

# 胜利女神之羽

## ——论美国社会与耐克崛起的因果联系

杨启航

西北师范大学, 甘肃 兰州 730070

**摘 要 :** 耐克公司是美国社会的产物, 是美国社会群众在高等教育发展下的商业热情、对日态度与实用主义观念、生活态度与种族意识、美国社会中政治风波的影响、美元汇率的调整、对美国关税政策调整的需要、国际局势的影响、欧美运动品牌对美国市场的占有、人类命运共同体程度加深的影响所铸就的。美国社会中的不同因素, 在耐克崛起中起到不同作用, 但总体上耐克崛起是美国社会的产物, 证明满足不同社会发展状况的不同需求, 才是企业发展的唯一道路。

**关 键 词 :** 耐克公司; 美国社会; 经济全球化

### The Feather of the Goddess of Victory

#### -- On the Causal Relationship Between American Society and the Rise of Nike

Yang Qihang

Northwest Normal University, Lanzhou, Gansu 730070

**Abstract :** Nike is the product of American society, which is the result of the business enthusiasm, attitude towards Japan and pragmatism, attitude towards life and racial consciousness, influence of political turmoil in American society, adjustment of US dollar exchange rate, need for adjustment of US tariff policy, international The influence of the situation, the occupation of the American and American sports brands on the American market, the influence of the deepening of the human community of common destiny degree forged. Different factors in American society play different roles in Nike's rise, but overall Nike's rise is American society.

**Keywords :** Nike; American society; economic globalization

以胜利女神之羽<sup>1</sup>作为商标的耐克公司, 是当今世界上最大的运动品牌, 从销售日本跑鞋的蓝带公司, 到如今的商业帝国, 耐克的崛起是飞速的。这与耐克公司内部的注重科技创新、创始人的企业家精神等内部原因不无关系, 但耐克崛起过程中, 最为核心的是当时的美国社会给予了耐克生存和崛起的机会, 是美国社会造就了耐克, 本文拟就美国社会与耐克崛起的联系做出探究。

### 一、美国群众的集体共识

美国社会群众在高等教育发展下的商业热情、对日态度实用主义观念、生活态度与种族观念推动了耐克的崛起。

耐克的崛起过程<sup>1</sup>, 名义上使于1962年一个夜晚, 菲尔·奈特志忑地将被他称为“疯狂的想法”<sup>2</sup>告知其父。奈特的志忑是合理的, 因为他“凭天才冒险去发大财”的想法, 与托克维尔所说的“他们喜欢秩序井然, 没有秩序, 事业就不能发达。他们特别重视遵守信誉, 信誉是商业兴隆的基础。他们宁愿常识去慢慢地创造财富, 而不愿凭天才冒险去发大财”<sup>3</sup>美国传统创业观念

背道而驰, 奈特“天才的想法”, 不是上帝赋予的, 而是美国社会赋予的, 是美国高等教育的发展赋予的。鲍尔曼教练的体育训练, 使奈特了解田径运动和高等学校中的体育运动员对于物美价廉的运动鞋有巨大需求。<sup>4</sup>斯坦福商学院的课程, 让奈特了解日本仿制德国相机的成功案例, 并进一步完善了“疯狂的想法”的科学性。高等教育的发展和美国人独有的商业热情相结合, 这才是奈特想法真正的开始, 耐克崛起的真正开始。

奈特的“疯狂的想法”没有遭到家人的反对, 但当奈特提出要前往日本时, 却遭到了其家人极力反对, 他的外祖母将日本人妖魔化, 称日本人为藏在暗处随时准备挖掉美国人眼珠子的魔鬼<sup>5</sup>奈特的家人并不是个例。斯特拉瑟把与鬼冢虎的官司比作“珍珠港事件的重演”<sup>6</sup>, 在耐克胜诉后, 法院拒绝将鬼冢的上诉作为紧急案例来处理的态度, 则更具社会代表性<sup>7</sup>。可见尽管美军已经进驻日本, 但珍珠港的阴云仍笼罩在美国人的心头。当时美国群众对日本

1 “蓝带公司”名义上是耐克的前身, 但耐克公司的早期发展阶段基本是在“蓝带公司”时期完成的, 而且“蓝带公司”后期已经开始自己生产, 耐克公司并未更换管理者和发展战略, 二者是一脉相承的, 所以本文正文中将“蓝带公司”和耐克公司统称为耐克。

作者简介: 杨启航 (2004-), 男, 天津人, 西北师范大学本科生, 研究方向: 历史学。

人有普遍反感，而对于日本鞋则觉得可以接受，至少大部分人没有因为它是日本的产品而感到反感。甚至在耐克早期宣传中甚至打出“日本挑战欧洲田径鞋统治市场”的广告<sup>[2]</sup>，并且效果良好。这得益于美国人普遍的实用主义观念，实用主义对于结果的预判作为衡量标准<sup>[4]</sup>，淡化了美国人在全球贸易中的国家概念，使质优价廉的日本跑鞋踏上美国跑道，耐克也逐渐步入正轨。

耐克的崛起得益于美国人的生活态度。美国人对体面生活情有独钟，恰好“体育总是体面的”<sup>[2]</sup>，而优秀的体育成绩则更是体面的。不论是在耐克成立前，奈特“假如能够让伯利穿上他的鞋，更不用说让去伯利推销鞋子了，俄勒冈州的每一个孩子都会买上一双。”<sup>[1]</sup>的想法，还是在蓝带时期<sup>2</sup>，利用运动员希望通过通过服装体现其身份的心理，实现营销目的<sup>[1]</sup>，耐克始终用尽“十八般武艺”让优秀运动员穿上自家的产品。既满足了运动员对于服饰体现身份的体面追求，也赋予同款产品体面的属性，满足了美国民众对于运动服饰体面的要求。美国人对于体面生活的追求，为耐克这一运动品牌的提供了生存的土壤。美国人关注体育，但是美国人认为那些体育更加体面，是不断变化的，耐克产品重点也随之变化，当跑步逐渐流行，耐克便研发科尔特斯跑鞋回应美国人的需求；当美国人认为长跑不健康的时候，耐克便重点研发全功能运动鞋和篮球鞋，飞人乔丹系列篮球鞋是耐克交出的完美答卷。<sup>[6]</sup>

1985年飞人乔丹系列篮球鞋和乔丹一同横空出世，将耐克推上了新的巅峰。“孩子们在商店门口排着队，想买一双他们心目中的新偶像所穿的球鞋。他们往往空等一场，因为飞人乔丹鞋供货十分紧张。供货紧张反过来又刺激了市场需求，这种需求是运动鞋行业从未见过的。”<sup>[1]</sup>耐克造就就是飞人乔丹鞋的成功<sup>[6]</sup>，而不是乔丹的成功，造就乔丹成功的是美国黑人运动。美国黑人运动成功的改变了美国群众的种族观念，使黑人运动员从被抵制对象变成被追捧对象<sup>[7]</sup>，黑人球星的同款篮球鞋，是一款体面的运动装备。美国群众的生活态度与美国群众的种族观念结合，产生了耐克例如飞人乔丹鞋等明星同款产品的成功。

## 二、美国社会中的政治影响

耐克的崛起离不开美国社会中政治风波的影响、美元汇率的调整、对美国关税政策调整的需要。

在1974年耐克与鬼冢虎的审判中除了法官的对日态度值得注意外，“水门事件”的影响也值得注意。“但是蓝带公司的律师们还是决定直截了当地说明真相，这样做不仅是出于诚实，而且因为水门案件为当今奠定了道德基调，诚实将会获胜”基于这一道德基调，耐克甚至在后续的辩护中，直接对鬼冢虎高管北见的信誉发起攻击，这一道德基调不仅体现在商人团体中，甚至在法官的裁决评议书中都有对于鬼冢、北见二人诚信道德的直接评价<sup>[1]</sup>，可见美国的政治风波可以直接影响美国人的道德基调。这是美国人密切关注政治所造成的，而美国人对于政治的关注，则得益于

2 此处为表明耐克发展的不同阶段该政策的一贯性，特使用“蓝带公司”，除本处之外，仍将“蓝带公司”包含在耐克之中。

美国的民主共和制，名义上人手一张的选票，使政治成为美国民众日常生活的重要组成部分。思想上，美国民众“秩序与社会繁荣是彼此携手并肩前进”<sup>[3]</sup>的观念，决定了美国民众认为政治风波与自己的幸福生活息息相关，尼克松的诚实为自己赢得赦免，为美国政府赢得稳定，让美国人看到了诚实的价值。<sup>[9]</sup>美国社会上下一致的诚实道德基调，使耐克以选择用诚实换取法院的信任，最终击败鬼冢虎，成为了独立的品牌。

美元汇率政策调整给耐克带来冲击与机遇。1972年，尼克松对美元兑换日元的固定汇率做出调整<sup>[11]</sup>，这使得与日本有合作的企业被打乱生产规划，甚至无法为第二天做规划。<sup>[2]</sup>在汇率浮动的政策下，耐克不得不改变日本作为主要生产地的现状，开始寻找新的第三世界生产商，这对耐克来说是有益的。美元与日元浮动汇率是经济全球化的必然结果，只是时间上的差异。1972年的调整，使耐克解除了对于日本生产商的依赖，并发现了在价值链全球配置中不断更换生产国，可以进一步保证较低成本，再结合发达国家的先进设计，形成强大的市场竞争力。同时，美元兑换日元的浮动汇率使耐克较早的适应了全球化经济，是耐克较早的适应全球化市场，这对于耐克建立全球性的商业帝国是十分重要的。价值链全球配置保证产品竞争力，走全球化经济道路，这不是耐克的自主选择，而是美国社会强迫耐克走上的正确道路。

1977年，美国海关向耐克索要2500万美元的欠缴关税，拉开了耐克和美国海关之间“冷战”<sup>3</sup>的序幕，这场战争以1980年耐克缴纳900万美元罚款和成功上市结束。奈特对这场战争的本质有明确认知，即有竞争对手在利用美国落后的“美国市价”<sup>4</sup>政策打击耐克<sup>[2]</sup>。“美国市价”阻碍了新经济模式的发展，成为商业恶性竞争的工具。对此耐克通过制造理论依据、生产廉价的一线鞋、对联合橡胶公司提起反垄断诉讼等合法反击手段，击败美国海关。耐克与美国海关的战争，表面是企业对抗政府，实质是新的经济模式和旧的经济模式的冲突。耐克背后还有一众与耐克存在市场竞争的鞋商，但他们选择支持耐克，更是选择改进落后的“美国市价”，因为落后的“美国关税”可以被用来对付耐克，也同样可以用来对付其他鞋商。耐克只是一众企业的代表，在新的经济发展下，打破陈规陋习，击败美国海关，对“美国市价”处以死刑<sup>5</sup>。而对于耐克来讲，相较于塑造了耐克敢于维护自身权益的品牌形象等影响，这场胜利带来的海关政策变革，便利了价值链全球配置，才是至关重要。

## 三、美国社会中的国际因素

美国社会中国际局势的影响、欧美运动品牌对美国市场的占有、人类命运共同体程度的影响，也是耐克崛起中的重要因素。

3 菲尔·奈特将这场官司比喻为冷战

4 根据美国市价的相关规定，尼龙鞋的进口关税为该鞋子制作成本的20%，除非在美国国内有竞争对手也生产“类似的鞋”，这种情况下，关税税率将变为竞争对手产品的20%。

5 菲尔·奈特选择赔款的原因是为了尽快上市，在赔款之前美国海关已经处于下风，这也是“美国市价”的最后一次使用，在美国政府制定新海关政策时，甚至直接咨询了耐克公司的意见。

奈特对于国际形势的变化十分敏感，而他对于1979年国际形势变化的分析，对耐克日后的发展影响深远。“我暂时能够把我的注意力转移向其他威胁：生产。日本也因为相同的原因而陷入困难：浮动的汇率，政府的不稳定性。这些因素也开始影响到中国大陆其他地区。又到了寻找新工厂、新地区的时候了，这一次我们想到了中国大陆。问题不在于如何进入中国大陆。一家制鞋公司尝试进入后，其他公司最后都会快速跟进。问题不是怎么抢先进入，第一个进入的公司将会得到持续数十年的竞争优势，这些优势包括利用中国大陆的制造业，开拓其市场，以及与中国大陆各级政府构建良好的关系。”<sup>[2]</sup> 耐克赢得了竞赛，1980年耐克成为了首家在中国大陆做生意的美国鞋商。拥有了新的生产基地和无人竞争的巨大市场。此前特殊的国际局势，让中国市场留有巨大空间，为耐克提供了较低的生产成本和巨大的销售市场。耐克得以进入中国市场，是耐克创始人们在国际局势变化下努力的结果。正是因为中美关系缓和，是耐克可以作为一家美国企业进入中国；中国的改革开放，给予耐克适宜的中国市场等国际局势变化的变化赋予耐克进入中国市场的机会<sup>[12]</sup>，国际局势的变化才是耐克得以进入中国市场的根本原因。

阿迪达斯、彪马等欧美运动鞋品牌的发展和对于美国市场的占有，也是耐克崛起的重要因素。在1964年奈特和鲍尔曼刚刚开始创业的时候，美国公司占据着休闲运动鞋市场，德国公司占据着专业运动鞋市场<sup>[1]</sup>，欧美运动品牌在美国市场的流行既证明了美国人对于品牌运动鞋喜爱和消费能力，宣布了美国运动员自制运动鞋的时代，甚至是个体鞋商的时代，正在降下帷幕，一个属于品牌、属于大批量生产运动鞋的时代正在冉冉升起，让奈特看见了创建耐克的希望。同时也将高中和大学的田径市场留给了耐克，在大学和高中的运动员这个市场开始，耐克逐步完成原始资本积累并发展壮大，进军其他市场，最终击败其他运动品牌，获得市场的最大占有，建立商业帝国。此外，欧洲运动鞋品牌的虎视眈眈，使耐克等美国本土运动品牌始终保持竞争状态，要么发展，要么死亡，保证了其产品质量和价格合理，“逼迫”耐克走上

了正确的发展道路。

随着人类命运共同体程度的加深，如奥运会等国际体育赛事获得了更多的观众。<sup>[13]</sup> 奥运会选手的装备引发鞋商们的激烈竞争，因为随着奥运会冠军登上领奖台，还有他在比赛中使用的装备，这也成为一个品牌正式得到认可的标志。<sup>[2]</sup> 通过奥运选手夺冠，扩大品牌影响力，让耐克运动装备走向全球，这也是耐克不断签下体育明星的重要原因。而这一营销策略，是基于全球人民打破了国界的观念，对于人类极限的关注，才得以成功的<sup>[14]</sup>。此外，经济全球化，是人类命运共同体程度加深的必然结果。经济全球化对于耐克发展起到了重要的推动作用，在耐克发展的过程中有多次直接体现，如耐克与美国海关“冷战”时期，众多海外生产的鞋商选择支持耐克。他们虽然与耐克存在市场竞争，但都是参与经济全球化的企业，而落后的“美国市价”不利于他们参与经济全球化<sup>[15]</sup>。再比如耐克的价值链全球配置，也是依托于经济全球化的大背景。<sup>[6]</sup> 经济全球化的大背景，让耐克将研发放到发达国家，生产交给发展中国家的价值链全球配置得到实现的机会。耐克顺应了人类命运共同体程度的加深，进而快速崛起。

#### 四、结语

综上所述，从来没有耐克的时代，只有时代的耐克。是时代为耐克提供了机会，是美国社会铸就耐克的商业帝国。耐克崛起依靠的是美国群众的集体共识中的高等教育发展下美国人独有的商业热情、在实用主义观念下的对日态度、对于体面生活的追求和种族观念，造就了耐克，并使之成为品牌。美国社会中的政府影响，使耐克在每个关键节点，都能化险为夷并进一步发展。美国社会中的国际因素，让耐克拥有了发展的经验和全新的市场。所以任何企业想照搬耐克的发展都是不可能的，因为社会需求是动态的主动的，任何企业只能被迫满足实时的社会需求，顺应经济全球化才能发展。没有企业领导时代，只有被时代领导的企业。

#### 参考文献

- [1] 朱莉·B. 斯特拉瑟·劳里埃·贝克伦德，鞋王耐克：一个著名品牌的诞生[M]，上海：上海译文出版社，1997.
- [2] Phil.Knight, *ShoeDog* [M]. New York: Scribner Book Company, 2018.
- [3] 托克维尔，论美国的民主[M]。北京：商务印书馆，1998.
- [4] 威廉·詹姆斯，实用主义[M]。北京：商务印书馆，2012.
- [5] 李桂芳. 为什么耐克公司不生产耐克鞋? [J]. 管理现代化, 2003,(05):8-12.
- [6] 王磊, 司虎克. 以技术创新引领行业未来发展——耐克公司专利文献情报分析 [J]. 北京体育大学学报, 2014, 37(08):12-18.
- [7] 孟文光, 薛冰. 从种族视角透视美国黑人篮球运动的发展 [J]. 体育世界(学术版), 2009,(10):100-101.
- [8] 周宇鑫. 没有乔丹, 耐克怎么办? [J]. 体育世界, 1997,(11):31-32.
- [9] 张发青. 水门事件的遗产 [J]. 山西大同大学学报(社会科学版), 2016, 30(06):27-31.
- [10] 刘自强. 美国对日政策调整对20世纪90年代日本经济的影响 [J]. 江西社会科学, 2011, 31(07):126-131.
- [11] 王永顺. 美国职业体育的兴起及其启示 [J]. 北京体育大学学报, 2022, 45(12):56-66.
- [12] 探寻中国改革奥秘的重要窗口 [N]. 人民日报, 2014-03-03(003).
- [13] 黄福挺, 端木和经. 人类命运共同体视域下奥林匹克运动的发展诉求和价值回归 [J]. 西安体育学院学报, 2022, 39(01):40-45.
- [14] 卢静. 当代全球化进程与国家角色转变 [J]. 太平洋学报, 2022, 30(09):1-10.
- [15] 李娟, 李海春. 人类命运共同体与经济全球化 [J] 前线, 2019, (01):33-36.