

經濟日報

HONG KONG ECONOMIC TIME

夥迪士尼創雙贏 11月推出 米奇Crocs鞋料銷50萬對

俗語云：創業難，守業更難。旋風式突襲香港並打響名堂的Crocs「鱷魚鞋」，在創業時為自己找到了以功能為重的定位。Crocs為了保持銷量增長，於今年8月與迪士尼結盟，令Crocs可將迪士尼的卡通人物應用到其產品上。這次結盟令Crocs擁有很多可能性，包括可為迪士尼的電影出產特別版「鱷魚鞋」。

Crocs的行政總裁斯奈德（Ron Snyder）表示，零售商對首次迪士尼「鱷魚鞋」反應良好，將於11月推出米奇老鼠圖案的款式。「我認為這（與迪士尼結盟）對公司的增長很有貢獻。」他稱，Crocs與迪士尼結盟是因為該公司擁有大批小朋友擁護。

與Crocs有著伴關係的Wedbush Morgan Securities，其分析員明茨（Jeff Mintz）指出：「我們都知道迪士尼的吸

引，並清楚小朋友有多喜歡它。」他預計，該公司會於第4季賣出50萬至60萬對迪士尼「鱷魚鞋」；總銷量更有可能升10%，在第4季的可賣出逾500萬對鞋。

Crocs靠自己打出了名堂，產品遍布全球60個國家，超過1.4萬個銷售點。最初「鱷魚鞋」是主要設計給喜歡戶外活動的人士，發展至今，其款式已超過20種，並有適合不同場合的鱷魚鞋可供顧客選擇。

1年多前，當對鱷魚鞋面世後，很多人都對該公司的前景十分擔心，推出後旋即打進「最慘款式」排行榜的榜首，更有人擔心公司上市後，其股價會隨水式下滑。

不過，該公司自2002年投產，去年銷量由2003年的120萬美元（約935萬港元）上升近91倍，達到1.09億美元（約8.5億港元）。今年首兩季公司的銷量更加錄得3位數字的增長。



▲Crocs將於11月推出有米奇老鼠圖案的「鱷魚鞋」，料可賣出50至60萬對。（網上圖片）
▶由Jibbitz生產的得意鞋扣，可扣在Crocs的鞋孔上，令鞋子形象變化多端。



另夥75大學 推獨特款式

生意策略 辦了和迪士尼結盟，Crocs亦想出其他可令業務持續發展的方法。今年夏天，Crocs透過Collegiate Licensing Co.與多間主要大學取得特許經營權。現在Crocs與約75間大學，以該校的顏色及校徽推出代表大學的「鱷魚鞋」。

產得意鞋扣添新裝

與Crocs有著伴關係的Wedbush Morgan Securities，其分析員明茨（Jeff Mintz）表示「大學產品的市場十分龐大，我們可以生產汗衫、街衣及鱷魚鞋。」大學這市場更有穩定的目標群，包括現時的學生，以及即將入學的學生等。每年大學都會有不少舉辦舞會，真的不想沒有生意。

另一個主要的營銷策略，就是於本月初宣布以1,000萬美元收購了鞋扣公司Jibbitz。這套得意鞋扣可扣在Crocs的鞋孔上，而且有多款鞋扣供客人選擇，亦變化多端，令客人可幫自己的鞋子更換形象，深得顧客歡迎。

Crocs的行政總裁斯奈德（Ron Snyder）表示：「Jibbitz將是Crocs一個重要的分支。這家公司在很短時間已做出不錯的成績，並與Crocs配合得很好。」

▲Crocs已有大批小朋友擁護，推出了迪士尼版的「鱷魚鞋」後，銷量料可隨節上升。