新的营销策略和管理模式,提升品牌在中国市场的竞争力。同时,高承飞也提到,斯凯奇需要警惕市场竞争加剧和消费者需求变化带来的挑战,持续优化产品和服务,以巩固其在中国市场的地位。

从整个运动休闲行业来看,竞争一直都十分激烈,各大品牌“各显神通”。安踏通过“单聚焦、多品牌”策略,构建了覆盖全价格带的产品矩阵;李宁则凭借国潮营销一举翻身,将传统文化元素与运动科技结合,成功吸引年轻消费者;阿迪达斯2024年通过推出如Adidas Essentials这样的平价产品线 and 关停低效门店、拓展三四线城市小店,实现大中华区销售额同比增长;耐克在中国市场则采取了更为灵活的价格策略,推出100美元及以下的产品等。

不难发现,不论是本土品牌的国潮围剿,抑或是国际品牌的降价下沉,都在挤压斯凯奇在中国市场的生存空间。而此次收购交易,对运动休闲行业或将产生何种影响?

在余丰慧看来,此次收购可能会让运动休闲行业的竞争对手重新评估自身的市场定位和竞争策略。例如耐克和阿迪达斯可能会加速其数字化转型和个性化服务的发展,而安踏等本土品牌则可能加大对研发和品牌建设投资,以抢占市场份额。整体来看,这一重磅交易将促使整个行业加快创新步伐,提高竞争力。

詹军豪则认为,此次收购可能加剧行业竞争,促使其他品牌加速创新和市场拓展。斯凯奇获得3G资本支持后,可能加大研发投入,推出更具竞争力的产品,改变市场格局。同时,行业整合趋势或加速,中小品牌面临更大压力。

不过,高承飞也坦言,从长期来看,行业的竞争格局仍将受到多种因素的综合影响,包括市场需求变化、技术创新、品牌建设等,此次收购只是其中的一个因素,不会从根本上改变行业的竞争态势。

北京科博会举行800余家中外企业和机构参展

5月8日至11日,由北京市人民政府主办的第二十七届中国北京国际科技产业博览会举行,吸引800余家中外企业和机构参展。

本届以“科技引领 创享未来”为主题,聚焦前沿科技、新兴产业及未来产业,设置展览会、贸易投资促进活动和线上展示对接三大板块。展览涵盖信息科技、智能制造、医药健康、绿色双碳、数字经济及区域创新六个专题展区,集中呈现一批首发、首创科技成果。

中国城市报记者 全亚军摄

