

这并非个案。几年前大批服装企业纷纷打着多元化旗号,冀望寻求又一个利润增长点。房地产、股权投资、高科技、新能源等领域一时间成为服装企业青睐的“金矿”。

但如今看来,真正成功转型者寥寥,不被多元化产业拖累已属万幸。正因为此,越来越多的服装企业都宣称回归并深耕主业。

前不久,一家浙江大型服装集团宣布进军家居领域。不过,这家集团的相关负责人对记者表示:“还是会专心做主业,其他业务不是重点。”

比如,美邦服饰、森马服饰、七匹狼、九牧王、美尔雅、红豆股份等企业都曾涉足房地产领域;杉杉股份、江苏阳光、波司登看好并“试水”光伏行业;还有医药类收入占比超过七成的开开实业和电冶板块收入占比超过八成的鄂尔多斯。

不过,此时选择回归主业也并非易事。一位服装评论人士对记者称,目前,服装业由粗放式经营向精细化经营转变,由高利润向低利润转变。同时市场的集约化脚步加快。会淘汰一些经营意识不强、产品和管理缺乏创新的企业。“这个时候回归主业,也在考验企业的综合实力。”

纺织业专家汪前进的观点是,有能力的可以继续多元化,没能力没实力的还是先要集中精力把实业和主业做好。“但很多问题,并不是多元化或者回归主业就能解决的,还是要看怎么做。”

地产盛宴昙花一现

这其中,房地产成为服装企业竞相相扎堆的最大领域,搭上了房地产高速发展“顺风车”的企业无疑尝了丰收的果实,但经过近两年的调控之后,房地产已变得不那么炙手可热,甚至对企业利润形成拖累。



服装企业多元化试水转身 声称回归深耕主业

作为中国服装产业的旗帜,雅戈尔就具有典型性意义,曾把地产和金融作为服装主业之外的“两驾马车”。

2009年,在中国房地产市场的巅峰时期,雅戈尔地产业务在公司整体营收中的占比达到了42%。2010年雅戈尔产业对营业总收入的贡献高达47%,贡献率几乎近半。

但受累于始于2010年下半年的“史上最严厉的地产调控”,2011年雅戈尔总营收115.39亿元,同比下滑20.49%;净利润为17.63亿元,同比下滑34.03%。其中,雅戈尔房地产旅游开发业务实现营业收入36.363亿元,同比下降46.94%;净利润更是只有5.715亿元,同比下降15.86%。

雅戈尔因此也多次对外宣称回归主业,并称服装本来就是主业。

类似的,还有红豆股份、杉杉股份,都曾受惠于地产业务。

就在去年,房地产行情已出现下滑之势的情况下,杉杉控股董事局主席郑永刚还对媒体表示,到2018年实现1000亿元人民币的市值,除服装业外,奥特莱斯商场、城市综合体等商业

地产业务将成为其主营业务之一。

新能源美梦尚未开始

除了房地产之外,新能源也是一部分服装企业梦想掘金的领域,只是这场美梦尚未开始。

具有代表性的有江苏阳光集团,曾通过参与发展新兴产业,实行多元化经营战略。

阳光集团旗下涉及新能源的业务有两块。第一块是宁夏阳光硅业有限公司,宁夏硅业真正的建成投产在2008年,这一年是光伏行业由盛转衰的转折点,上游硅料由500美元/公斤跌入60美元/公斤低谷。另一块业务则是海润光伏,由阳光集团旗下子公司江苏紫金电子集团控股。

太阳能不给力,业绩主要来源的纺织和热电也受人民币升值、劳动力成本上升、煤价上涨等多种因素影响,累加效应导致了江苏阳光近几年来比较难看的年报,2011年,其净利润为870万元,较2010年下降86.07%。

杉杉集团也是一例,目前是全国

最大的锂电池材料供应商。一季报显示,其锂电业务实现净利2423万元,同比下滑23%,这是该业务所贡献的利润超越纺织主业以来首次出现的业绩增速下滑。今年上半年,杉杉股份锂电池业务的净利润较去年同期减少9.14%至4702万元,公司解释称主要系正极材料前驱体业务净利润下降较大所致。

还有一部分企业,基于早年的利润诱惑,也曾试图分一杯羹,但在考察过程中,因为行业的不确定性,及时收手。

知名的纺织制造商浪莎集团就是其中之一。一年前,这家企业突然宣布进军此前并不熟悉的太阳能光伏业。但很快,企业又对外表示,已经暂停对光伏产业的投资。

一位业内人士对记者说,年景好时,光伏产业成为很多中小企业转型升级的首选目标,传统产业竞争利润稀薄,新能源产业即便产能饱和,暂时不景气,但还是有较高的利润,大大高过传统制造业。

(摘自《第一财经日报》)

关店潮劲袭服装业 体育品牌首当其冲

“高库存”是今年服装企业普遍面临的遭遇

今年宏观经济持续低迷,GDP面临下滑,整个消费市场冷淡,是服装企业面临库存压力的主要原因。另外,前几年,服装行业扩张步伐大,波及面广,库存压力被经济大好的形势掩盖过去了,如今经济不景气,危机就暴露出来了。

半年前,上海浦东新区乳山路上的服装店还有十几家,但近一个月来已关得七七八八。这仅仅是今年服装业“萧条”景象的一个缩影。

记者获悉,匹克体育发布的最新报告显示,截至2012年9月30日,其在中国的授权经营零售网点为6739个,与2011年末相比净减少1067个。与此同时,集团的订货情况也未见好转。公告显示,集团2013年第二季度订货会订单总额(按批发价计算)与2012年同季相比出现高幅度下降,在20%到30%之间。其中鞋类订单金额中幅度下降,服装类订单金额高幅度下降,而产品平均批发价格均为零增长。

关门潮迭起

先有李宁、匹克等体育品牌,后有森马、美邦、达芙妮等休闲服饰,今年国内服装行业的裁员、关门潮此起彼伏,而这也直接导致了公司净利润的下滑。达芙妮集团刚刚陷入“裁员风波”,在全国范围内裁员300人,此举让今年本就一蹶不振的服装市场更加“冷飕飕”。而森马公布的今年三季报显示,7-9月,公司营业总收入为21亿元,同比下降5.53%;实现净利润2.25亿元,同比下降36.24%。美邦的情况也不容乐观,其三季报业绩出现负增长,7-9月公司营业总收入为25.94亿元,同比下滑13.47%;实现净利润3.20亿元,同比下滑13.4%。

体育服装品牌市场也未能幸免。今年以来,匹克的零售网点数量出现大幅下降。匹克5月公布的报告显示,截至今年3月31日,集团零售网点数7523个,比2011年末减少283个。截至今年6月30日,集团零售网点数量为7059个,比3个月前减少了464家。而从6月30日到9月30日,匹克零售网点又关闭了320家。

今年半年报披露数据中,李宁、安踏体育、匹克、361度以及中国动向5家运动品牌上市公司营收一片萧条。其中,匹克在2012年上半年总营收从22.56亿元大减28.5%至16.1亿元,而净利润方面也降至2.4亿元,同比减少了43.3%。李宁上半年

净利润按年计算大降85%。李宁执行副主席金珍君透露,上半年公司净关店952间。

值得一提的是,据相关报道,与安踏、特步和361度相比,匹克的门店是关闭最多的。公告显示,前3家企业的中报都显示,截至2012年上半年,2011年末相比,安踏体育的店总数减少110家,至9187家;特步品牌零售店则增加7家,至7603家;而361度则净增加185家,至7865家。“整个服装行业要真正走出困境得到明年。”匹克体育用品有限公司首席执行官许志华向媒体坦言,公司今年年初确定的消库存目标,目前的进展仍在预期之内。

面对日益激烈的市场竞争,品牌化经营已经成为服装企业走出困境的重中之重,但作为品牌流通关键环节的销售渠道终端却面临种种尴尬。有资深人士认为,匹克的现状是由于其渠道终端的基础不扎实,渠道管理能力薄弱,从上述数据可以看出,相比其他企业,匹克在留住加盟商方面欠缺有效的手段和方法。

库存“压力山大”

“到目前为止,今年服饰市场净利总体下降了约10%至20%。”浙江钱江服装小商品市场总经理助理章卫连在接受《国际商报》记者采访时表示,为了平稳度过“寒冬”,该市场也采取了一些补救措施,比如延长营业时间,将以往6点的歇业时间延至晚上8点,此外,加大促销力度,并增加广告的投入。

“今年真的要猫冬了。”在江苏常州市中区开了一家服装店谋生的黄小姐告诉记者,如今服装生意越来越难做了,一年不如一年,今年年初到现在,行情一直不好。“本来这条街开了五六家服装店,现在关的关,换的换,都转行做别的生意了。”黄小姐告诉记者,以往10月、11月份,单月营业额能做到两万元左右,今年降了一大半。“光房租一个月就1000多元,加上进货的成本和来回运费等,保本都快撑不住了,更别提赚钱了。”

“服装最不值钱的就是存货。”章卫连告诉记者,产品大量积压,不仅占用公司运作资金,耗费人力、物力,也拉长了产品的周转周期,将整体利润拉低。“服装与其他行业不同,很难做到‘零库存’,但今年库存量的激增也暴露出一些中小企业薄弱的管理和应变能力。”

目前行业要突出重围,关键在于:首先,整体宏观经济好转,拉动消费上升;其次,企业自身要加强内部控制和管理,加快去库存化,提高单件产品的毛利率。

不过,当前宏观数据已有向上的走势。根据国家统计局发布的数据,今年9月份消费者信心指数是100.8%,比8月份回升了1.4个百分点,显然,消费已开始回暖。不过专家认为,真正拉动消费需要的是措施手段,比如扩大节能家电政策、落实好结构性减税政策、推进营改增试点等。

(摘自《人民网》)

民资进电信业试点方案成型 免费通话不是梦

日前,工信部通信发展司司长张峰在国新办新闻发布会上曾公开表示,工信部正在制定民资进入电信业的试点方案,并有望在近期出台。发改委经济体制与管理研究所产业室主任史炜介绍说,此前工信部电信专家委员会举办的季度峰会上,相关专家和业内人士已经就民资进入电信业具体的开放方式、路径、资本市场配套和监管等一系列问题进行了研讨。他指出,民资进入增值电信业务等领域,将是大势所趋。

鼓励民间资本进入独立运营

记者从权威专家处独家获悉,工信部等相关部委正在加速推进民资进入电信业的试点方案出台。目前,已基本完成了包括整体方案框架和具体实施细则在内的一整套方案;随后,将提交相关部委、专家和利益方征求意见,对方案进行进一步修改、完善后,将择机推出。

工信部在今年6月份出台《关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》(以下简称《意见》),鼓励民间资本进一步进入电信业的八个领域,其中包括鼓励民间资本开展移动通信转售业务的试点;鼓励民间资本

开展接入网业务的试点和用户驻地网业务;鼓励民间资本开展网络托管业务;鼓励民间资本开展增值电信业务等。

上述专家介绍,将出台的试点方案会进一步细化民资进入电信业的方式和路径,除此之外,还将逐步试点允许民资进入具体电信业务,以及规定民资的相应资质。据悉,接入网、移动通讯转售业务,以及增值电信业务中的部分业务将首先向民资放开。

据业内人士介绍,接入网、移动通信转售业务和电信增值服务均是通过租用运营商网络或设备,向用户提供各类电信服务。例如,像目前国外电信行业较为流行的各类视频点播、低价或免费拨打国际长途等业务就属于这一范畴。目前,上述三项业务在国内均在一定程度上允许民资经营,但多数需要通过和运营商合作的方式。而试点方案则会对民资进一步放开,允许民资在支付一定网络和设备租用费用后,独立运营上述业务。

利益博弈 业界争议仍较大

曾在英国O2等电信公司担任客户经理多年的伦敦政治经济学院国际商业管理专业博士邓宣告诉记者,根据欧美等国电信业发展的经营,一旦接入网、移动通信转售业务和电信增值服务向民资开放,电信市场上将出现种类丰富的各种新服务,例如在欧美各国非常流行的低价甚至免费拨打电话的服务等,这将促进电信业竞争,拓展出全新的市场,并使得消费者从中受益。邓宣认为,根据欧美经验,如果民资能够获得独立运营上述业务的资质,市场上将迅速出现低价通话业务服务,像欧美地区流行的“1分钱打国际长途”“非高峰期通话免费”等业务将会在国内市场出现。

邓宣举例说,在英国一家民营公司推出名为“Savers Card”的电话卡,面值10英镑可以拨打国际长途1000分钟,平均1分钟1便士(100便士等于1英镑),而面值20英镑的电话卡,



则可以拨打国际长途2500分钟,平均1分钟0.8便士;除此之外,还有很多电信服务商,推出在非高峰时间或者周末免费拨打电话或手机的服务,以及“Stop theclock”的服务,即用户拨打电话或手机,如果通话时间超过3分钟,不管多长时间,都只收3分钟的通话费用。

有业内人士表示,“1分钟打长途”“免费打手机”等电信服务并非梦想。IT业资深分析师王一江告诉记者,如果允许民资运营这些业务,其成本为租用电信运营商网络和设备费用,属于固定成本,只要能收回成本,提供相应服务的厂商,可以以远低于目前运营商的资费标准,向用户提供服务,根据国外经验,即便是1分钱1分钟的通话资费,只要有一定的用户,厂商仍能盈利。

中兴通讯研究部研究员邱昊在接受记者采访时也表示,如果上述领域向民资开放,将催生出生更为多样和灵活的电信服务,新的市场也将不断扩大。届时,不但电信业将呈现出更为健康的竞争格局,产业链也将更为丰富和完善,众多电信设备制造商,也将因

此受益。

不过,记者在采访中发现,对于民资进入上述领域,业界仍存在比较大的争议。中国联通一位增值业务部门负责人告诉记者,目前民资运营电信增值业务均是和运营商合作,一旦可以自由运营,将产生难以想象的监管难题,“如果有人从运营商这里租用设备和服务器,再多次转租给他人,就有可能给电信诈骗,以及色情网站等非法活动提供可乘之机。”在采访中,中国移动和中国电信的相关人士也表达了同样的担忧。

对于这些担忧,外界普遍认为,运营商之所以持反对态度,是因为一旦有关业务向民资开放,将使民资在部分电信业务上获得一定的定价权,并引发新一轮电信资费下调,这将对目前运营商的收入和垄断地位造成冲击。尽管运营商的担忧有一定的道理,但这些问题可以通过加强监管、立法等手段解决。对此,史炜也表示,应该加快民资进入基础电信业的法律法规制定,没有法律的保障,开放就没有足够的稳定性和持续性。

(摘自《经济参考报》)

