

新质生产力促进我国体育用品公司高质量发展——以中国安踏体育用品公司为例

郑秀容 张钊瑞^{通讯作者}

福建师范大学体育科学学院，福建省福州市，350108；

摘要：新质生产力为我国体育用品公司高质量发展提供方向。运用文献资料、逻辑分析等研究方法，从科技、绿色、数字化、全球化四个方面阐释新质生产力促进我国体育用品公司高质量发展的内涵、特征及其内在机理。并针对其在创新、绿色体制、数字化转型、竞争力等现实困境，提出加大投入，引进人才；建立绿色供应链，完善体系；提升性价比，运用数字化技术；了解趋势，调整战略等实践路径。

关键词：新质生产力；体育用品公司；高质量发展；安踏

DOI：10.69979/3029-2700.25.09.061

1 体育用品公司新质生产力的基本内涵与特征

1.1 新质生产力的基本内涵与特征

新质生产力作为时代的产物，是在高速发展的现代模式下，以科技创新为驱动引擎，发挥科技生产力，采用创新思维，提升自身竞争力的关键所在。此外，绿色发展是高质量发展的底色，新质生产力本身就是绿色生产力。牢固树立和践行绿水青山就是金山银山的理念，坚定不移走生态优先、绿色发展之路，做强绿色制造业，发展绿色低碳产业和供应链，构建快速低碳循环经济体系^[1]。运用数字生产力，加快产业转型升级，改革产业发展模式，推动产业向现代化、智能化发展，孕育现代生态系统^[2]。调整现有营销战略，满足国际需求，颠覆固有看法，为新质生产力发展提供更大的国际市场，实现全球生产力。

1.2 体育用品公司新质生产力的基本内涵与特征

体育用品公司新质生产力是一个融合科技、绿色发展、数字化以及实现全球化发展的综合体系。其中，科技生产力是体育用品公司走向高端化的重要途径，通过新材料的研发、智能化体验和对人体工学的深入探索，提升市场竞争力。绿色生产力是体育用品公司对可持续生产的具体行动。体育用品公司需通过智能工厂节省生产浪费和使用环保材料减少碳排放，提升生产效率和品牌形象。数字生产力是体育用品公司智能化转型的关键，随着数字技术的赋能和运用，体育用品公司在生产制造和运营管理实现了跨越式升级。全球生产力是在科技、绿色和数字生产力的基础上，实现整合，提升体育用品公司的创新能力、生产效率及竞争力等综合能力，在充满激烈竞争的全球市场中保持优势。

2 新质生产力促进我国体育用品公司高质量发展的内在机理

科技生产力通过科技创新，发挥创新思维，为其提供驱动引擎；绿色生产力通过践行绿色理念，实现可持续生产，为其提供有效途径；数字生产力通过改革发展模式，完成数字化转型，为其提供推动媒介；全球生产力通过调整营销模式、战略思维，颠覆固有看法，为其提供实现动力。安踏作为中国知名的体育用品公司，成立于1991年，于2007年在中国香港交易所主板上市，成为当时中国大陆地区在中国香港上市的体育用品公司之一，经过三十多年的发展逐渐成长为全球领先的体育用品公司。

2.1 新质生产力是驱动我国体育用品公司科技创新的引擎

第一，运动鞋、运动服饰使用更加先进的材料和技术，提升产品的舒适性和功能性。如安踏集团的运动鞋主要采用氮科技和碳管悬架系统，服饰主要采用防水科技、透气科技和冰敷科技，这些先进的材料和技术，提升体育用品的整体设计，缩短研发周期。第二，运动手环、智能跑鞋通过智能化体验，使体育用品成为实时监控身体变化和提升运动表现的智能化设备。如安踏跑鞋，将芯片安装至指定位置，进行蓝牙配对后，即可通过运动手环或智能手机实时监控多项运动数据。第三，科技创新推动产品个性化服务。如安踏在鞋类中尝试使用3D打印技术，特别是在中底和鞋垫的生产过程中，根据不同消费者提供个性化产品，满足用户的差异化需求，提升生产过程中的灵活度。

2.2 新质生产力是提供我国体育用品公司可持续

生产的途径

第一，利用智能制造技术，如互联网、人工智能、大数据分析等，如安踏位于同安的智能工厂，全车间采用自动化裁剪设备，降低了劳动力成本，提高了生产效率，减少了生产浪费和提高了资源利用率，最大程度实现可持续生产。第二，体育用品公司通过引入绿色生产力，开发创造环保材料和环保技术。如安踏在原材料、包装材料使用、温室气体排放等方面，均采取了实际行动，在服装产品中大量采用生物基、优可丝等再生材料与环保技术。2023年，安踏鞋产品聚焦回收塑料瓶、尼龙材料，用来再造环保鞋面。平均一双环保鞋款中，有75%以上的鞋面材料可循环使用。

2.3 新质生产力是推动我国体育用品公司数字化转型的媒介

第一，安踏在数字化转型的路上首先实现生产环节的数字化转型，2019年安踏集团开始向“智造”求解，2021年3月，其智能化、数据化、标准化的一体化工厂正式投入运营，率先在业内实现从裁剪、配料、车缝、整烫、包装、装箱的全品类、全流程贯通式生产。智能工厂的流程优化达到30%以上，相同产品人均效率提升18%-35%。产能效率提升21%-28%^[3]。第二，安踏运用DTC模式，打破传统形式的营销方式，直接面向消费者，节省了中间环节和时间成本，构建了一个线上与线下贯穿的全渠道销售和营销模式。安踏实现从生产环节到运营模式的全方位提升，使其从传统体育用品公司转型升级为现代化、智能化的行业标杆。

2.4 新质生产力是实现我国体育用品公司全球化的动力

第一，吸引国外用户产生购买欲望，满足消费者对高质量智能产品的需求。如安踏球鞋的缓震科技，使用特殊材料，使其能够提供良好的减震效果和高弹力。这种技术能够使运动过程中产生的冲击力被有效的吸收，并通过回弹帮助使用者在一定程度上提升运动表现能力，比较适用于高强度的篮球比赛与长时间的跑动活动中。第二，通过社交媒体、电子商务平台等途径，实现跨境销售，通过各大运输平台实现跨境运输，直接接触全球消费者，通过各地区市场销售实际情况，进行产品和营销策略的本地化调整，提升全球消费者的用户满意度。如安踏在亚洲地区，会通过设立专卖店和与当地经销商合作的途径，扩大自己的市场份额及市场知名度或者进行并购，FILA品牌的收购，帮助安踏进入更加广泛的消费群体，进入高端运动和时尚领域，赢得全球消费者的信任和支持。

3 新质生产力促进我国体育用品公司高质量发展的现实困境与实践路径

3.1 现实困境

3.1.1 研发深度有限，技术创新不足

第一，许多体育用品公司在科研技术上的投入不足，在一些自主创新领域中，如先进制造技术、高科技材料、智能用品等领域中的自主创新能力相对薄弱，研发深度仍有不足，核心技术容易出现“卡脖子”现象，很难实现产品的差异化和突破。第二，创新不足。在变化莫测的市场中，消费者对于所要购买的新产品具有一定的要求，但是一些体育用品公司在产品的整体设计方面存在不足，同时产品的研发进度缓慢，无法实时跟进社会需求，推出具有竞争力和能够满足消费者使用的优质产品。

3.1.2 缺少绿色体制，可持续发展受阻

第一，公司在践行绿色理念时，往往缺少绿色管理体制，绿色理念不仅需要创新技术的支持，还涉及多方面的整合工作，如人员管理系统、供应链管理、绿色理论建设等全方位整合。第二，采用环保可循环的材料是可持续生产的关键，想要使用这类材料首先要完成传统生产工艺向绿色、低碳的生产流程转变，这就带来较高的资金需求以及改造后带来的不确定性。第三，绿色生产会带来更高的成本，如工艺升级、管理运营整合、绿色认证等，这些成本往往会在定价上体现，影响其市场竞争力和消费者忠诚度。

3.1.3 产品性价比低，数字化转型程度不足

第一，价格竞争力不足。一些体育产品存在：价格过高，产品质量低，无法保持产品的高性价比，消费者则会重新考虑品牌。第二，售后服务。如产品产生质量问题后，退货流程繁琐、服务不到位、无法及时解决问题，影响公司形象和口碑及消费者对于产品性价比的看法。数字化转型程度不足主要体现在工厂智能化水平、数字营销模式和数据分析反馈等方面。第一，由于工厂智能水平的差异，造成产品生产存在质量参差不齐的现象，严重影响消费者体验。第二，数字营销模式单一，难以运用数字化工具与潜在消费者进行沟通。第三，传统体育用品公司未能充分利用大数据分析消费者购买行为，错失产品开发和市场推广的准确度。

3.1.4 品牌缺乏知名度，国际竞争力不足

第一，面对全球知名品牌，国内大部分体育用品公司缺乏全球范围的影响力和知名度，很难吸引国际消费者。第二，国内体育用品公司对于国际管理模式的经验不足，对于不同国家的市场需求和文化差异时缺乏应对能力，在进行国际扩展过程中容易出现运营问题，对于消费者无法提供优质服务，从而制约体育用品公司的高

质量发展。第三，体育用品公司的生产过程，会涉及复杂的供应链，从原材料的采购到生产、运输及销售，在国际市场上，国内体育用品公司则要面临全球供应链带来的挑战，在一定程度上缺乏竞争力。

3.2 实践路径

3.2.1 加大科研经费投入，引进创新研发人才

在当今高度竞争的市场环境下，从体育用品公司的角度出发，应该加大对科研经费的投入，通过增加经费支持，体育用品公司能够进行更深层次的研究，确保技术创新和产品研发。而科技创新的核心关键在人，体育用品公司想要在全球竞争加剧的背景下，从中脱颖而出，必须通过多种方式吸引和培养高水平研发人才。以安踏为例，在美国、欧洲、日本、韩国等地建立了研发设计工作室，吸引全球顶尖的设计和研发人才，通过这些研发中心，加大了科研经费的投入，专注于鞋类、服装等设计；在福建晋江市设立国家级博士后科研工作站，通过该工作站不断吸引高端科研人才，推动技术研发和创新能力升级。

3.2.2 建立绿色供应链，完善回收再利用体系

建立针对体育用品的全方位绿色低碳供应链，围绕体育用品设计、生产、运输、销售、使用、回收等，制定高效系统，采用环保的生产工艺，减少生产过程中的能量消耗和碳排放，实现绿色升级。安踏建立了严格的供应商评估标准，优先选择符合环保要求的供应商，确保在生产过程中符合绿色生产标准，截止 2024 年 6 月 30 日，安踏推动超过 140 家供应商使用清洁能源和可再生能源，并协助供应商进行绿色认证，建立碳盘查数据管理系统。在此，安踏集团加入了危险化学品零排放组织，并制定及发表了《安踏体育化学品管理手册》，2023 年全年已回收再利用鞋盒 57 万个和包装纸 1800 万张。

3.2.3 提升产品性价比，合理运用数字化技术

体育用品公司利用大数据整合、营销分析和人工智能程序等技术，准确把握市场流行趋势，生产制造符合消费者需求的产品，提升产品性价比迫在眉睫。通过优化产品供应链管理，降低生产成本，在保证产品质量的前提下，降低产品价格，提升产品性价比。利用大数据消费信息，增强用户在消费过程中的服务体验，在消费结束后及时为用户提供优质的产品售后，增加用户粘性。安踏通过建立跑步社群，成立了安踏 C 跑圈，为跑者提供了交流平台。通过“ANTAUNI”定制化服务，满足用户独特需求。通过 DTC 模式直接与消费者进行服务与销售，加强品牌与消费者的直接联系，提升品牌忠诚度，充分利用数字化技术。

3.2.4 了解国际需求趋势，调整国际布局与战略

体育用品公司需要通过全面的市场调研，利用大数据和人工智能技术来了解国际需求趋势。在进行全球布局和调整战略方向时，要根据不同国家市场进行本土化设计与营销，推出具有针对性的产品。安踏为了更好应对国际市场变化，采用混合运营模式，充分发挥不同品牌的优势和定位。在加快品牌国际化进程，基于深入的市场调研后，安踏发现东南亚国家市场蕴含巨大潜力，充分了解当地的法律法规、人文风俗及需求偏好习惯后，进行布局深化本土化运营，确保产品设计能够满足国际消费者的购买欲望，提升对消费者需求变化的灵敏度。

4 结论与建议

新质生产力代表先进生产力的发展趋势，在具有高度竞争性和快速变化的市场中，以新质生产力促进体育用品公司高质量发展是主动应对极具竞争市场的重要举措，新质生产力的引领无疑具有革命性意义，技术加持与颠覆性的思维模式将推动体育用品公司迈向下一个发展阶段。其促进的内在机理表现为驱动科技创新的引擎；提供可持续生产的途径；推动数字化转型的媒介；实现全球化发展的动力，从而使我国体育用品公司实现更科技、更绿色、更高效的发展。但目前在创新、绿色体制、数字化转型、竞争力等方面尚存在诸多不足，在一定程度上制约新质生产力来促进体育用品公司高质量发展。未来需要针对经费、人才、布局、战略等多维度共同发力，推陈出新，推动新质生产力广泛应用于我国体育用品公司，为增强我国体育用品公司实现其高质量发展提供理论参考。

参考文献

- [1] 加快发展新质生产力扎实推进高质量发展 [J]. 人民之声, 2024, 02) : 1.
- [2] 习近平在中共中央政治局第十一次集体学习时强调加快发展新质生产力扎实推进高质量发展 [J]. 中国人才, 2024, 02) : 4.
- [3] 搜狐. 营收超 500 亿：安踏集团的数字化转型之路 [E/B/OL] [2024-09-24]. https://www.sohu.com/a/665249785_121124378.

作者简介：郑秀容（2000 年-），女，汉族，福建省宁德市，在读硕士，福建师范大学体育科学学院，方向：体育产业与经济

通讯作者：张钊瑞（1991 年-），男，汉族，中国台湾省台中市，博士，福建师范大学体育科学学院，讲师研究方向：体育产业与经济