

经理日报

THE MANAGER'S DAILY

2012年9月7日 星期五
今日12版
壬辰年 七月二十二
第240期 总第7358期
责编:方文煜 版式:黄健 校对:刘晓燕

国内外公开发行(原《厂长经理日报》)
国内统一刊号:CN51-0098 邮发代号:61-85
网址:WWW.JLRB.NET.CN
电子邮箱:CJB490@SINA.COM
新闻热线:(028) 87369123 传真:(028)87346406

中国创造正能量 中国自主创新引起中外网友热议

[相关专题详见 A2-A3 版]



“奥运年”难开怀 运动品牌也即将开打国内淘汰赛

8月,国内六大体育运动品牌李宁、安踏、特步、361°、匹克和中国动向先后发布了2012年度的上半年报,数据再次印证了整个行业的低迷。运动品牌们没有因为奥运年的到来赚得盆满钵满,反而个个忧戚,因为品牌淘汰赛即将上演。

营销论坛 | Yingxiao Luntan

品牌“屏蔽战略”有风险

Tony Cortizas

一个品牌不仅仅是一个标志,而品牌标志产生的影响力并不是由企业决定的。这关系到产品体验和品牌体验。推出一个品牌商标,向人们宣布你的到来,从而获得自己的市场份额,并一步步建立自己的品牌声誉。但是,当品牌发展到一定程度,会出现这样一种情况,即每个人都告诉你,你不再是一个新鲜事物。因此,品牌如何保持自己的吸引力?就奢侈品品牌而言,如果有一款价值3万英镑的限量版手袋,而且明星凯特·莫斯(KateMoss)就把它挎在自己的手臂上,那么要让这款手袋热销,还需要在手袋上附加其他商标吗?不需要。“莫斯的手袋”已让人们觉得,这是一款特别设计的手袋。但或许人们要过几个月才知道,这种做法表明该品牌正在进行品牌形象重塑。一些奢侈品品牌已经从小众市场走出来,考虑如何走向大众市场。譬如奔驰就推出了子品牌,其价格让更多的人能够负担得起。如果这种做法能够帮助奔驰销售更多的低价汽车,那么自然好,但是或许对于奔驰以往的客户而言,这种做法会让他们思考:“奔驰有什么了不起——现在每个人都能开。”因此,或许奔驰可以推出一款不带品牌标志的限量版汽车,但人们可以通过汽车造型、设计认识到这就是奔驰汽车。通过这种方式,你可以进行品牌分割和品牌重建。这种做法的唯一风险在于,推出新品之后,品牌应开展什么工作才能确保自己的业务不会出现分裂现象。你必须确保在大众市场上不会出现品牌分裂现象。否则稍不谨慎,就会危及品牌发展。当然,品牌屏蔽战略也会有运用不当或者太过出风头的风险。譬如,今年5月,索尼电影公司在美国推出了自己不带品牌标志的《龙纹身的女孩》电影DVD。这么做是为了让DVD看起来就像是家庭制作的一样,只是在那张普通的索尼光盘上用记号笔标注电影名。然而,这样的做法却给索尼电影公司带来麻烦,因为它让消费者感到困惑,他们认为这种光盘是造假光盘,希望把光盘退还给网店。这样的品牌屏蔽手法让人们感到困惑,因为这样的产品包装与企业娴熟的营销手法以及产品设计理念不吻合,不太符合这些品牌产品的特性。

稿件采写 孙冰

“奥运年”,历来都是运动品牌们赚得盆满钵满的“丰收年”!但2012年的日子,却不那么好过!

折扣力度史无前例

“请问这件衣服打几折?”小李拿着一件79元的361°棉服,以为标错了价格,因为“面料、做工都不错,还挺厚实,简直比动物园(北京著名服装批发市场聚集地)还便宜!”他说。“只有原价的零头了,我也不知道是几折。”售货员有些无奈。商场的运动品牌区域里挂满了“夏装29元起”、“运动鞋69元起”的促销广告,货架上货品挤得满满的,人气却依然不旺。很多消费者发现,今年以来,运动品牌的打折力度几乎是史无前例,而且打折几乎成为常态。如此之大的折扣力度,不难看出各品牌库存压力的巨大。根据中报中公布的数字,6家主要运动品牌的库存周期和应收账款周期全部较去年同期有所增加,其中4家的库存周期已上升到3个月左右,这在过去从未有过。各品牌纷纷减少订货数量、关闭门店和加大促销力度,但这样势必会导致整体营收数字萎缩和利润率降低。为库存而烦恼的不只本土品牌,中国市场的老大、国际运动巨头耐克的情况也不乐观。耐克刚发布的第四财季报告显示,截至2012年5月31日,作为耐克第二大市场的大中国区总体销售收入为667亿美元,相比第三财季下降了389%。但库存规模却在大幅

增加,截至2012年5月底,库存高达335亿美元,和去年同期的272亿美元相比,增幅超过23%。

批发模式惹祸?

对快消品来说,一旦库存高企,都意味着形势严峻。目前仍未有迹象表明各品牌库存已见底,估计今年下半年各家清理库存还将长路漫漫。“2012年上半年中国体育用品行业增速已放缓为个位数,零售端去库存化的压力形势严峻,这使得行业竞争更激烈。”李宁公司执行副主席金珍君(Jin-GoonKim)告诉记者,“整个中国体育用品行业正在面临更加严峻的竞争,行业本身的转型和竞争格局的转换已经不可避免。”金珍君认为,国内运动品牌短期内面临的主要问题是由于国内服装行业普遍采用产品批发模式导致发展过快、渠道库存过高、成本上涨等。记者了解到,目前国内服装企业在销售渠道中普遍运用“品牌商——批发商(代理商)——零售商”的批发分销模式,这种模式对市场供需反应迟缓且不准确,常会造成代理商订购较多商品以备断货,品牌商也储备较多的商品以备补货,这就形成需求被放大的“假象”。过去市场处于高速增长期,这个问题并不明显,但当行业寒冬来临,库存压力就会一下子变得十分尖锐,而且会像雪球一样越滚越大。而像ZARA、优衣库等快时尚服装品牌都是从品牌商直接到零售终端,效率高、成本低、灵活性高,且不易形成库存积压的现象。金珍君透露,李宁公司目前已经开始进行管

理变革和调整,由批发模式向零售模式转变。“我们正尝试‘直接供货到店’的模式,希望在未来6-12个月内,可实现直接补货。”金珍君说。

淘汰赛在即

实际上,国内体育运动品牌的颓势从2011年就已经开始显现,且这种行业的整体不景气并没有随着2012年奥运会的到来而散去。但是,这个寒冬似乎没有影响到高端市场,哥伦比亚、奥索卡、Northface等高端户外运动品牌2011年在中国市场的增长率均超过30%。这种市场的迅速扩容也将整个行业的竞争推向极致。可是随着市场整体需求的放缓,“处处是黄金”的好日子不再,快速发展中被掩盖的问题便渐渐暴露出来。因此,业内普遍预计,在经过这一轮调整之后,可能市场上只会留下5到6家本土运动品牌。“中国快速的城市化进程,每年将近1%-2%的乡镇居民转移至城市。伴随可支配收入、参与运动的积极性,以及专业程度的提高,中国消费者的购买力正在逐渐增强。对产品的购买逐渐向相对高端品牌转移,或者更加关注产品设计、技术含量或者功能转移。因此,长期来说,这将使更加具备品牌力量和产品品质的企业受益。”金珍君说。



“中国好声音”唱红“一罐凉茶”

口 葵媛媛

“哈林是来做主持的,杨坤是来做宣传的,那英是来唠嗑的,刘欢是来开家长会的,华少主持人就是来卖凉茶的。”浙江卫视的节目《中国好声音》火了,观众印象深刻的除了美妙歌声,还有节目中“无处不在”的冠名商加多宝凉茶。当初以6000万巨资冠名一个前途未知的节目,是加多宝的一场“豪赌”,如今短短的四周过去,面对《中国好声音》创造的巨大价值,加多宝给自己的提前

下注打了“满分”。“6000万打包冠名《中国好声音》,加多宝与浙江卫视经过了一个多月的沟通谈判。”9月4日,加多宝集团品牌管理部副总经理王月贵接受记者独家专访时表示,这期间,双方讨论的细节包括节目质量、价值评估和品牌权益等诸多方面。虽然金额甚巨,但王月贵称,“无论是与加多宝此前还是今后的品牌营销支出相比,这笔冠名费都在预算范围之内。”6000万元的冠名费是什么概念?但实

际上,加多宝的冠名显然不止“加个名字”那样简单:除了主持人频繁重复的“绕口令广告”之外,现场大屏幕上、舞台地面上、评委座位旁边、选手入场的大门上……“加多宝”的标识和产品几乎无所不在。四期节目之后,加多宝认为这笔支出达6000万的营销统筹是成功的,钱花得“值”:“目前收视率已经达到31%,各大视频的点播率到了1.57亿。这还是在奥运会压力下的状况。”王月贵颇有信心地向记者表示,估计奥运会后收视率会高达4%以上。

要闻 | YAO WEN

李长春会见黑山客人

中共中央政治局常委李长春日前在北京会见了以主席米洛·久卡诺维奇为团长的黑山社会主义者民主党代表团。李长春说,中国和黑山两国和两国人民之间有着深厚的传统友谊,进入新世纪以来,两国友好关系不断深化。中方视黑山为巴尔干地区的重要合作伙伴,愿继续本着相互尊重、平等互利的原则,推动两国友好合作关系全面深入发展。希望双方把经贸合作作为现阶段发展两国关系的重中之重,扩大贸易规模,推动两国务实合作实现质的飞跃。(郝亚琳)

发改委日发25条城轨批文

国家发改委网站5日集中公布了全国多个城市轨道交通建设规划和可行性研究的核准信息,涉及项目25个。其中,石家庄市、太原市、兰州市、广州市、沈阳市、厦门市、常州市等7个城市的轨交近期建设规划获批;哈尔滨市、上海市等城市的近期建设规划调整方案获得批准;江苏省沿江城市群城际轨交网、内蒙古呼和浩特地区城际铁路规划等区域轨交铁路规划获批。业内人士分析认为,此举表明,在稳增长的目标之下,保证重点项目投资仍是主要举措。(于祥明)

六部委要求大病保险工作先行试点逐步推开

记者5日从国务院医改办获悉,国家发改委、卫生部、财政部、人力资源社会保障部、民政部、保监会等六部委日前联合召开电视电话会议,贯彻落实《关于开展城乡居民大病保险工作的指导意见》。会议指出,开展城乡居民大病保险是一项全新的制度设计,政策性很强,各地、各有关部门要抓紧制定开展大病医疗保险的实施方案和政策意见,在先行试点的基础上,逐步推开。(孙铁翔)

成都含麻黄碱类药品实行实名购买

9月4日,四川省成都市食药监局发布通知,即日起,全市药店在销售含麻黄碱类药品时要登记购买者身份证,以防止该类药品流入炼制毒品的渠道。这意味着,今后市民将凭身份证到药店购买白加黑、新康泰克等感冒药品。不过,市食药监局表示,将用一段时间对药品零售企业开展宣传教育,暂不强制执行。之后,将制定药品类易制毒化学品专项整治实施方案。(四川在线)

百思买借道天猫重返中国或再抢占国内消费电子市场

9月4日,在一年半之前宣布撤出中国市场的美国电子消费零售巨头百思买宣布,与天猫合作构建的百思买天猫箭鱼旗舰店已经正式营业。至此,在最近的两个月内,百思买已经通过线下“店中店”实体店零售以及线上电子商务两个渠道形式,重新杀回中国市场。2011年2月份,在关掉上海的最后一家门店之后,百思买宣布全面退出中国市场,而在此后的一年时间里,百思买遭遇了持续动荡,创始人辞职、高管频繁更替、业绩下滑。不过,今年的6月底,百思买却突然宣布在中国市场引入百思买移动品牌,今年将在五星电器门店中开设首批14家“店中店”。此次与天猫合作的箭鱼是百思买旗下自有品牌,创立于2006年,产品线涵盖电子连接线材、移动电话配件、游戏电脑配件等消费电子周边产品。负责百思买天猫箭鱼旗舰店日常运营的新七天电器网总监田原表示,“国内的舆论对百思买的回归普遍不看好,认为百思买还没有解决水土不服的问题,但百思买此次回归中国是有备而来,就是想趁着国内家电渠道混乱之际另辟蹊径再次来抢占国内消费电子市场。”