



2002年歐洲運動用品 市場表現回顧

編譯◎編輯部

根 據歐洲運動用品組織 Sporting Goods Intelligence(SGI)最新年度調查 13 個國家的市場報告顯示，全歐洲 2002 年的運動用品銷售量達 374 億歐元，較 2001 年成長約 1.1%，這其中包括了從運動用品零售通路售出的自行車產品，預估未來還會有所成長。

雖然 2002 的成長率較 2001 年的 2.2% 低，但 SGI 卻看好 2003 年會有不錯的表現，因為復古運動鞋的買氣旺盛，再加上今年的天氣一直都非常好，而刺激冬季運動器材、泳裝和健行產品的銷售與買氣。

北歐銷售開出紅盤

由統計數字可看到大多數的市場皆成長，僅德國市場下滑 4.2%，原因在於景氣不佳和疲軟的經濟，直接衝擊到運動用品市場的大小與銷售量。但在北歐國家卻有不錯的銷售成績，除了芬蘭僅成長 2.7% 外，丹麥成長 7%、瑞典

成長 8.6%，而挪威也成長 12.1%。但荷蘭與瑞士成長率同為 3%，則稍有減緩的趨勢，其原因可追溯到經濟的疲軟與下跌的利率，讓消費者都將存款轉投資於購買房屋或汽車。

一般來說，消費者比往年花更多錢在購買運動用品方面，這可能是因追隨流行的關係，讓法國多增加 3.4% 的銷售量，比利時也成長 2%。至於義大利的運動用品銷售量，SGI 認為如果景氣沒有持續低迷，運動用品的銷售量應該會增加。

運動鞋大賣

從 2002 年運動用品的銷售情況來看，雖然運動鞋的總銷售量有些微的減少，但運動鞋的總銷售金額成長了 10%，而站穩時尚流行的新主流。除了足球服飾拜世界盃之賜，及衝浪裝備能與運動鞋類相抗衡之外，就連運動服裝都無法與運動鞋類匹敵。

再說，也有幾個衝浪服飾的廠商如 Quiksilver，甚至覬覦自行車車服的市場。所以除了幾個北歐國家外，當冬季運動用品的銷售量衰退時，一般的戶外用品卻反而成長，就像 2002 年德國市場成長了 5% 至 7%。

Intersport集團銷售稱王

根據調查顯示，大型運動用品採購集團 Intersport 在歐洲銷售情況良好，且贏得不少市佔率，以瑞士起家的 Intersport 為世界最大的運動用品採購集團。Intersport 在全歐洲的銷售額約為 69 億歐元，成長幅度達 4.5% 以上，而且 Intersport 在全歐洲的市佔率達 18%。其主要的競爭對手 Sport 2000，2002 年銷售額成長了 3.6%，大約賺進了 36 億歐元。

Intersport 在五個歐盟的國家中，位居運動用品銷售數字的龍頭地位。但目前運動用

品採購集團卻面臨國際連鎖經銷商如 Decathlon 越來越激烈的競爭，而未來到底鹿死誰手也仍是個未知數。根據 SGI 的統計，Intersport 在瑞士的銷售數字雖稍有減少，但在歐洲其他地區卻大有斬獲。

Decathlon 在西班牙也創下不錯的銷售數字，不過在全歐洲最大的運動用品市場德國（一年預估約有 75 億歐元）卻無計可施。2002 年的前幾個月，Decathlon 就關閉了德國的幾家門市，其他的國際連鎖量販店如 Austrian Sport Eybl、Sports Experts（奧地利 Intersport 會員）與瑞典的 Stadium 等，都在 2002 年停止他們的海外擴張計劃。至於義大利新秀 Giacomelli 雖投注大量的心力與金錢在擴張歐洲市場，但也在短時間內迅速退出德國市場後，而血本無歸。

地方色彩的消費型態

由上述的例子可知，先前非常成功的連鎖量販店，在往其他歐洲國家擴張版圖時卻困難重重。而歐洲大型運動用品採購集團銷售數字下滑的主因為經濟的不景氣，SGI 的數據也顯示，歐盟消費市場是具有地方色彩的型態。歐洲大型運動用品採購集團對於他們在當地的經銷商期望過高，畢竟每個市場的差異不小。

因此當 Decathlon 積極拓展國際市場時，就會面臨到各個歐洲市場不同的挑戰。舉例來說，Decathlon 雖然在法國和西班牙的銷售極成功，但卻不保證能成功進軍德國市場。就連 Austrian Sports 和 Giacomelli 都一致地表示，想要打進德國的運動市場，其實是一項很困難的任務。另外，產業觀察專家們也表示，即使 Austrian Sport 進軍德國市場沒有所謂的語言隔閡，但他們的經營策略卻也只能在本國市場奏效，而在德國卻慘遭滑鐵盧。■

歐洲13國運動用品通路營收統計

企業	百萬歐元	相較2001年	市佔率%
奧地利 Intersport	583	-3.3	47.4
Sport Eybl(IS)	428	+10.5	34.8
Sport 2000	245	-3.5	19.9
市場總計	1,229	+9	
比利時 Decathlon	62	+17	9.2
Disport	50	-	7.4
Makro	42	5	6.2
Fairplay	34	-30.6	5.1
Go Sport	20	+12.5	3
Intersport	18	+17	2.7
市場總計	673	+2	
芬蘭 Kesport/Intersport	211	+0.3	25.5
SPORTIA	86	-0.7	10.4
Citymarkt	79	-	9.6
市場總計	827	+2.7	
法國 Decathlon	2,002	+2.2	24.5
Intersport	755	+10.1	9.2
Rallye	556	-1	6.8
Sport 2000	350	+14.4	4.3
Technicien du Sport	280	+10	3.4
市場總計	8,170	+3.4	

企業	百萬歐元	相較2001年	市佔率%
德國 Intersport	2,206	-4.1	29.4
Sport 2000	1,309	+11.9	17.5
Karstadt Quelle	1,194	-0.5	15.9
Metro	900	-2	12
Sport-Scheck	323	+3.5	4.3
Sport Voswinkel	80	-	1.1
市場總計	7,500	-4.2	
荷蘭 Intersport	300	+21	20
Euretco Sport	200	+15.7	13.3
Fair Play	150	-	10
市場總計	1,500	+3	
義大利 Intersport	510	+4	11.1
Giacomelli	241	+21	5.2
Cisalfa(IS)	220	+6.4	4.8
Selezione Sport	220	-4.3	4.8
Sport Point group	170	-	3.7
Decathlon	155	+31.6	3.4
市場總計	4,600	+0.7	
西班牙 El corte Ingles	430	+10	15.1
Decathlon	290	+15	10.2
Intersport	270	+11	9.5
Detall Sport	201	+16.2	7.1
Sport Disseny	112	+0.1	3.9
市場總計	2,840	-0.2	
非歐元區			
企業	百萬歐元	相較2001年	市佔率%
丹麥 Sport Masters	135	+12.5	22.1
Intersport	130	+8	21.2
市場總計	610	+7	
瑞典 Stadium	345	+16.4	20.6
Intersport	329	+8.7	19.6
Team Sportia	200	+9.9	11.9
市場總計	1,680	+8.6	
挪威 G-Sport	319	-	28.8
Intersport	186	+2	16.8
MX Sport	101	+9.8	9.1
市場總計	1,107	+12.1	
瑞士 Intersport	361	-9	27.9
Migros(incl Globus)	204	+8	15.8
Ochsner	170	-	13.2
Manor Group	170	+13	13.1
市場總計	1,295	+3	
英國 JJB Sports	1,204	+3.5	22.5
Sports Soccer	621	+22	11.6
JD Sports	590	+50.8	11
Blacks	347	-36.4	6.5
All:Sports	252	+7	4.7
Intersports	223	-2	4.2
市場總計	5,358	+3	
整個歐洲市場	37,388	+1.1	

資料來源：SGI, 歐 Bike Europe 雜誌