



纺织服装行业运动鞋系列报告 之一：昂跑：以极致专业化跑 鞋突围运动鞋服市场



昂跑 (ONON.N): 运动品牌新势力, 深耕功能性专业跑鞋领域。昂跑是近年高速成长的高性能跑鞋品牌。昂跑诞生于 2010 年的瑞士阿尔卑斯山, 由国际铁人两项赛和 Ironman 超级铁人三项赛冠军奥利维尔·伯恩哈德联合两位热爱跑步的朋友创办, 品牌目标是“彻底改变跑步的感觉”。昂跑跑鞋核心理念为“缓冲着陆, 爆发起飞”, 以技术及设计创新+可持续发展理念为基, 将工程解决方案与极简主义的瑞士设计美学相结合。凭借独特的产品, 公司营收保持高速增长, 成为运动鞋服品牌新势力, 2018-2020 年公司营收 CAGR 达 66.45%, 同时根据彭博, 2021H1 公司鞋类营收超过全球运动鞋类市场市占率第 17 的哥伦比亚, 成为运动市场的新势力。根据公司财报, 截至 2021 年上半年, 公司共有 883 名全职员工, 产品在全球 50 多个国家和地区约 8100 家零售门店有售。此外, 公司于 2021 年上市, 根据彭博, 截至 2022 年 1 月 11 日, 昂跑 (ONON.N) 总市值为 99.4 亿美元, 按照彭博一致预期对应的 2022 年 PE 为 909.9 倍。

昂跑发展历史: (1) 初创期 (2010-2013): 推出核心技术, 从瑞士起家到进军亚洲市场; (2) 快速成长期 (2014 至今): 以跑鞋为核心持续丰富产品品类, 全球扩张持续。

成功经验: 全球运动鞋及运动服市场均呈现向头部运动品牌集中的趋势, 且运动鞋市场集中度更高, 我们认为昂跑得以在行业集中度较高的运动鞋市场异军突起, 主要得益于其深耕跑鞋领域, 注重革命性产品创新并强化其专业跑鞋品牌形象。(1) 复盘行业龙头 Nike、Adidas, 革命性产品

创新有助于市占率快速提升。而昂跑强调跑鞋极致专业化理念：在技术革新方面，公司三大核心创新科技为 CloudTec、Helion 超级泡沫和 Speedboard 技术；在产品迭代方面，公司以跑鞋为核心，持续迭代多款鞋款。(2) 此外，我们认为，传统巨头的大投放营销策略存在突围空间，昂跑利用精准营销破局。昂跑一方面通过与专业运动员合作，另一方面通过建立粉丝社群、KOL 推广等方式精准定位跑者群体进行口碑及社区营销。

(3) 在渠道方面，公司 DTC 渠道与分销商合作渠道互补，精准触达消费者。

投资建议：昂跑以高性能跑鞋为基，突围集中度较高的运动鞋市场，并持续提升其市场份额。我们认为国产运动鞋服品牌未来有望通过产品科技的不断迭代创新，提高其市场份额，推荐李宁 (H)、安踏体育 (H)、特步国际 (H)。此外，昂跑主要的供应商也有望受益其高增长，建议关注华利集团。

风险提示：宏观经济环境不景气风险；劳动力成本上升的风险；新型冠状病毒肺炎疫情引致的风险；供应链中断风险。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_36068

