

有的巨亏有的一夜走红 服装企业市场表现不一

本土服装品牌升级路在何方

本报记者 王轶辰

近日，两则发生在服装领域的新闻颇耐人寻味。首先，李宁公司26日发布的年报显示，2012年公司收入较2011年同比减少24.5%，巨亏19.79亿元，李宁这个国产体育服装巨头，在经历高速增长长期后尝到了“过度扩张”带来的苦果；其次，本土服装品牌“例外”却意外走红，成为舆论关注的焦点，上演了一出一夜成名的好戏。同样都是本土服装品牌，两相对比，反差巨大。本土服装品牌如何升级，每家公司的看法各不相同。但业内专家指出，加强对服装设计人才的培养是产业发展关键，只有具备世界水平的好设计，才可望拥有大市场。

单靠关店难以扭亏

好设计才有大市场

李宁公司公告显示，2012年公司在全国共关闭店铺1821家，约为店铺总量的22.06%，平均每天关闭5家门店，存货周转天数则由2011年的72天增加至90天。公告称，其亏损原因在于减少批发销售、应收账款及库存的拨备、推行变革计划及渠道复兴计划的相关成本，以及其他重组性成本。

对此，李宁进一步解释说，2012年中国体育服装业的饱和，以及阿迪达斯、耐克等国际体育品牌对中国市场的不断深耕，使得竞争更趋激烈。尽管全年零售商采取各种措施清理库存，行业整体增速依然明显放缓，体育用品行业过度扩张令销售渠道囤积大量存货，对盈利构成不利影响。

业绩不佳并非李宁一家。2008年，北京奥运会使得我国体育服装业呈井喷之势，随后便逐渐式微。匹克、361°、安踏近日纷纷发布业绩报告，匹克营业额为29.03亿元，较2011年的46.47亿元下降了约37.5%，净利润3.11亿元，同比下降幅度高达60.1%；361°净利为7.15亿元，同比下降约37%；而安踏净利润为13.6亿元，同比下降21.5%，上市5年来首次出现下滑。此外，各家公司的平均存货周转天数均有所上升。

值得注意的是，上述企业均在年报中指出，业绩不佳的主要原因是去年整个体育用品行业的库存调整及上升乏力的经济状况，对体育用品的需求造成了负面影响。有意思的是，面对困境，各大企业均采取大规模关闭门店的方式来应对，且关店步骤相当一致。匹克全年关店逾1300家，安踏和中国动向的全年关店数均在600家左右，前6大品牌总计关店近5000家。

对此，业内专家表示，近年来运动服装品牌压力重重，价格战从未停止，盲目扩张导致的库存问题也愈发严重，不少品牌不得不简单地依靠关店来扭转亏损。体育服装业刚刚度过了调整的关键一年，传统的批发式运营已不能使公司在充满激烈竞争的市场环境下拥有优势，更不能满足日益成熟的消费需求，行业面临洗牌。

在李宁公司发布年报的上一周，一个原本不为人熟知的本土服装品牌“例外”火了起来。其“定制服装”概念被网络媒体热炒，迅速成为舆论关注的焦点，上演了一出一夜成名的好戏。

据记者了解，“例外”品牌的一夜成名并非意外。对大众消费者而言，“例外”品牌稍显陌生，但对设计师群体和精英阶层来说，却是非常熟悉。

该品牌创始人毛继鸿和马可的设计作品，早在品牌创立初期就被业内广泛认可，在国外时尚圈也颇受好评。他们通过工作室和会所模式，为固定的群体服务，其中不乏贵宾级别的老客户。“例外”的成功，印证了国内服装品牌只要经营得当，完全有能力设计、生产出国际一流的产品。

“例外”引发的消费热潮给本土品牌增添了更多信心，也为身处逆境中的体育服装业带来了些许启示。服装产业观察家马岗指出，“关店如果处理好了，就能将坏事变成好事。只有把行业存在的问题充分暴露出来，行业才有希望。加强原创设计，确定品牌定位，合理的销售渠道建设，都是可供服装企业选择的出路。”

商务部研究院消费经济研究部副主任赵萍认为，本土服装品牌的崛起有多方面的因素。服装企业要对中国的文化和服装有信心，对自己的品牌有信心，做最好的产品、最好的设计、最好的品牌。自己有足够的自信才能影响消费者。另外，创新和销售渠道建设也是不可缺少的。

中国服装协会秘书长王茁表示，日益变化的市场和经济环境，使我国服装业以制造为主的产业优势正受到挑战，转型升级已成必然。这需要企业在5个方面有所突破：一是实现从制造向服务的转型；二是调整人才结构；三是注重品牌文化塑造；四是重新定位企业发展方向；五是确定国际化发展战略。

王茁告诉记者，要实现这5大变化，人才是关键，其中设计人才尤为重要，要抓住消费者的眼球就要注重设计，注重品牌国际水平的营销与管理。

唐钢入股德高10%股份 欲开拓国际销售渠道

本报讯 记者亢舒 雷汉发报道:近日,唐钢集团参股德高国际贸易控股公司10%的股份,同时,双方还签订了12亿美元钢材出口结构性资金协议。

业内认为,唐钢一改以前钢铁企业“走出去”多是购买国外矿山,从上游入手的传统思路,而是从销售渠道入手,试图通过与世界头号钢铁贸易商德高公司的合作打开国际销路。

走出这一步,基于唐钢对整个市场的判断。河北钢铁集团总经理、唐钢董事长于勇说,2008年国际金融危机后,不能说钢铁市场出现了多大问题,而是钢铁市场回归了理性,暴利期结束。在可判断的若干年内,幻想重新回到暴利期是不可能的。而且,中国市场最残酷的竞争、更深层次的调整还在后面。

此次参股德高,于勇有特别的感受。“唐钢看重的不仅仅是商业利益,最大的收获是拥有了德高在全球的钢铁市场份额,这比唐钢投资换取的商业价值意义更重大。”于勇说。

唐钢此次正式入股德高,基于双方近些年逐步频繁地接触,可谓水到渠成。从2009年唐钢向德高出口钢材6.7万吨到2012年签约突破100万吨,仅用了4年的时间。特别是2011年以来,唐钢与德高进入到了多元化合作的新阶段,合作范围从简单的钢铁贸易拓展到技术、资源和融资等多个领域。

据了解,德高国际贸易控股集团是国际领先的钢铁贸易和分销企业。2012年,德高销售钢铁原料和产品超过1600万吨。



3月27日,客商在展览会上参观医疗器械产品。当日,“第14届中国(贵阳)医疗器械设备展览会”在贵阳国际会议展览中心举办。此次展览会集贸易洽谈、产品展示、学术交流和技术推广于一体,展品主要包括各类新型医疗器械、医疗辅助设备、医用耗材、家庭保健器械等12大类3000余种仪器设备。据了解,本届展会吸引了来自广东、上海、江苏、河南等多个省份的400余家医疗器械生产企业及代理商参展。

陶 亮摄(新华社发)

论锋

把握向移动互联网转型良机

陈 静

金山软件近日正式对外发布2012年业绩公告。公告显示，2012年全年营收为14.11亿元人民币，较上年同期增长38%。营收增长近四成的数据极为亮眼，其中金山应用软件业务营收为5.44亿元，同比增长67%，速度可不一般。作为老牌国产软件厂商，金山的高速增长来自其紧紧把握住了移动互联网带来的商机。随着手机取代电脑成为我国网民的第一大上网终端，移动互联网理所当然地被视为下一个“金矿”。然而，金子究竟该从何挖起？

对于国产软件厂商来说，向移动互联网转型中，曾经拥有的庞大用户数是最宝贵的资源。如果公司能为客户提供符合其使用习惯的移动互联网软件服务，就更容易在激烈的竞争中占有一席之地。

金山软件近日正式对外发布2012年业绩公告。公告显示，2012年全年营收为14.11亿元人民币，较上年同期增长38%。营收增长近四成的数据极为亮眼，其中金山应用软件业务营收为5.44亿元，同比增长67%，速度可不一般。作为老牌国产软件厂商，金山的高速增长来自其紧紧把握住了移动互联网带来的商机。随着手机取代电脑成为我国网民的第一大上网终端，移动互联网理所当然地被视为下一个“金矿”。然而，金子究竟该从何挖起？

对于国产软件厂商来说，向移动互联网转型中，曾经拥有的庞大用户数是最宝贵的资源。如果公司能为客户提供符合其使用习惯的移动互联网软件服务，就更容易在激烈的竞争中占有一席之地。作为金山转型的排头兵，依靠1.5亿用户的强大基础，金山网络在互联网安全领域已进入市场的第一梯队，产品研发抑或盈利能力都取得了里程碑式的成绩，2012年的广告收入取得创历史纪录的3位数增长；与此同时，为智能手机提供服务的金山电池医生和金山手机毒霸等核心产品的月活跃用户量飞速增长，猎豹浏览器借助“抢票插件”也攒足了人气。

在开疆扩土的同时，将原有软件业务向移动互联网服务转型，是软件厂商的又一机会。作为国内网民熟知的办公软件金山WPS，2012年在中国及日本市场的销售收入创造了新的历史纪录，达1.96亿元人民币。更值得一提的是，WPS移动版在2012年谷歌应用程序商店同类产品的下载排行中，已在中国、美国等25个国家和地区占据市场第一位置，在与国际巨头的竞争中占得先机，同时，也成为服务业“走出去”的一大亮点。

移动互联网的发展，也使云计算技

术的市场需求和商业模式更为明晰。从目前的发展来看，能够为多台电脑、手机、平板电脑之间提供同步数据服务的云存储正在成为突破口，包括金山、华为、百度等在内的国内厂商纷纷布局了自己的云存储战略，打通产业链上下游则是云存储布局的重要一步。作为国内最早的云存储软件金山快盘的服务商，金山云在去年与小米手机、创维云电视等大客户达成合作；小米公司更是于去年11月战略投资入股金山云，相互建立了更紧密的战略伙伴关系，这对双方为急速发展的移动手机用户提供更优质的云存储服务提供了保障。

根据金山软件CEO张宏江的说法，在转型移动互联网的过程中，最重要的是保持产品服务和用户体验。金山的变革，或许能给国内其他软件厂商提供宝贵的启示。

看公司Company Watch

华为：新产品尝了甜头别误大事

秦 姗

“全宇宙最大屏的手机。”一听就是中国厂商的产品宣传语。不过也值得鼓励，毕竟在手机行业要做到屏最大,还是需要一定技术含量的。

这事让华为干成了。近日,他们推出了主打影音视频的华为 mate,并将发布会放在了中国电影博物馆。虽然暖场的魔术表演看着挺像小时候走街串巷的大篷车,但华为还是进步了。笔者看来,mate从工业设计到电池续航都称得上是华为一代“机皇”。作为华为终端董事长的余承东,虽然在现场的表演能力还稍欠火候,但总急不可耐想着送人东西这劲头,也不招人烦。

在经历过一年多的各种教训后,华为 mate 品尝到了胜利的果实。理由有二:这是一款目标用户为产品经理的产品,据说从去年11月开始,华为和天猫就组建了团队,通过对日均4000万流量的天猫商城数据库挖掘,从芯片、摄像头和显示屏等具体参数向目标人群做调研,最终确定一款理想的手机是5.5英寸以上的大显示屏、四核芯片、超大容量电池、视频播放功能强大;华为 mate 满足了这些需求;第二,华为在现场宣布定价时还卖了关子,据说市场预期会在3100元左右,但余承东一咬牙,定在了2688元。看来,去年牺牲一款华为 P1得到的教训还是值得的。

在市场流行大显示屏,而众多品牌都创新乏力的情况下,华为 mate或许会成为华为终端史上的里程碑。一旦这款手机以2688元的价位达到预期销量,华为就打破了中国厂商“2500魔咒”的门槛,就朝着成功迈出了重要一步。

未来可期,但似乎还有点事不应忘记。在笔者看来,华为在发布会现场的环节设计,突出的唯一特点就是“性价比”,这可不妙。多少先例证明,性价比就是前浪被后浪掀翻在沙滩上的过程。在最初的时候,雷军一直强调小米是“发烧友手机”。现在华为凭着低价、大屏也许能从三星嘴里捡点儿漏食,但从长期看,并不可行。毕竟,没有哪个明星靠打演唱会门票便宜的旗号来吸引“粉丝”的。未来,华为终端还需要真正树立其自身特色,才能走得更远。

(《中国企业家》杂志社供稿)

公司数字

1200万

中移动无线城市覆盖面扩大

本报讯 记者徐涵报道:记者日前从中国移动了解到,截至2013年1月底,中国移动无线城市已在30个省份的336个城市上线推广,全国无线城市独立使用用户数达1200万。

其中,上线数量最多的应用为办事指南、火车查询、政务新闻。从应用数量来看,最多的城市为福建厦门、广东茂名、浙江宁波、河南洛阳。中国移动已在大部分省份实现或正在进行位置能力接入,在此基础上的应用服务也将陆续与之结合,如加油站地图展现、自驾车路线查询等应用,成为市民出行的好帮手。

3.4%

中石油原油增量创历史最佳

本报讯 记者齐慧报道:中国石油天然气股份有限公司日前发布2012年度业绩报告。该报告显示,2012年,中石油油气储量保持高峰增长,油气产量创历史新高,实现原油总产量91650万桶,同比增长3.4%,创历史最好增长水平;可销售天然气产量25588亿立方英尺,同比增长6.8%,油气当量产量134310万桶,同比增长4.5%。

此外,中国石油其他业务均稳步推进,炼化布局调整取得新突破,油品销售结构进一步改善,骨干管网建设快速发展,市场应对能力和可持续发展能力不断增强。截至2012年12月31日止,中国石油实现公司营业额21952.96亿元人民币,同比增长9.6%。

234.3亿元

118家企业将投资四川眉山

本报讯 记者艾芳报道:“中央企业和全国民营企业走进四川眉山”投资说明会,日前在北京举行。此次招商吸引了中石油、中国中铁、华电集团等118家中央企业和重点民营企业参会,36个合作项目现场签约,涉及投资234.3亿元。

在当天签约项目中,有中国食品工业集团、中国中铁、中国华电集团等13家中央企业项目,其中来自世界500强、中国500强企业的项目有5个,投资额75亿元。此外,重庆中明环境治理有限公司、四川新概念教育投资有限公司等23家民营企业的36个项目落户眉山。