

Schoenenstrijd China laait op

07-07-2008 00:00

De strijd tussen Nike en Adidas om de Chinese consument is met de opening van de nieuwe Adidas-winkel in Beijing een nieuwe ronde in gegaan. Maar in het onderlinge gevecht lijken de twee sportgiganten lokale spelers te vergeten, schrijft zakensite Z24.

De winkel die Adidas vrijdag om middernacht opende, is met ruim tienduizend vierkante meter de grootste Adidas-winkel ter wereld. Vier verdiepingen, speeltoestellen en de mogelijkheid om je eigen schoenen of shirt te 'customizen' zijn slechts enkele van de kenmerken van de megastore. De winkel is ruim anderhalf keer zo groot als het huidige vlaggenschip van de Duitse sportfabrikant, op de Champs Elysées in Parijs.

Maar niet alleen Adidas grijpt de Olympische Spelen aan om hun spullen aan de Chinezen te slijten. Ook niet-officiële sponsor Nike is een offensief gestart. Voor Nike is China na de VS de belangrijkste markt. In 2007 zette het daar voor het eerst meer dan een miljard dollar om. Elke dag openen er in China twee tot drie Nike winkels.

Het zijn niet alleen de Amerikanen en de Europeanen die op haast koloniale wijze de Chinese markt aan het verdelen zijn. Ook de Chinezen zelf timmeren flink aan de weg. In 2007 steeg het marktaandeel van lokale merken tot 52 procent, van 42 procent in 2005. Het meest in het oog springend is Li-Ning, opgericht en geleid door de gymnast Li-Ning. Li-Ning won op de spelen in Los Angeles van 1984 drie gouden, twee zilveren en een bronzen medaille.

Li-Ning heeft een marktaandeel van rond de veertien procent. Dat is maar een klein beetje minder dan Adidas en Nike waarvan de marktaandelen worden geschat op respectievelijk zeventien en achttien procent. Dit jaar nog opent Li-Ning 900 nieuwe winkels, waarmee het totaal eind dit jaar op 6100 komt te liggen.