

受双重挤压 本土体育品牌难出低谷

■ 本报记者 袁 远

据最新数据显示,今年上半年,李宁、安踏等6家国产上市体育品牌净利润均同比下降,其中,李宁以亏损1.84亿元做结,与去年同期的4429.4万元相比,净利锐减515.9%。

业绩骤降、库存积压、大量关店、品牌影响力衰退……虽然诸多本土体育品牌不愿面对自己糟糕的业绩,但现实就摆在眼前,不容忽视。运动服装行业的春天似乎仍遥遥无期。

关店、甩卖挽回企业顾客

在整体经济回暖乏力、消费者购买力不旺的情况下,服装企业净利下滑的日子已经持续了很长一段时间。而在此期间,本土体育品牌为了节约成本,不得不选择大面积关店。

据了解,仅上半年,李宁净关闭门店数就达到410家,安踏体育为241家。半年报显示,截至6月30日,李宁存货额为8.41亿元,安踏体育存货额为5.76亿元,仅较去年年末略有减少。

有业内人士分析,体育用品品牌普遍通过打折销售以及借助电商甩卖尾货解决库存过剩问题,这使得行业竞争进一步加剧。

记者在北京回龙观附近的商场发现,即使是探路者这样的国内体育品牌中的幸运儿,也在大量抛售积压产品。记者看到,探路者低价清库存的销售面积比往年扩大了很多,一些不算是旧款的商品也都悉数低价抛售。不过,即使是扩大了低价销售的商品范围,原先熙熙攘攘的抢购场面也不复重现。尽管当时正值周末“销售旺季”,但这家“价廉物美”的体育品牌店里却十分冷清。

清科创投投资经理雷中辉表示,眼下,

运动服饰品牌所处困境恰是行业迈向成熟的一个先兆。“从大家蜂拥而至、疯狂挣钱到大部分企业挣钱,再到大部分企业不挣钱而后选择退出,这是国内许多行业发展必走的路径,家电、手机以及汽车制造业当年都是这样走过来的。”

国外品牌表现稳定

当国内品牌纷纷将自己净利大减归因于经济大环境差等客观因素时,国外体育品牌在中国一二线城市却依然表现较为稳定。

阿迪达斯近日公布的第二季度财报显示,其净利润水平较上年同期增长4.1%,至1.72亿欧元。阿迪达斯方面表示:“这主要得益于拉美市场以及大中华地区的表现,抵消了西欧市场业绩下滑带来的负面影响。”

另一组数据显示,阿迪达斯今年一二季度在大中华区的销售增速一直维持在6%左右,虽然这个数据低于去年同期19%的增长率,但相较于国内的体育服装品牌,阿迪达斯的增長还是非常可观的。

针对外资品牌的成功,很多在阿迪达斯专卖店买鞋的顾客都表示,是阿迪达斯品牌的时尚度刺激了销售。受访者表示,他们最在意的是产品设计的时尚度,而对于价格和运动产品的专业度则并未有更多考虑。这进一步证明,国内消费者还并未将运动品牌当做运动装备而是将其看做休闲服饰,并希望所购买的产品更时尚。如此一来,时尚多变的国际运动时尚品牌对相对“死板”的本土运动品牌的冲击也就“合情合理”了。

快时尚品牌瞄准“90后”消费者

不仅如此,在关店潮蔓延至运动鞋服品牌行业、各大品牌还在为高库存伤脑筋的时



候,以H&M、优衣库等为代表的新兴快时尚品牌却在中国迅猛发展、攻城略地。在此压力下,连国际体育大牌都很无奈,何况根基薄弱的本土品牌。

业内人士表示,国内很多体育品牌都将主力消费群锁定“80后”。一直以来,这些品牌迎合的都还是“80后”曾经的品味,其很多落后的设计甚至连“70后”都不认同。更严重的是,不被很多企业重视的“90后”如今已渐成社会消费主力,而他们追求时尚、多变、个性,其喜好已经直接影响到中国服装市场的走向。

某网站走访了全国170余所高校,访问了超过2.1万名“90后”。该网站发现,“90后”是自我、数字化的一代,他们追逐潮流,对于流行时尚更为敏锐,因此会经常购买

别人羡慕的新潮商品。“90后”喜欢的既不是那些容易沦为街牌的服装,也不是奢侈品,而是那些“快时尚”潮品。这些轻奢奢侈品注重设计师原创设计和高品质面料工艺,不会太过前卫,但又有足够的品质保证,但这一切都是国内体育品牌目前很难达到的。

雷中辉表示,“快时尚”品牌对运动品牌的冲击主要在于体育运动在国内还未形成一种生活方式。在面对时尚品牌的冲击时,消费者对于运动品牌的忠诚度会降低,所以运动品牌市场就容易被瓜分。

特别报道

洋葱成印度政府噩梦

如果有一种食物能让印度政治家发慌的话,那非洋葱莫属。1998年的洋葱涨价危机,让执政的印度人民党在新德里等地方选举中败北;现在,洋葱又成为印度通胀乃至经济问题抬头的一个缩影,并让印度政府手足无措。

看印度物价,主要看洋葱,这是因为洋葱是印度人饮食的重要组成部分,每年消耗量达到1500万吨。可以说,没有洋葱的印度菜,肯定不是真正的印度菜。但如果印度人连洋葱都买不起了,那肯定不是一个民生问题,而且是重大的政治问题了。

但现在的国大党政府,显然让印度人很失望。在过去一年,洋葱价格如同火箭发射般直线上涨,由每公斤15卢比翻两番增加到60卢比,折合下来近1美元。这对欧美民众可能算不上什么,但要知道,在印度,很多人每天收入也不过1美元。而受洋葱物价飙升带动,印度的CPI维持在9%的高位,在金砖国家中首屈一指,印度民众怨声载道。

于是,在印度,洋葱的花边新闻不断。有媒体报道,运输洋葱的车队在一些地区遭到打劫,打劫的对象不是真金白银,只不过就是下饭的洋葱。而看到洋葱成了紧俏货,一些商家也看到商机,譬如,有汽车修理商打出广告,买他们的轮胎就赠送新鲜的洋葱。

洋葱很寻常,为何今年问题多?按照印度政府的解释,这里面有天灾的影响,洋葱收成因此减少;也有投机商的炒作,洋葱价格的暴涨借此加剧。但政府显然回避了更关键的一点,洋葱正是印度经济的一个缩影,洋葱危机的背后,是印度经

济正在出现问题。具体表现在物价飙升、卢比贬值、出口乏力、经济下滑等多个方面,可以说,过去1年,按照英国《金融时报》的说法,印度正由“一炮走红的国家”沦为“一败涂地的国家”。以最简单的经济增长率来看,印度曾多年保持8%至9%的高速增长,但在2011年经济增速下降为6.5%,今年能否达到5%都是一个疑问。

与洋葱危机相关联的,则是印度卢比的大幅贬值。在过去两年,卢比贬值幅度已经超过了25%。货币贬值进一步加剧了印度国内的通胀,并加快了外资逃离印度的步伐,进而严重打击市场信心。所有这些因素叠加,造成印度经济每况愈下,甚至一些经济学家倾向认为,印度正在滑入严重的经济危机。

印度政府也在勉力应对。为避免经济滑向深渊,印度政府求贤若渴并不拘一格,邀请在美国任教的前IMF首席经济学家拉詹出任央行行长。同时,为安抚民众对洋葱危机的不满,在新德里,政府设立了150多个流动摊位,以补贴价向民众出售洋葱,而为了确保秩序,所有摊点旁都派有警察保驾护航。

但政策都有迟滞性。从目前发展看,印度的洋葱危机不大可能在短期内结束。这对印度政府来说无疑是一个噩梦。因为明年就是印度的大选年了,洋葱很可能成为决定胜负的重磅武器。早在1980年,当时的国大党主席英迪拉·甘地曾在一场选举造势中高举一大串洋葱登台,她所传递的意思就是,在印度,一个政党倘若控制不了洋葱的价格,那就该下台了。(刘洪)

商情聚焦

中国公司求购油田专用制氮机

公司名称:苏州华德气体设备有限公司
联系人:张龙庭
电话:0512-66325645
传真:0512-69370785
手机:13812765459
地址:江苏省苏州高新区浒关开发区中虹路1号
电子邮箱:zhanglongting@163.com
公司网址:www.szhqdt.com
(信息来源:商务部中国商品网)

中国公司出售各类轴承

公司名称:嘉善恒远滑动轴承有限公司
联系人:张建强
电话:0573-84351979
传真:0573-84027072
地址:浙江嘉兴嘉善县大云镇康兴路58号
电子邮箱:pvb@oilesbearing.com
公司网址:www.oilesbearing.com
(信息来源:商务部世界买家网)

阿根廷国防部南极考察用船及飞机租赁招标

联系单位:阿根廷国防部国防后勤服务公司
电话:43468800(分机4322)
电子邮箱:dgsld.uoc@mindef.gov.ar mario.correa@mindef.gov.ar
(感兴趣的企业可通过浏览阿根廷政府采购网:www.argentinacompra.gov.ar了解招标项目具体内容)
(信息来源:中国驻阿根廷使馆经商参处)

乌克兰公司出售冷冻鸡爪

公司所在地:乌克兰日托米尔市
运输方式:冷藏集装箱发货
月供应量:50吨
电话:00380-412-218918(可传真)
电子邮箱:kubva@ukrpost.ua
(信息来源:中国驻乌克兰使馆经商参处)
(以上信息仅供参考)

商事平台

小米手机、电视双剑齐发进军客厅娱乐

■ 本报记者 靳晓楠

2013年9月5日,小米公司创始人兼首席执行官雷军于北京国际会议中心连续发布两款新品。在小米发布会上,雷军首先发布的是迄今为止全球最快的手机小米3,而传言已久的全球顶配47寸3D小米电视也惊艳登场。

小米手机3用户体验又有新提升

与前两代产品一直使用高通平台不同,小米公司出人意料地在小米手机3上同时采用了英伟达图睿4(Nvidia Tegra4)和高通骁龙800Pro的双平台。在发布会现场,雷军重点介绍了小米手机3的双平台策略。Nvidia全球首席执行官黄仁勋也亲临发布会现场助阵。

除了硬件平台上的变化,小米手机3在用户体验方面又有了新的提升。一方面,小米手机3采用了可带手套操作的超灵敏触屏。雷军在发布会上称:“冬天带上手套也可以轻松操控小米手机3。”另一方面,小米手机3加入了由触觉反馈技术领导者Immersion公司研发的无级振动技术,可以让手机基于内容和场景,提供诸如雨滴坠落、开枪射击等触感反馈效果,为移



供求信息

风向标

曼德勒车市中国货车行情看好

据缅甸《耶德纳榜日报》报道,缅甸曼德勒市企业主为提高货运效力和车辆里程安全性能,减少维修费用,大多将此前使用的日本旧货车出售,购买全新且有保障的中国货车。

巴西最大石油区块进京招标

巴西石油管理局局长玛格达·香布里阿德在于京举办的巴西油气投资推介会上表示,巴西下月将拍卖全球迄今单次拍卖储量最大石油区块——天秤(Libra)区块,欢迎中国企业参与竞标。据悉,天秤区块位于巴西东南沿海的桑托斯湾。根据巴西官方数据,其可采储量达80亿到120亿桶原油当量,相当于巴西全国已探明原油总储量的80%。行业人士认为,这一数据不仅在海上勘探非常有吸引力,即使在陆上也很有竞争力。同时,该区块的开采难度也不高,储藏位于海平面以下5000米处。不过,也有评论指出,在美国页岩气供给的冲击下,原油市场价格会逐渐下跌,巴西的油田区块对于投资者的吸引力究竟有多大令人质疑。

越南果蔬出口依赖中国市场

据越南《西贡经济时报》报道,越南海关总局统计数据表明,今年前7个月,越南果蔬出口额为6.206亿美元,同比增长40%,其中,对华出口额为1.702亿美元,同比增长56%。中国仍是越果蔬最大出口国,远超日美。据报道,越南果蔬主要通过边境贸易的方式对华出口,虽然风险大,但得到越南果蔬企业的认可。此外,越南对日本、美国、韩国和欧洲等市场出口困难较多,包括:运费贵、保鲜难、食品安全卫生标准苛刻等。

中国需求为德国奶产品出口创造良机

据德媒报道,随着中国和越南等亚洲国家对牛奶的需求不断增大,为早已面向国际市场的德国奶制品供应商提供了扩大出口的机会。据悉,目前,德国牛奶出口已经占其牛奶总产量的50%。自2010年到2012年,德国对中国牛奶出口增加了14倍。中国已经成为欧盟以外的德国牛奶的最大出口市场。但报道同时指出,德国奶农仍面临自身生存与发展问题,如果没有国家补贴,大部分奶农仍难以维持生计。值得庆幸的是,德国牛奶因德国对环保标准要求严格而在中国市场上建立了良好信誉,相应产品在中国市场上的高价销售可能让德国的奶农有所受益。

加拿大期望增加向中国出口木材产品

加拿大国际贸易部部长兼亚太门户事务部部长埃德·法斯特日前表示,将进一步努力向中国增加木材出口量。据介绍,加拿大对中国的木材出口量在最近5年中增长了10倍,到2012年,出口额达到了14亿加元。为便于加拿大的木材产品出口到中国,加拿大政府在亚太门户基础设施方面进行了战略性的投资和合作建设。他说:“迄今,我们已经各个项目共投资了14亿加元,这些项目使我们的出口商得以更便利、更快捷、更有效地进入中国市场。事实上,加拿大西海岸港口比北美任何其他港口靠近亚洲至少有一天以上的行程。”

墨西哥盼望向中国出口鳄梨

据墨西哥《金融家报》报道,2012年至2013年,墨西哥鳄梨出口同比增长超过33%,出口额达12亿美元。美国是墨西哥鳄梨出口的主要目的国,其他出口目的国和地区包括日本、加拿大、中美洲国家和欧盟。墨西哥鳄梨生产和出口协会表示,该协会在努力增加墨西哥鳄梨对日本、加拿大和欧盟的出口,并努力在中国打开市场。该协会认为,中国将是一个很大的消费市场,但不会是一个能够很快开发的市场,相关工作应该在未来10年到15年内平稳、有序地推进。

(本报综合报道)

