

爱慕携手日本郡是 启动“男士内衣”攻略



2010年12月20日,爱慕与郡是合资项目签约仪式。

□ 施尚君

爱慕是国内知名的女士内衣品牌,然而从2010年开始,他们在进军“男士内衣”领域的过程中加快了步伐。

爱慕“新嫁”入侵男士衣橱

2010年12月20日,爱慕与日本郡是株式会社(下文称:郡是)一起成立了合资公司北京郡是服饰有限公司。爱慕持有北京郡是服饰有限公司49%的股权,郡是持有该合资企业51%的股权。合资公司将在中国

女士内衣有不少知名大品牌,男士内衣相比之下显得有些势单力薄。然而这并不意味着后者的市场就不如前者,更不是行内人士对之缺乏兴趣。如今,一些本土内衣企业试图进军男士内衣领域,爱慕公司就是最早的耕耘者之一。

二级渠道,而爱慕男士内衣的专卖店和专柜渠道数量发展到140-150个,并在不久前允许经销商开发二级销售渠道。

在董婕看来,女士内衣的品牌认知度也为爱慕的跨界提供便利。“在推出男士内衣之前,很多女性顾客都询问过男士内衣的问题。”

新的利润增长点

爱慕男士内衣如今已经成为新的利润增长点。2010年,爱慕男士内衣的销售额增长幅度达到了68%,销售额逼近了3亿元;爱慕女士内

衣2010年的增长为36%。女士内衣的销售额仍然为男士内衣销售额的6-7倍。因此在爱慕集团董事长张荣明看来,男士内衣市场还大有可为。

不过,男士内衣的发展难以简单复制女士内衣。男士内衣市场小品牌林立,多数男士内衣走超市路线,消费者普遍接受价格在10元-20元。仅有一些外资品牌,比如德国的舒雅和英国的百富受到部分精英欢迎。

由于难以和小品牌在价格上竞争,爱慕男士最初定位高端。价格在百元到数百元不等,销售渠道则选择在高端商城和专卖店,比如北京的赛特和燕莎。

强强联手求“双赢”

男士产品定位的内核是“舒适”,而影响舒适的一个关键要素则是面料科技。从OEM转型自营品牌的爱慕,在品牌经营上下足功夫,却并未在面料生产上下过大功夫。张荣明认为与郡是的合资给了爱慕一个学习的机会。

“此次合资主要是希望借助郡是在面料生产上的成熟经验,郡是会以生产面料起家,现在仍然在面料生产上具有一流技术,这是爱

慕所缺少的。”

另一方面,在张荣明看来,合资可以为爱慕开疆辟土,“爱慕男士内衣品牌定位较为高端,而郡是旗下的两个品牌是定位中端的品牌,弥补了男士内衣的品牌线,也为爱慕进一步开发自身的男士内衣品牌打下基础。”

商业上的合资,总因各取所需,只不过爱慕借力,反过来不也是郡是借箭?

延伸阅读

联姻“有利有弊”

“郡是”拥有110多年面料生产历史,目前在滋贺和京都均设有研究所,主要对高分子加工、纤维素材开发、表面改造、纤维加工等进行研究,并设立了专门面向内衣的生理学研究所舒适工房。郡是看重中国市场,于是选择合资进入;对郡是而言,通过合资,不仅可以借助爱慕渠道更快地进入中国市场,而且合资公司旗下品牌都将采用郡是提供的面料。如今品牌与面料都控制在郡是手里,对爱慕而言,要想获得营业额之外的收益,应该多动心思。



李书福对吉利供应链充满期待。

携手全球名企 借势产业集群 再造吉利供应链

□ 余辉虹

1月10日下午,吉利与一批跨国公司签署了一系列合作协议及宁波国际高端汽车零部件产业园入园协议。宁波市委副书记、宁波杭州湾新区管委会党组书记陈新,吉利控股集团董事长李书福,韩国汉拿集团会长郑煊元,法国佛吉亚全球副总裁蒙莫勒以及来自美国、日本、中国台湾等国家和地区及国内知名汽配制造商近百人出席开园及项目签约仪式。

宁波国际高端汽车零部件产业园位于宁波杭州湾新区先进制造业板块,由吉利集团与宁波杭州湾新区管委会合作开发建设,总占地面积1000余亩,已有20多个项目确定入园,项目总金额将超过30亿元人民币。项目全部建成后,园区年产值将超过人民币100亿元。吉利集团是首个进入园区的整车企业,在园区内树立了国内汽车企业发展的新速度。

吉利汽车作为中国最早的民营企业,在短短的数年内,不断提升技术、品质水平。尤其在2009年到2010年间,先后收购了DSI及VOLVO,大大提升了吉利的企业形象和品牌形象。如何提高零部件品质,决定吉利产品未来的发展。

在项目签约仪式上,吉利控股集团分别与韩国汉拿集团、延峰伟世通公司、法国佛吉亚公司签署了合资合同与入园协议,加上此前签订的车身附件、电子电器等项目,从底盘、内外饰、车身附件、电子电器以及整车与动力总成的完整汽车产业链已基本形成。

此次宁波国际高端汽车零部件产业园的建立,将是吉利构建稳定的零部件供应体系、快速完成供应链转型的契机。李书福表示,吉利2011年的经营目标是“打造世界吉利、品质吉利”。根据汽车部件发展现状,吉利把各种优势资源整合起来,采用“1+1+1”的三方合作模式,即利用本土零部件企业的成本和速度优势,结合世界顶级供应商的技术和质量优势,再加上吉利的市场与信心支持,将大大缩短国际供应商的投资周期,形成新的竞争力,产生新的活力,实现共赢。

吉利借势产业集群,再造供应链,以“三高—低”即“高质量、高技术、高忠诚度、低成本”为合作原则;以“1+1+1”为合作模式,推进标准化、通用化、模块化采购战略,加快吉利供应链体系建设。这一战略将对吉利2015年构建5大核心技术平台,实现年产200万目标提供重要支撑,而这最终将带给用户性能更好、服务更好、质量更高、性价比更高的汽车。

浙江吉利控股集团有限公司是中国汽车行业十强企业。1997年进入轿车领域以来,凭借灵活的经营机制和持续的自主创新,取得了快速的发展,至2009年资产总值已超过200亿元人民币,连续八年进入中国企业500强,连续五年进入中国汽车行业十强,被评为首批国家“创新型企业家”和首批“国家汽车整车出口基地企业”,是“中国汽车工业50年发展速度最快、成长最好”的企业。

中国人力资源和社会保障出版集团在京成立

1月16日,随着人力资源社会保障部部长尹蔚民、新闻出版总署署长柳斌杰共同揭开牌匾,中国人力资源和社会保障出版集团在北京宣告成立。

推动中央各部门各单位经营性出版社转企改制,是深化我国出版体制改革的重要组成部分。

中国人力资源和社会保障出版集团是由中国人事出版社、中国劳动社会保障出版社转企合并而成,是我国人力资源社会保障领域唯一专业出版企业,出版范围主要涵盖人事人才、劳动社会保障、职业教育、职业培训、科技和职业安全等方面,同时出版与之配套的音像电子出版物。目前,这家出版集团在销图书品种达7000多种,形成了体系完整、种类齐全、独具特色的人力资源社会保障出版品牌。

人力资源社会保障部副部长王晓初表示,中国人力资源和社会保障出版集团的成立,标志着我国人力资源社会保障出版产业迈上了跨越式发展的阶段,为更好地服务和推动人力资源社会保障事业发展注入了新的生机与活力。

出版集团负责人表示将努力把出版集团建成主业突出、实力雄厚、管理规范、运行高效、核心竞争力强的现代出版企业,逐步把出版集团打造成为我国人力资源和社会保障信息交汇平台、职业教育和职业培训教材研发基地、职业安全和劳动保护知识传播中心。

(赵超 徐博)

华润雪花 3 亿巨资收购河南奥克啤酒

□ 本报记者 李代广

2011年1月11日,华润雪花啤酒(中国)有限公司(以下简称华润雪花)宣布全资收购河南奥克啤酒实业有限公司(以下简称奥克啤酒),业内人士透露,此次收购的价格在3亿元以上。负责管理河南市场的华润雪花啤酒(安徽)有限公司总经理徐辉在接受记者采访时表示,此次收购包括奥克啤酒在郑州、漯河、安阳的3间工厂以及啤酒业务的相关资产,其中3间工厂年产能达29万千升。

奥克定位: 河南强势区域品牌

“奥克绝对不是郑州的牌子,是

河南的牌子。”徐辉说,公司对奥克的定位是“河南强势区域品牌”,未来雪花和奥克两个牌子要一起走,奥克产品线也会进一步丰富。华润雪花成立于1994年,在中国经营近70家啤酒厂,旗下有雪花啤酒及其他30多个区域品牌,占有中国啤酒市场19.8%的销售额。其产销量连续五年领先国内同行,去年啤酒销量超837万千升,年增长15.3%。2010年11月26日,华润雪花在驻马店市20万千升的啤酒项目宣布奠基。对奥克的收购完成后,华润雪花在河南的生产基地增至4个,产能达到60万千升。

华润雪花的战略一向是“小区域大份额”。徐辉表示,这个大份额是绝对大份额,超过50%才算大份额。未

来3到5年,华润雪花将实现占领河南啤酒市场50%以上份额的目标。

3年前,华润雪花开始在河南市场尤其是豫东市场销售,目前销量达到20万千升,远高于其他国内一线品牌在河南的销量。收购奥克后,雪花啤酒在河南市场的占比上升至11%左右。也就是说,现在河南市场每卖10瓶啤酒,有1瓶是华润雪花的,未来则是每卖两瓶,就有一瓶是华润雪花的。徐辉说,河南啤酒市场容量为230万千升到250万千升,华润雪花现有产能为60万千升(实际啤酒产量约为36万千升),还有120万到150万千升的产能缺口。

啤酒巨头争雄河南

在河南啤酒品牌中,按照产能多

少的排名依次是:金星、维雪、月山、奥克、蓝牌。如今,前四大品牌中,除了金星,其他三家要么各自“嫁”人,要么正在挑人准备“出嫁”。娶走它们的,都是“大佬”。百威英博是世界上最大的啤酒企业,华润雪花是中国最大的啤酒企业,青岛啤酒和燕京也是大名鼎鼎的老牌啤酒企业。未来河南啤酒市场的大戏,它们都是主角。

华润雪花连吞悦泉和奥克,燕京也在去年8月拿下焦作月山啤酒90%股权。青岛啤酒一直在和信阳维雪谈判,但又杀出个百威英博横刀夺爱。去年11月份,百威英博宣布投资27亿元在新乡建厂,12月份又和信阳维雪签下合作框架协议。

中国无极灯产业联盟成立 推动照明技术产业化



我国无极灯研发能力处于世界领先水平,相关专利权主要集中在我国,企业申请发明专利80多项,目前我国无极灯的企业超过400家,2010年,产量超过300万支,占到全球产量90%。

1月15日,“中国无极灯产业联

盟”成立大会在京举行,全国人大环资委副主任张文台出席大会并发表讲话。中国无极灯产业联盟由中国照明学会指导,全国高科技节能减排促进中心倡议发起。成立大会上,上百家无极灯业界代表企业成为联盟首批成员单位,业界权威专家吴初瑜教

授当选联盟首届理事长。

张文台在讲话中指出,在我国电力能源消耗中,建筑、市政和交通照明消耗是非常重要的部分。市政、工厂车间、地下交通等领域急需低成本、高光效、长寿命的照明光源。无极灯恰恰填补了这方面的空白。在我国

大力提倡低碳经济、节能减排的大背景下,无极灯具有很大推广价值。

据介绍,“无极灯”全称高频等离子无机放电灯,具有长寿命、高效节能和绿色环保的显著特点。使用寿命长达6万小时,是普通节能灯的12倍。我国无极灯研发能力处于世界领先水平,相关专利权主要集中在我国,企业申请发明专利80多项,目前我国无极灯的企业超过400家,2010年,产量超过300万支,占到全球产量90%。

中国无极灯产业联盟章程显示,联盟的旨在推进无极灯照明技术的进步和产业化,建立上下游产业链,通过推动专利池建设,在成员之间建立知识产权优先、优惠共享机制,提升无极灯照明产业的整体竞争力。

(王朋立 杨珂)

古镇吹响由“镇”向“城”跨越号角 “全球皮草贸易基地”落户浙江崇福

□ 应丽斋 张芬娟

2011年1月15日,全球中小企业联盟将全国唯一一个“全球皮草贸易基地”称号授予桐乡市“中国·崇福皮草大世界”,对崇福镇当地众多皮草企业快速集聚发展而形成的超大规模皮草专业批发市场给予充分的肯定。刚刚被浙江省列为小城市培育试点的千年古镇崇福,吹响了以工业化推进城市化的第一声号角。

浙江省桐乡市崇福镇是全国知名的皮草名镇,皮草销量占全国销量的42%,1500多家皮草企业2010年产值已近百亿,成为全国知名的皮草

市场,同时也是国内中小企业快速发展形成产业集群的典范。

崇福皮草产品涵盖原皮、成品和精品,销量占世界的22%、全国的42%、浙江省的75%,是全国最大的皮毛加工制造业基地和集散中心。据不完全统计,去年,全镇皮草产值98亿元,比上年增长26%,全镇皮草从业人员达3万多人。“崇福皮草是中国中小企业快速发展形成产业集群的典范。在丹麦、芬兰等北欧国家,许多人不知道中国有杭州、桐乡,但知道上海和崇福。全球中小企业联盟将首个‘全球皮草贸易基地’称号授予崇福皮草大世界,这是对崇福镇当地众多皮草企业快速集聚发展而形成

的超大规模皮草专业批发市场给予的充分肯定。”全球中小企业联盟副主席托马斯说,“全球中小企业联盟期望通过与崇福皮草大世界紧密、务实、高效的合作,真正把皮草大世界打造成全球规模最大、功能最全、交易方式最新的皮草专业批发市场‘航母’。”

15日,伴随着“全球皮草贸易基地”的授牌,崇福皮草大世界——水貂城隆重开业。崇福镇镇长张雪根表示,作为浙江省首批小城市培育试点城镇,崇福镇将以此为契机,加快推进工业化,并以工业化推进城市化。“我们已按照‘一年一个样、三年大变样’的培育要求,编制了三年行动计

划和年度实施计划。今后3年,我们编制了90个项目,总投资120亿元,其中政府性投入30亿元,着力提升城镇能级,让功能定位更清晰、空间布局更合理、服务功能更完备、生态环境更优美、社会管理更到位,让崇福实现从城镇向小城市的转型升级。2011年,崇福要



1月15日,全球中小企业联盟(Global Alliance of SMEs)副主席托马斯(Mr. Thomas Reichenbach)(左)将“全球皮草贸易基地”称号的牌匾授予崇福皮草大世界的代表。

战略联盟 | ZhanLueLianMeng

拓展皮毛市场南区,建设拓展物流园区,抓好皮草产业的创意设计,打响皮草企业品牌,同时做好生产中的低碳、环保、节能工作。”