

优衣库快销神话已进入“临界点”



4月7日晚,亚洲第一大服装集团、优衣库(UNIQLO)母公司迅销集团公布的2016财年上半年业绩报告显示,截至2016年2月29日的前6个月,受优衣库业绩下滑影响,迅销集团净利润暴跌55.1%,也是近5年来集团首次半年净利润下滑。

对此,优衣库总部于4月23日邮件回复记者:“迅销有限公司2016财政年度上半年(截至2016年2月底止)综合收入上升,但经营利润下降,主要是受到去年年底北半球冬季异常温暖影响优衣库冬季服装销量,加上日元升值导致出现汇兑损失所致。截至2月29日,优衣库在中国地区拥有436家店铺,今后依旧将保持每年80-100家的开店速度。其他具体数据不便透露。”由此有业内人士向记者预言,不断下滑的业绩将使迅销集团与其“世界第一大服饰制造商和零售商”的愿景渐行渐远,而经过几年高速发展,快时尚的临界点也已到来。

昔日“销售神话”面临终结

4月21日,记者先后走进优衣库武汉销品茂店和汉街店。在销品茂店停留的近半个小时时间里,进店挑选服装并试穿购买的顾客并不算多。与销品茂店相比,汉街店则显得热闹许多,进店挑选衣服并试穿的顾客络绎不绝。

不过,与热门商圈单店庞大客流量形成鲜明对比的,是优衣库母公司迅销集团近日公布的黯淡的财报信息。

财务报告显示,2016财年上半年,优衣库海外市场营收同比增加了12.7%,但经营利润同比下滑了31.4%。其中大中华地区及韩国的利润均有所减少,美国市场的亏损则有所增加,这些地区业务均受到冬季气候偏暖的不利影响,我国香港、台湾地区和韩国的销售更因当地经济状况疲弱而受到打击。

优衣库表示,由于未能将商品的特性与新鲜点充分地向顾客传达,加上防寒衣物占产品组合比重较大,致使面临冬季气候异常与偏暖时无法及时应对,使得向来销售业绩较高的11月及12月表现欠佳,同店销售较上年度同期减少了1.9%。而由于1月及2月扩大促销特卖活动,上半年毛利率下降了3.5个百分点。

不过,迅销集团在财报中仍重申了2020年的中期愿景,表示要在2020年实现

5万亿日元(约合2980亿元人民币)收入,超过ZARA母公司Inditex SA(ITX.MC)和H&M母公司Hennes & Mauritz AB(HMb.ST),成为世界第一大服饰制造商和零售商。

“随着国内新兴中产阶级的兴起,将有更多消费者选择出境购物,或购买品质、设计水平更高的服装。接下来优衣库将遭遇客源流失、核心竞争力削弱等困境。”中投顾问轻工业研究员熊晓坤称。

供应商前途迷茫

4月12日,港交所迎来一波新股上市的小高潮,与大涨逾10倍的思博系统、联旺集团不同,以针织品制造为主业的南旋控股显得不那么受关注。

与优衣库建立的长期而牢固的合作关系,是南旋控股手中的一张重要“王牌”。早在1995年,优衣库便开始了与南旋控股的合作,截至2013年、2014年和2015年3月31日止的三个年度,优衣库为该公司提供的收益分别占相应年度收益总额的54.8%、50.0%和52.3%,毫无疑问地成为其最大客户。

同时,记者登录南旋控股官网发现,除了优衣库,该公司还是Tommy Hilfiger、Lands End等国际知名品牌的供货商。过去三年间,南旋控股与5大主要客户的合作,分别占据了公司该年年度收益的95.3%、93.1%、92.3%。如此一来,难免让人担忧,一旦5大客户停止与南旋控股的合作,便可能对公司带来致命打击。

无巧不成书,就在南旋控股公开上市的前夕,其最大客户优衣库传来噩耗。根据南旋控股的招股书显示,公司与客户订立短期采购订单而非长期销售合同,尽管董事认为已经与主要客户建立良好关系,但倘若客户未来决定不向公司采购任何产品或者更换供应商,而公司又不能及时找到替代买家,其经营业绩就可能会受到重大不利影响。

4月21日,记者将拟定的采访提纲发送至南旋控股的官方邮箱,当日傍晚,该公司回复记者:“感谢您对我们业务的关注,由于南旋即将公布业绩,抱歉我们对您所提出的问题现不方便作回应。优衣库是我们其中一个长期紧密合作的伙伴,我们对彼此的合作互相都充满信心。”

南旋控股并未正面回应记者的提问,然而,作为中国针织品的“巨头”,其未来如

何寻找新的客户群,并逐渐摆脱依附他人的命运,仍是值得深思的问题。

快时尚发展步入临界点

2000年至2007年,中国服装零售业还是以百货、超市为主导。2006年前后,快时尚进入中国市场,ZARA在2006年首次进入中国开设旗舰店;次年,H&M也进入中国市场“掘金”;而GAP则相对较晚,在2010年才宣布进入中国市场。

快时尚品牌因其带来的强劲购买力,一度被称为“为疲软的服装零售市场注入了一剂强心针”,并强烈冲击了国内传统百货。

以优衣库为代表的快时尚品牌,通常不进驻百货商场,而是开在人流密集的购物街边甚至百货商场门口,以低价、时尚为主要卖点。过去三年,是快时尚的集中发力阶段。

然而,从近段时间的业绩表现来看,作为亚洲最大的服饰零售商,迅销集团似乎离她的中期愿景越来越远,其2016财年上半年综合经营溢利总额为993亿日元,同比减少33.8%;所得税前综合溢利为820亿日元,同比减少49.9%。迅销集团优衣库品牌的业绩也让投资者较为失望。

与此同时,记者注意到,全球第二大服装零售商H&M2016年第一季度业绩也遭遇较大幅度滑坡。H&M财报显示,公司一季度净利润为25.5亿瑞典克朗,同比下跌达30%;而GAP集团的2015财报透露,去年第四季其净利润为2.14亿美元,较2014年同期暴跌33%。

多位业内人士向记者表示,快时尚业绩集体滑坡,与整体宏观经济不景气有关。同时,中投顾问轻工业研究员熊晓坤认为,如果优衣库不能及时调整战略,应对市场困境,其一度创下的快销神话将面临终结,“优衣库的运营成本正持续提高,截至2015年上半年,优衣库在华店铺已约为H&M和GAP在华店铺数的总和,这使得其不得不通过提价维持自身盈利空间,然而当前优衣库由于质量问题频发,而且品类相对较少、新品更新速度较慢,品牌影响力逐渐减弱,提价会对优衣库销售造成较大影响。”

近年来,快时尚品牌异军突起,同时又广受诟病,经过几年高速发展,快时尚品牌是否已经到了临界点?

而面对外界对品牌发展已经来到临界点的质疑,优衣库回应记者:“上半年度整体表现虽未尽人意,但我们已分析问题与挑战所在,并已积极落实对策,预计今年下半年度到明年度即可见到成果。优衣库不乏优质商品,但应在产品组合上更下功夫,以因应气候的异常变化。”巧妙地回避了这一问题。

熊晓坤称,快时尚品牌当前的发展速度正逐渐出现放缓,在奢侈品减价、境外购物兴起、中产阶级数量增多的情况下,其对消费者的吸引力出现减弱,而且现在快时尚品牌的市场饱和度较高,临界点已到来。另外,快时尚曾在我国经济低迷时期,凭借低价、快速,以及多样化品类火极一时,出现爆炸式发展,但当前市场环境、消费者需求出现改变,其或难以恢复几年前的发展态势。

随着国内新兴中产阶级的兴起,将有更多消费者选择出境购物,或购买品质、设计水平更高的服装。接下来优衣库将遭遇客源流失、核心竞争力削弱等困境。

(杨玲玲)

苹果打喷嚏中国女首富感冒 蓝思科技首季盈利预降八成

“公司一季度业绩这么差?怎么应对?会减薪吗?”

“公司一季度业绩大幅下滑,高管们怎么看?还打算实施105元的期权吗?”这是深圳证券交易所互动易蓝思科技页面的最新问题,记者发现,对投资者的问题,蓝思科技基本上用“有的放矢地采取措施”的标准答案来回答。

蓝思科技这家因为苹果产业链而声名显赫的公司,在创业板被爆炒,公司老板周群飞因此成为中国女首富。但最近这家公司“感冒”了,2016年一季度业绩预降八成!原因是其赖以生存的苹果打了“喷嚏”——销售不畅。

●数据:首季盈利降八成

上周,记者在蓝思科技招工处看到,门外仍然有一些前来找工作的年轻人在向里面探望,只是招聘处并没有工作人员。一位年轻人告诉记者,现在来应聘都要求有高中毕业证或者中专毕业证,“原来听说不论什么学历,都可以进去的。”

一位在职的员工则向记者表示,除了补充流失的员工岗位,公司基本上不怎么招人了,主要是因为订单少了,员工手上的活儿少了,“原来我们每天都加三个小时班,现在每天只加两个小时,每个月的收入也相应少了几百块钱。”

记者从蓝思科技员工处了解到,今年春节假期,蓝思科技放了8天假,产能有所下降。同时,今年春节后,蓝思科技大量招收员工,导致人工成本提高,利润下降。

4月23日,蓝思科技发布了2015年年报,公司归属上市公司股东的净利润15.43亿元,较上一年度增长31.09%;归属于上市公司股东的扣除非经营性损益的净利润为10.96亿元,同比增长62.68%。公司利润分配预案为:向全体股东每10股派发现金红利10元,送红股2股,以资本公积金向全体股东每10股转增18股。

此前,蓝思科技发布了2016年第一季度业绩预报,预计盈利在6900万元至8900万元之间,比去年同期下降了83%~78%。并且,根据蓝思科技的公告,控股子公司蓝思科技(湘潭)有限公司收到了湘潭经济技术开发区管理委员会拨付的“2016年度产业发展扶持资金”1.6亿元,根据《企业会计准则第16号—政府补助》有关规定,上述政府补助资金计入营业外收入,确认为当期损益,对其第一季度合并净利润产生较大影响。也就是说,如果没有这1.6亿元的政府补贴,蓝思科技会进入实质性亏损。

蓝思科技董秘彭孟武在接受记者采访时表示,蓝思科技一季度业绩下滑,与大客户新品的周期性原因有关。“后续会有新品出来,对我们来说,今年第三和第四季度要为来年推出的新产品做储备,届时会有重大的需求。”

●原因:苹果打“喷嚏”

蓝思科技2016年一季度业绩大幅下滑并非没有征兆,蓝思科技2015年报中显示,当年第四季度扣除非经营性损益的净利润为2.77亿元,环比第三季度3.59亿元的净利润,下降了23%。

苹果公司是蓝思科技的第一大客户,2015年蓝思科技营收的48.6%来自苹果公司,苹果手机的销售量决定着该公司的业

绩。

据市场研究公司TrendForce称,在今年一季度,苹果向零售商发售了大约4200万部iPhone,较上个季度下跌了43.8%。苹果官方数据显示,2015年第一季度iPhone出货量为6117万部,今年一季度iPhone的出货量同比下滑了31.3%。

2016年以来iPhone销量出现了大幅下降,作为苹果的最大单一客户,蓝思科技在公告中分析利润下降的原因时称,受市场环境及下游客户去库存的影响,公司业绩未达预期,产品订单减少,收入同比下降。

iPhone业绩占苹果公司总营收的比重接近70%,苹果公司今年3月推出iPhone SE,亦被外界解读为去库存的一个举措。一位行业分析人士向记者表示,从iPhone SE公开配置来看,其零部件向iPhone 6S看齐,去库存的目的明显。不过,这对于苹果供应商而言,并不是一个好消息,因为这直接导致了来自于苹果的订单大幅减少。

彭孟武向记者表示,苹果推出的iPhone SE,其小尺寸主要是作为产品线的一个补充,公司如今面临的问题是短期内没有新产品,老产品价格又到了最低位,这是一个客观的事实。

●董秘:适当歇歇脚

蓝思科技尽管2016年第一季度业绩出现大幅下滑,但是公司高层仍然信心坚定。彭孟武表示,公司的基本面没有变化,“适当歇歇脚,是为了下一步走得更好更快。”

彭孟武告诉记者,蓝思科技2015年的研发费用为11亿多元,保证了公司新材料、新工艺重点项目的顺利实施和生产自动化的稳步推进。“最主要的是保持了技术的优势,因为公司自主研发的技术能力是领先的。”

蓝思科技专注视窗防护屏市场,在智能手机对结构件创新需求提升的背景下,其积极布局2.5D、3D曲面屏,目前该公司2.5D产品占比超60%,3D产品出货也有很大提升空间,其价值和毛利水平均有提升。

蓝思科技在第一大客户订单下降的情况下,也在积极开拓国内品牌市场。公司的核心客户群涵盖高端到中低端,如三星、亚马逊、华为、小米、联想、步步高。彭孟武表示,2015年国内主要手机品牌的业务都有增长。

第一手机界研究院院长孙燕飏表示,苹果不好卖之后,蓝思做了非常大的改变。以前周群飞从来不出席手机行业的采购大会,但2015年11月她出现在深圳的一个展会上,“当时周群飞发言称,蓝思科技不单做高端的苹果,也做低端产品,作为苹果供应商,也可以供应华为。”

彭孟武说,蓝思科技募投项目蓝宝石生产及智能终端应用项目、3D曲面玻璃生产项目已经预先投入了项目建设,目前项目顺利并陆续产生效益,未来募集资金到位后将加快建设进度及市场推广。

长江证券认为,蓝宝石显示防护屏未来市场容量超过60亿美元,制约蓝宝石普及的主要因素是良品率(成本)和产能。蓝思科技凭借自主研发优质长晶炉、改良泡生法长晶、后段加工自动化,有望在良品率和毛利率方面称雄蓝宝石加工。

(作者:于鑫峰 来源:每日经济新闻)

高通赵斌:尊重知识产权 共享创新成果

由国家知识产权局、中央宣传部等23个部门联合主办的2016年全国知识产权宣传周活动20日在京正式启动,新华网深入采访产、学、研等各领域专家、企业家,就当前形势下的知识产权保护工作进行探讨。

美国高通公司法律及政府事务全球副总裁赵斌在接受新华网专访采访时表示,知识产权保护是人类高度文明的一种表现,对整个个人类文明发展、经济进步会产生巨大的促进作用,应该在全社会形成一种尊重知识产权的文化氛围,让创新成果更广泛地惠及普通大众。

知识产权保护 是新业态发展的基本支撑

随着移动通信技术的发展,如今已经进入数字信息时代。互联网、大数据、云计算等新技术新业态给人们的生产生活带来了深刻变革,也催生了众多新的经济形态。但随之也带来了许多知识产权保护运用的新问题,如何做好新形势下的知识产权保护工作,也是推进知识产权强国建设面临的一个时代课题。

赵斌表示,不管这些新业态如何发展变

化,知识产权保护都是这些新的经济业态得以生存、持续的基础和保障。没有了这些基础和保障,新的业态将如同无源之水,无本之木,知识产权保护是对所有新经济业态最基本的支撑。

在稍早前以“保护知识产权、促进创新创业”为主题的首届中国知识产权保护高层论坛上,国家知识产权局局长申长雨表示,未来将着力构建知识产权大保护工作格局,加快形成知识产权保护的强大合力。从政府的角度来说,需要建立一个与当前环境相适应的体制,来保护创新成果和知识产权不受侵犯。

“如果要鼓励万众创新,就得有一个很好的体制能保护创新者。创新者愿意承担商业风险是因为有一个稳定的预期,一旦创新取得了成功,就可以得到法律的保护,这样创新者才愿意去持续创新。”赵斌说。

“创新”与“共享” 会形成良性循环

从知识产权的保护来讲,首先要保护创新的成果,另一方面又要把成果分享给所有的普通大众。这其中会不会存在矛盾关系?

赵斌解释说,从本质上讲专利保护和许

可制度非常形象地印证了党中央提出的五大发展理念之间的共生关系:“创新、协调、绿色、开放、共享”。专利申请本身就是公开创新技术的细节,开放技术的应用,共享科技进步的成果;而不是要把自己的技术掩藏起来敝帚自珍。它的目标是要把创新的技术申请国家的保护,同时这也是在保障发明人回收最初的研发投资、商业投资和风险成本。这样发明人才可以更持续地创新。如果这个体制协调得好,就可以不断地从前端促进后端,进行良性正循环,不断地促进发展。

“高通发轫于七个志同道合的教授和工程师,在客厅里面进行头脑激荡,最后他们一致同意致力于用创新的技术和发明推动科技的发展,改善人们的生活。因此我们不断地把我们的技术进行专利的申请,得到了专利的保护,在这个过程中高通公司进行了巨大的商业投入,也承担了很大的商业风险。”赵斌说,“所以从这个意义上说,知识产权体制保护是非常不可或缺和至关重要的。”

据赵斌介绍,高通在自身发展的过程中,不断地将专利拿出来,通过法律保护的许可体制,与所有产业界的同仁分享前沿技术,强调“分享智慧”、“成就创新”。这个商业模式也已经被中国企业采纳,很多非常优秀的中国企业都在探索发展着同样的商业模式,最终



带来的是消费者和产业分享专利、技术、标准的成果与实惠。

尊重知识产权的文化氛围 非常重要

高通只有短短的30多年的发展历程,在不久之前它还一直是很小的公司,经过了无数的困难和挫折才发展到今天。这也为国内的中小企业树立了一个很好的范例。赵斌认为中小企业要相信自己能够成功,要有自己明确的技术和产品方向在发展的过程中要不断地学会保护自己的知识产权。

与此同时,每个人都要学会尊重别人的智慧财产。“如果形成了一个很好的文化氛

围,所有在这个领域的人都习惯尊重别人的知识产权,同时学会共享的机制,中小企业成功的几率会大大增加,这对他们的信心也是一种很好的鼓励。他们成功的希望就更大,整个国家的商业和产业的氛围也会越来越良性地发展。”赵斌说。

《国家创新驱动发展战略纲要》,政府工作报告和国家“十三五”规划纲要都强调,要加强知识产权保护运用,加快知识产权强国建设。最近,国家又将知识产权保护和运用“十三五”规划纳入了20项重点专项规划之中。这表明国家对于知识产权保护工作的重视已经提升到前所未有的高度。“建立一个良性循环的体制和文化,才能让智慧财富为国家 and 产业的发展提供应有的价值。”赵斌说。

(何中然)