

仅凭关店难脱困局

运动品牌业绩回升需借道资源整合

本报记者 林火灿 实习生 赵宇



19.5%，净利润同比下跌27.1%；安踏营业额同比下降14.4%，净利润同比下降18.7%；匹克净利润只有9000万元，同比减少62.5%；361度营业收入同比减少30.4%，净利润则同比下滑65.5%。

在这些半年成绩单中，尽管去库存化的进程仍在持续，但“关店”仍是众多本土运动品牌无法回避的问题。半年报显示，上半年，李宁关店410家；安踏关店273家；匹克店面总数6194家，关店289家；特步零售点总数较去年末净减少75家；361度店面总数7826家，关店总数601家。如果算上品牌知名度和影响力相对弱一些的其他本土运动品牌，则在刚刚过去的半年间，几乎每天都有一个本土运动品牌的营业点关门。

“从财务报表看，目前本土运动品牌的市场表现并没有不久前人们所预测的那么乐观。”中投顾问流通行业研究员申正远告诉记者。

今年6月份，有媒体报道称，李宁、安踏等本土运动品牌的去库存化取得成效，

但从实际情况看，企业可能存在为加速去库存化进程，直营店折扣越打越低的情况，而在店面租金上涨压力加大的情况下，企业想赚钱的难度仍然比较大。

在申正远看来，造成目前本土运动品牌市场低迷的症结仍在于高库存。他分析说，由于耐克等国际品牌在高端产品市场的优势已经较为明显，本土运动品牌在与国际知名运动品牌竞争中往往处于劣势。由于品牌提升和产品升级需要相对较长的过程，本土运动品牌只能把市场竞争的重心向二、三线城市转移，通过迅速扩张开店来抢占市场。但问题是，这种“跑马圈地”式的市场布局，需要强有力的销售来支撑。在二、三线城市销售乏力的背景下，本土运动品牌的库存压力加大，最终影响企业收益。

半年报数据也支持申正远的观点。今年上半年，李宁的存货为8.41亿元；安踏存货为5.76亿元；匹克存货为3.4亿元；361度存货为4.4亿元；特步存货为5.96亿元。这些企业的库存虽然有不同

程度的减少，但库存水平总体仍然偏高，导致了企业负重前行。

在这样的情况下，本土运动品牌似乎又走上了另一个极端，即通过关闭门店，收缩战线来削减成本。那么，这种“关店潮”能否解决行业困局？“市场需求疲软，开着店也是赔钱，不关又能怎么办？”申正远分析说，本土运动品牌主要集中在中低端市场，彼此之间的营销手段相似、款式雷同、产品同质化现象严重。多一家店不一定就代表着多一个销售渠道，反而将增加成本负担。

申正远表示，本土运动品牌应该在关店的同时，对现有的门店资源进行整合，既要关闭业绩不良的单一经营店铺，又要对旗舰店、体验店进行改造升级，通过提升单店的门面形象、服务水平、购物环境、产品质量、售后服务等来提升单店盈利能力，进一步整合优化企业内部的优势资源，才能使市场布局更加合理有序。



小米公司：

“野心”不仅在产品

本报记者 陈静

9月5日，小米年度新品发布会上上演了一场意料之外的“疯狂”：直到发布会正式开始的下午2点，北京国家会议中心门口依然人头攒动，由于参会人数过多，甚至连大批手持邀请函的嘉宾和媒体都被拦在了会场之外，为了应付这样的大“乌龙”，小米公司不得不宣布额外加开一场：未能进入会场的人员可以在2个小时后入场参加原本只针对小米员工的内部“发布会”。

这似乎是个暗示，在不久前刚刚宣布自己市值预估达到100亿美元的小米，走上了一条自己也无法控制的“快车道”。要知道，100亿美元这个数字比微软收购诺基亚手机部门的价格还要高出三分之一。

在发布会上，小米公司发布了自己的两款新品：“小米3”和小米电视，推广策略与此前的“小米1”、“小米2”和“红米”手机并无不同：打出粉丝牌，高性价比是最大卖点。小米科技董事长雷军极其高调地将售价1999元的“小米3”称为“全球最快的手机”。雷军还透露说，小米基于安卓研发的手机操作系统MIUI目前使用总数已超过2000万，小米云服务激活用户1050万，小米云相册每天有1100万张照片上传。

小米的“野心”已不仅停留在产品。在这场发布会上，原谷歌安卓高级副总裁雨果·巴拉首次亮相，并表示将于10月正式加入小米，雷军表示，作为小米首位非华裔员工，雨果·巴拉将负责小米国际业务拓展事务，以及与谷歌安卓的战略合作。这一方面说明，小米的国际化扩张之路已经“箭在弦上”，而在另一方面也意味着，小米还将进一步对MIUI进行升级和优化，而这正与此前其所宣称的“以硬件推广应用程序，最终以增值服务盈利”的发展方向不谋而合。

“小米3”的发布，也让国内中高端手机市场在“金9银10”的竞争显得更加激烈。此前已有多家手机厂商宣布将发布新品，他们都是看中了开学季的商机。目前，中高端手机市场的潜力集中于新用户，而学生则是主力军，开学季显然是他们手中钞票最为充裕的时刻。

不过，在记者离开小米发布会会场时，大批“黄牛”堵在门口，争相收购小米赠送给购买门票参加今天发布会的“米粉”的“红米”手机，定价799元的“红米”，收购价被叫到1000元到1100元，有“黄牛”表示：“到处都缺货，不愁卖不出去。”由此看来，小米想要甩掉“期货手机”的“帽子”，让产能跟上“吆喝”，还要经历颇为漫长的旅程。

本版编辑 董庆森 梁剑箫

盛大集团进军商业文化地产

开启线上线下互动战略

本报上海9月5日电 记者吴凯 李治国报道：盛大网络旗下公司盛大天地今天宣布，作为盛大集团线上线下互动发展的重大战略，其位于上海浦东中环边张江南区的“盛大天地”文化创意产业园区项目已经全面开工，预计一期可在2015年交付使用。其首发作品“盛大天地·青春里”已于近日正式开放展示中心。

据了解，“盛大天地”项目总建筑面积70万平方米，是一个以“创意产业之城”、“青年人才之城”、“互动娱乐之城”和“虚拟现实之城”为特色的文化创意社区。盛大天地总裁傅遵军表示，“我们正在积极探索下一代文化创意产业城市社区的建设和运营，希望把这里塑造成成为互联网和科技传媒文化相关产业的聚集区，尤其是为小微创新创业团队和工作室营造一个理想的孵化空间和加速平台。”



位于湖北襄阳高新区的美利信科技有限责任公司，汽车配件机加工车间的员工正在进行生产。近年来，该公司加大产品科技创新力度，依托精细加工工艺，企业生产规模逐年扩大。

本报记者 李树贵摄

中国物品编码中心公告(1552)

现将第1552批中国商品条码系统成员(经中国物品编码中心批准,获得使用商品条码资格的企业)名单公布如下:(自批准之日起,有效期二年)

详情可至中国物品编码中心网站(www.ancc.org.cn)查询

Table with 10 columns: 厂商名称, 厂商识别码, 厂商名称, 厂商识别码, 厂商名称, 厂商识别码, 厂商名称, 厂商识别码, 厂商名称, 厂商识别码. Contains a list of 1552 companies and their barcode system member status.

商品条码前缀码不表示商品的原产地

中国物品编码中心开通全国统一咨询服务电话 -4007 000 690

为了更加及时、高效解答有关物品编码和自动识别技术方面的问题,更好地为全国商品条码系统成员及企业服务,中国物品编码中心已开通全国统一咨询服务电话4007000690。

4007 000 690 真诚为您服务!

中国物品编码中心 电话:84295477 传真:84295483