

安踏净利润首次下滑 欲进军户外用品市场

■ 本报记者 陶海青

中国体育品牌告别黄金10年,库存压力和关店潮将安踏公司推到了风口浪尖上。

1月25日,安踏公司公布了2012年度年报。年报显示,2012年,安踏公司净利润和营业收入分别为13.59亿元和76.23亿元,与2011年相比分别下降21.5%和14.4%,这是安踏自2007年在中国香港上市以来,净利润首次下滑。

对此,安踏集团董事会主席兼首席执行官丁世忠表示,今年,行业仍面临挑战。他强调要注重行业的健康发展,而非开店规模。可见,丁世忠已经意识到规模扩张并不是提升利润的有效手段。

然而,库存压力在2012年集中爆发,关店潮正困扰着安踏,被迫寻找下一根救命稻草,户外用品市场成为新蓝海。

遭遇高库存

或许是与运动有缘,江凤琴在北京郊区的一座大型商场租赁柜台,卖了两年运动鞋。作为二级经销商,安踏牌旅游运动鞋是她经销的品牌之一。她说:“安踏的口碑很好,但也不是人们说的那么理想。产品卖不动,鞋压在库房里,资金周转不畅,心里压力

很大,已经连续三次降价了,很苦恼。”

江凤琴从去年年底开始打折销售,在今年春节前夕关闭柜台,退出商场。

近年来,安踏的库存积压、大规模折扣等问题一直很棘手。其他国内传统体育品牌也同样遭遇发展瓶颈。

据《中国体育用品行业2012年度报告》的数据显示,2012年,李宁、安踏、361°、特步、匹克和中国动向等六大国内运动品牌的总库存金额高达37.21亿元,与2011年36.99亿元的总库存相比,增长了0.22亿元。

在中投顾问轻工业研究员朱庆骅看来,国内六大运动品牌的低迷业绩从去年一直延续至今,库存依旧居高不下,今年库存压力依然不可小觑。

大规模关店

为消化库存,关店潮开始上演。从去年下半年开始,安踏关店消息就不绝于耳。

安踏公告显示,至2012年12月31日,安踏专业体育用品系列店铺及运动生活系列店共8075家,2011年年底为8665家;儿童体育用品系列店达833家,2011年年底为632家;中国大陆、香港及澳门的旗舰店和专卖店超过300家,2011年年底超过220家。这意味着安踏2012年全年累计共减少了

300多家门店。安踏还在年报中称,今年将继续减少475家至575家门店。

据了解,2012年,李宁、安踏、匹克等国内六大品牌也纷纷断臂求生,关店数已超3000家。

朱庆骅表示,六大品牌厂商大规模关店显然是为了降低运营成本。

众所周知,在过去几年里,尤其是在2008北京奥运年中,中国各大运动品牌的年销售额普遍大幅度提高,本土体育用品行业经历了一个“跑马圈地”式的扩张过程,许多本土体育品牌在二、三线城市大量开设门店,并通过低价优势迅速扩张市场。

安踏也从中受益。2008年,安踏的零售店面达到了5600家,鞋生产线从15条增至23条。靠粗放扩张,安踏2010年盈利甚至超过李宁。

但粗放式的扩张过程中,产品同质化现象严重,厂家利润率越来越薄,安踏不得不关闭亏损的门店。

分析人士断言,为提高利润,关店潮将在2013年继续发酵,并继续蔓延至体育用品行业,演变成该行业的普遍现象。

户外用品受青睐

虽然体育用品市场萎缩,但中国的户外



运动市场却方兴未艾。

公开数据显示,过去10年,中国户外用品市场年增速超过40%,已形成超百亿元的市场规模。

目前,攀岩、越野、登山、滑雪等户外运动在中国很流行,户外运动的兴起,令安踏看到了一片待开发的蓝海。更重要的是,户外用品的主要产品服装和鞋类的单价明显高于体育用品的平均水平。国都证券研究报告显示,在运动服市场上,平均单价位居前六的品牌中,有4个是专业户外时尚用品,平均价格比运动服整体高出70%。

江凤琴很乐观地告诉记者:“听说户外用品很畅销,利润是普通体育用品的两倍,正在考虑转型。”

目前,安踏急于拓展户外市场。事实上,安踏对此已谋划三年之久,2013年其户

外运动系列有望面世,安踏希望借此扭转体育用品低迷的态势。

一位不愿透露姓名的国家体育总局的官员说,户外用品市场一直高速发展,但外资品牌占主导地位。国内厂商要从中分一杯羹恐怕不容易。他提醒说,户外运动爱好者目前都具备专业知识,在装备选择上颇为理性。国内大部分体育品牌厂家对未来的运营规划尚不明朗,而且国内的体育品牌只有户外系列,并无户外品牌,户外用品还处于尝试阶段,能否激发消费者的购买欲还是未知数。就目前而言,无论从市场的认知度,还是产品本身来看,安踏要走的路还很长。

公司观察

便利店亲民才能赚钱



■ 本报记者 袁远

日前,温州的一家便利店与家政服务合作,推出“找保姆”服务。市民可在市区10家“十足便利店”门店中找钟点工、保姆和月嫂等。雇主可在便利店的表格中填写对家政人员的要求,甚至细化到会不会使用电脑、会不会开车等细节。同时,家政人员也可在便利店中登记自己的业务能力和特长。最后,便利店再根据需求将雇主和从业人员进行“配对”。

众所周知,为顾客提供增值服务一向是很多著名便利店的经营优势,但连找保姆都管却是最近刚刚推出的一项服务。据记者了解,在北京,绝大多数便利店都安装了拉卡拉终端机,为市民提供信用卡还款、缴纳水电费等服务;而成都等地的便利店还与快递企业合作,成为消费者的包裹自提点。

寻找畅销的产品

日前,一款名为Unifresh的鲜榨果汁,成为7-11货架上最贵的一款果汁,却极其畅销。这款果汁350毫升/瓶,售价15元,只有在7-11才能买到,是这家连锁便利店公司的自有品牌。但就是这样一瓶外观看起来有些像洗发水的果汁,成为7-11提升利润率的代表性商品。这款果汁在上市4个月内就创造出30万瓶的上海地区销售纪录。

品牌管理专家吴恒告诉记者,7-11让顾客感觉到,Unifresh的确是一款很娇贵的果汁。它在香港制造生产,通过陆运抵达上海,全程都需要冷藏,由于

不含防腐剂,瓶内的果汁需要在一到两个小时内喝完,否则就会发酵变质。而这恰恰是很多消费者最在意的事情。记者在7-11店中随机采访时发现,很多妈妈不愿意让孩子在外面买饮料喝,很大一部分原因就是担心其中的防腐剂会危害孩子的健康。

采用合适的储运方式

7-11北京小营路分店店长在讲述卖方如何应对市场时,还谈起了另一个“杀手锏”——活用商品知识。“怎么吃桃子,其味道才最鲜美,大家知道吗?在品尝之前两三个小时将桃子放进冰箱冷藏,这样味道才好。如果进货后就一直把桃子放在冰箱里冷藏,时间长了其甜度会下降,口感自然要差一些。我们经常张贴宣传彩页告诉大家,有的食物并不是越早放入冰箱就越好吃。”秦店长说。

大米也是如此,秦店长介绍说,如果放在温度高的地方,其味道就会变差。因此,不要把大米放在阳光直射的地方。现在,很多销售大米的自动贩卖机都增加了冷藏功能。“从供应商那里进的水果,如果一直摆放在敞开的箱子里,三四天后,虽然水果的表面没有什么擦伤,但味道却要差很多。鉴于此,必须想方设法缩短水果的库存时间。如果不具备商品保存的知识,就无法销售味道鲜美的水果。素面不能放在气温较高的地方,但放置几天的干面反倒比刚制作好的更好吃。这些都是商品新鲜度方面的问题,有关这方面的知识,我们都必须有所了解。”秦店长说。

做好“街坊生意”

虽然便利店受到很多青年人喜爱,然而,近日各地也曝出一些7-11以及其他一些本土连锁便利企业关停门店的新闻。到底是结构性调整还是行业趋势性下滑,引起了众多业内人士和专家同行的关注。

吴恒对记者分析说,连锁形式的便利店因经营更加规范、货品更加齐全、价格更加透明等优势逐步替代了传统意义上的杂货店、小卖部等,但其“街坊生意”的性质并没有变。首先,便利店的目标顾客一般为周边社区的居民,其生意的基础就是满足这些顾客在大型连锁超市、批发市场等集中采购之外的客户需要。因此,与大型连锁商超相比,这种行态具

有多样性和多变性。

其次,随着近年城市建设进程加快,很多区域的消费人群、生活方式、商圈终端布局等方面的变化也越来越快,消费习惯、购物方式等方面的变化也越来越明显。在很多区域内,一旦有了诸如小区改造、新的专业连锁超市进入当地等变化,当地社区的消费需求就会跟着发生改变。

吴恒介绍说,日本的7-11便利店通过建立强大的信息系统对旗下门店经营情况进行评估,并根据具体情况详细分析周边社区类型和居民消费情况,为不同类型门店提供种类丰富的“商品和服务套餐组合”,以持续深化门店与周边居民的关系,这是其被称为“世界便利店之王”且长盛不衰的保证。因此,连锁便利店的经营者必须在统一采购、统一物流、统一管理的连锁模式基础上,具备针对不同消费结构进行阶段性调整的管理能力,使各个门店具有更强的区域特色,才能真正符合周边居民需求。



治理之道



微话题

网上一则“盘点十年房价”的微博引发网民热议,十年间,全国城镇平均房价从2381元上涨到5791元,十年上涨143%。数据显示,一线城市平均房价10年涨幅均超过200%以上。

房地产时报社v:一向看跌房价的财经评论员牛刀近日则表示:“这十年,货币贬值了600%,房价才上涨350%,房价真实水平其实下降了250%。”他认为,房价上涨幅度如果低于货币贬值幅度,说明房价真实水

平在下跌。

封曜历v:新闻中说上海10年来房价涨了341%,但货币贬值了600%,实际是房价跌了。亲们,10年来,你们的工资与收入有涨600%吗?

色一混捏节v:“盘点十年房价”其中上海2003年一手房均价为5118元/平方米,到2012年涨至22595元/平方米,涨幅高达341%。国务院对楼市十年九调,房价却越调越上涨,财经评论员牛刀:“这十年,货币贬值了600%,房价

才上涨350%,房价真实水平其实下降了250%。”——用十年前市区房子和现在郊区房子比,这专家真是250。

傲慢幽灵v:房价为什么涨不停,国家没有把房地产市场化,地都是政府持有。政府说卖多少钱就卖多少钱,再加之货币持有者无很好的投资渠道,为避免货币贬值,大家都一拥而上投资炒房。虽然炒房者是房价的助推者,但并不是根本。要想房价回归到正常的价格水平,最好的办法是,地可以私有化,提高房地产市场化程度。

财经动态

武钢涉足环保产业 合资公司投资1.82亿元

在钢铁行业整体形势不容乐观之下,两大钢铁巨头武钢集团和台湾中钢集团都将目光投向环保产业。近日,两者旗下子公司共同出资1.82亿元,成立合资公司,涉足环保等产业。

合资公司名为武汉武钢宇科环保技术有限责任公司,武钢工程技术集团占51%股份,台湾中钢中宇环保工程股份有限公司占49%。双方将共建占地100亩的选择性催化还原脱硝催化剂生产基地,立足于钢铁和冶金行业,面向全球提供脱硝、脱二恶英触媒产品及其脱硝装置等技术服务,致力于治理大气中的相关化学污染物。

顺丰优选开通上广深业务

顺丰速运旗下电商网站顺丰优选日前开通上海、广州、深圳三地常温类食品配送,顺丰优选内所有“存储条件”标注为常温类的商品,配送区域增至四城。

值得注意的是,顺丰优选最具特色的生鲜配送并未被列入新开三地的服务类目。据一位知情人士透露,顺丰优选采取谨慎发展的策略,以常温配送在“上广深”三地先谨慎试水,生鲜产品上线日程将依据市场反应。但在“上广深”三地,顺丰优选面临的市场压力不小。一方面,最初选定的高端进口食品,生鲜领域,已日益成为互联网各大巨头争抢的红海,京东商城、亚马逊中国纷纷拓展这一品类。另一方面,顺丰优选还要在1号店的大本营上海与其竞争。

三全接盘龙凤食品

“股神”巴菲特又闹出了大动静,这次和河南有关。今年2月14日,巴菲特刚斥资280亿美元收购美国亨氏集团。紧接着,他又宣布要卖掉亨氏集团中国速冻业务平台——龙凤食品。接盘者,正是中国速冻行业领军者郑州三全。

日前,三全食品发布公告称,拟向美国亨氏收购其直接或间接持有的龙凤食品全部股权。

(本报综合报道)